



Kommunikationspolicy för Chalmers Studentkår

Denna policy gäller Chalmers Studentkår, alla dess enheter och andra organisationer som via Chalmers Studentkår uppbär rätten att använda sig av Chalmers namn. Fortsättningsvis hänförs till dessa med beteckningen ChS.

För definitioner av begrepp som används i texten hänvisas till dokumentet ChS definitioner.

Bakgrund

Policyn beskriver Chalmers Studentkårs förhållningssätt till kommunikation. Den finns för att organisationen ska arbeta med informations- och kommunikationsfrågor långsiktigt och konsekvent på ett tydligt och enhetligt sätt. Kommunikationsarbetet följer studentkårens policy och strategier. Policyn har två delar, den första beskriver de generella utgångspunkterna och den andra de delar som är praktiskt tillämpbara för anställda och förtroendevalda inom Chalmers Studentkår.

1 Primär målgrupp

ChS primära målgrupp är medlemmarna. Med kommunikation som medel arbetar ChS för att de ska känna delaktighet och tillhörighet.

Del ett

2 Grunder

Informationen från ChS är öppen, sann och tydlig. Detta gäller såväl positiva som negativa budskap. ChS antar ett mottagarperspektiv vilket innebär att budskap från studentkåren anpassas till mottagaren.

3 Mål för intern kommunikation

Den enskilde medlemmen ska ha tillräcklig kännedom om studentkåren för att kunna ta ställning till och motivera sitt medlemskap. Medlemmen ska förstå sina rättigheter och skyldigheter.

4 Mål för extern kommunikation

Chalmers Studentkår vill i första hand påverka attityder och skapa relationer i omvärlden i ett långsiktigt perspektiv på sätt som gagnar medlemmarna.

5 Kommunikationsansvar

Anställda, förtroendevalda och de som är aktiva inom kårens kommittéer, sektioner och föreningar förväntas kommunicera. Samtliga har informationsansvar när det gäller den egna verksamheten. Det innebär att var och en har ansvar att söka information för att utföra sina uppgifter. Det innebär också att var och en som har relevant information har skyldighet att bidra med den för att andra inom organisationen ska kunna utföra sina uppgifter.



Del två

6 Uppföljning

Kommunikationspolicyn är ett dynamiskt dokument som ska ligga i linje med organisationen och dess omgivning. Policyn ska därför revideras åtminstone vart tredje år. Informatören har ansvar för att den processen initieras.

Chalmers Studentkår vill vara en kommunicerande organisation. En organisation som lyssnar till medlemmarna. Kåren är öppen för medlemmarnas åsikter och låter dem påverka verksamheten. Studentkårens kommunikation lotsas av studenternas behov och kåren undersöker aktivt hur de kan tillgodoseas inom kårens verksamhetsområden.

7 Intern kommunikation

Effektivt kommunikationsarbete börjar inifrån. De anställda och förtroendevalda ska känna tilltro till och se nyttan av informations- och kommunikationsarbetet.

7.1 Målgrupper för intern kommunikation

Alla förtroendevalda är medlemmar i Chalmers Studentkår och ingår som individer i den primära målgruppen, medlemmarna. Därför nås dessa genom att rikta kommunikationen mot den primära målgruppen.

Efter den primära målgruppen bör kommunikation ske i följande prioritetsordning, för frågor som främst har ett internt intresse inom ChS.

Kårens anställda personal och förtroendevalda, med heltidsarvode, i kåren

Fullmäktige och dess organ

Studerandesektioner

Kårkommittéer

Kårföreningar

Studerandesektioner

Chalmers Studentkår vill kommunicera med studerandesektionerna som organisationer. Den kommunikationen utgör en informationskanal till och från medlemmarna. Alla personer i studerandesektionen är medlemmar i Chalmers Studentkår och ingår som individer i den primära målgruppen. Ändå intar de aktiva inom studerandesektionerna en särskild roll som kontaktyta mellan kår och studerandesektion, vilket framgår av prioriteringen ovan.

8 Extern kommunikation

Den externa kommunikationen ska stärka kårens profil och skapa förtroende hos mottagarna. Extern kommunikation i meningen kommunikation med icke-chalmerister kommer i andra hand efter den interna kommunikationen.

8.1 Prioriterade målgrupper för extern kommunikation

Utan inbördes ordning:

Media – som kanal till interna och externa målgrupper.

Politiker med inflytande över områden som ligger i studentkårens intresse – för att tillvarata möjligheter att påverka. Studentkåren arbetar med personliga kontakter med främst lokala politiker.



Samarbetspartners och sponsorer, befintliga och blivande (omfattas av policy för företagsrelationer) – för att underhålla relationer mellan medlemmar och företag. För att skapa förutsättningar för sponsring och donationer.

Samarbetsorganisationer (Reftec, SFS, GFS)

Alumni

8.2 Högskolan

Chalmers tekniska högskola är en organisation som Chalmers Studentkår måste kommunicera med men som inte strikt kan räknas till de interna målgrupperna. Syftet med den kommunikationen är att underhålla relationer för att tillvarata medlemmarnas behov och önskemål.

Första versionen av denna policy antogs av FuM 2002-02-26. Policyn har sedan reviderats och nuvarande version antogs av FuM 2009-05-14.