



UPPSALAEKONOMERNA

Föreningen Uppsalaekonomerna – Styrelsemöte

Datum: 2021-04-07

Tid: 17:38 – 22:01

Plats: Arenan och Zoom

Närvarande:

- Erik Baehre
- Olivia Andersson
- Vilhelm Westberg
- Emi Holmberg
- Lisa Fälth
- Saga Ryttegård
- Hanna Olai
- Ida Åström
- Linnéa Frizell
- Louise Pettersson

Frånvarande:

Protokoll

§1 Mötets öppnande

Erik förklarade mötet öppnat.

§2 Tillägg av övriga punkter

Den övriga punkten "Borgen" lades till.

§3 Godkännande av föredragningslistan

Styrelsen beslutade:

Att godkänna föredragningslistan med föreslagna ändringar.

§4 Godkännande av föregående mötes styrelseprotokoll

Styrelsen beslutade:

Att godkänna föregående ordinarie mötes styrelseprotokoll.

§5 Beslut fattade per capsulam

Per capsulam-beslutet läggs till handlingarna.

§6 Godkännande av beslutsliiggare

Styrelsen beslutade:

Att godkänna beslutsliiggaren.

S.R.

V.W.

E.B.

§7 Val av justerare

Styrelsen beslutade:

Att välja Erik Baehre och Vilhelm Westberg till justerare.

§8 Godkännande av närvaro- och yttranderätt

Inga adjungeringar.

§9 Tempen på UG

Lisa berättade att UG under senaste mötet har tagit ett beslut efter förslag från utredningen om social hållbarhet.

§10 Tempen på Kontaktdagarna

Vilhelm och Lisa berättade att Kontaktdagarna arbetar med att planera inför minimässan den 11-12 maj, som är menat att vara ett förberedande event inför mässan till hösten. Företagsgruppen och marknadsföringsgruppen är även dem i full gång med förberedelser inför Kontaktdagarnas förberedande event. Lisa och Vilhelm rapporterade vidare att de har haft givande möten med Systemvetarna inför samarbetet kring mässan.

§11 Tempen på UEAM

Emi berättade att projektgruppen jobbar med fondfördelningsförslaget som ska presenteras på ett kommande styrelsemöte.

§12 Tempen på ansvarsområden

Erik (Ordförande) – Erik berättade att hans månadsbrev lades upp på reversen under veckan. Vidare berättade han att han ha suttit med i flera olika forum tillsammans med andra kårer, nationer och universitetet för att förebygga smittspridningen under kommande valborg. Han har även under veckan deltagit på en medieutbildning med Kuratorskonventets och universiteters medieansvariga i hur man bemöter press. Erik har även tillsammans med Lisa arbetat fram förslag på nya propositioner inför stämman, samt arbetat med att förbereda de propositioner som ska genomgå en andra läsning under vårens kommande stämma.

Lisa (Vice ordförande) – Lisa berättade att hon arbetat med att revidera Utskottsgruppens och Kontaktdagarnas budget. Hon har genomfört det första MUM-mötet tillsammans med de som är vice ordförande i ett organ eller utskott och precis som Erik deltagit på förebyggande möten angående valborg. Vidare rapporterade hon att hon haft möte med LundaEkonomernas Internal Relations Manager. De två posterna har många liknande uppgifter och då även kan gynnas av att diskutera hur man hanterar dem, speciellt när det kommer till ledarskap och motivation. Hon har även deltagit på bland annat EY-cookalong och arbetat på propositioner inför stämman.


S.R.


V.W.


E.B.

Olivia (Vice ordförande med utbildningsansvar) – Olivia berättade att hon har deltagit på ett universitetskollegiemöte där man behandlade regeringens forskningsproposition. Hon har även haft möte med fakultetsnämnden samt haft möte med de olika utredningsgrupperna i STRUT. Hennes största fokus har dock legat på att förbereda inför medlemsveckan.

Vilhelm (Vice ordförande med näringslivsansvar) – Vilhelm berättade att han har arbetat med förberedelserna av företagsevent som har genomförts under de senaste veckorna, exempelvis Hållbarhetsutbildningen med PwC, Design Thinking Case och EY-cookalong. Vidare rapporterade han att han har påbörjat avstämningar med föreningens samarbetspartners för att diskutera det kommande verksamhetsåret.

Emi (Skattmästare) – Emi berättade att hon deltagit på en del företagsevent, precis som Vilhelm och Lisa. Vidare rapporterade hon att hon arbetat med föreningens budget, löneutbetalning, fakturering av företag samt deklarerat. Hon har även arbetat fram en engelsk version av Budget- och Podioutbildningen. Senare under mötet så kommer hon presentera förslag på budgetrevidering för mars 2021.

Hanna (Styrelseledamot med Alumnansvar) – Hanna berättade att hon har arbetat med LinkedIn-gruppen för alumner och har nu uppdaterat denna så att den matchar resten av föreningens grafiska profil. Hon jobbar nu med att formulera framtida inlägg. Hemsidan och Instagrams linktree är även de uppdaterad med länkar till LinkedIn.

Saga (Sekreterare) – Saga berättade att hon arbetat med förberedelser inför stämman och att systemet med digitala signaturer fungerar fortsatt bra.

§13 Rapportering från USMOS

Erik och Emi hade inget speciellt att rapportera.

§14 Rapportering från UUFS

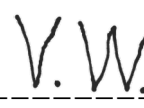
Erik och Olivia berättade att UUFS tagit beslut om att Uppsalaekonomerna från och med nästa termin kommer vara huvudskyddsombud för observatoriet. Även i detta forum har de diskuterat kommande valborg.

§15 Tempen på STRUT

Olivia berättade att STRUT på senaste mötet utvärderat forumet och dess funktioner i sin helhet. Vidare berättade Olivia att STRUT har tittat närmare på de svar de fått in gällande unde enkätundersökningen om digital examination. STRUT behandlade även fokusområden för Studiesociala rådet som ska ha sitt första möte.



S.R.



V.W.



E.B.

§16 Tempen på utredningar och projekt

Styrelseutredningar:

Föreningens ekonomi – Projektgruppen berättade att de har haft möte med Erik kring föreningens fonder och diskuterat på vilken bank dessa ska placeras.

Föreningens miljöpåverkan – Projektgruppen har inget att rapportera.

Interna kommunikationskanaler – Projektgruppen berättade att de jobbar med att framställa en intern kommunikationspolicy.

Kommunikationsstrategi – Projektgruppen berättade att de kommer presentera material senare under mötet.

Kåransökan 2022 – Projektgruppen har genomfört en kampanj och ska i framtiden jobba på en plan inför hösten.

Samarbetspartners – Projektgruppen berättade att de haft ett givande möte med Nora Malmberg och Jenny Lidman som suttit som näringslivsansvariga under tidigare terminer.

Social hållbarhet – Projektgruppen berättade att de genomfört ett möte under veckan och att de startat arbetet med ett material.

Utveckling av skattmästeriet – Projektgruppen har inget att rapportera.

Styrelseprojekt:

Föreningsstämman – Projektgruppen berättade att de har haft möte och bestämt formen på stämman samt kontaktat kandidater för stämмоordförande.

Jubileumsfirande 2021 – Projektgruppen berättade att projektgruppen är tillsatt.

Medlemsundersökningen – Projektgruppen berättade att de har arbetat med marknadsföringskampanjen för medlemsveckan och medlemsundersökningen.

Mentorskapsprogrammet – Projektgruppen berättade att de har under tillsättningsperiod #3 efterfrågat nätverksledare.

Stormöten – Projektgruppen berättade att de bestämt tema för terminens stormöte och att material kommer presenteras under mötet.

§17 Stormöte

Linnéa presenterade punkten och styrelsen fick ställa frågor på materialet.

Styrelsen diskuterade sedan kring det föreslagna ämnet och frågor som kan diskuteras under terminens stormöte.

§18 Budgetrevidering Mars

Emi presenterade punkten och styrelsen fick ställa frågor på materialet.

Styrelsen diskuterade sedan kring de föreslagna revideringarna.

Styrelsen beslutade:

Att godkänna ett reviderat resultat för mars 2021 på 185 933 kr

S.R.

V.W.

E.B.

§19 Kommunikationsstrategi

Erik presenterade punkten och styrelsen fick ställa frågor på materialet. Styrelsen diskuterade sedan kring de frågor som utredningsgruppen har tagit fram gällande mandatperiod, organisatorisk placering och tillsättning. Utredningsgruppen tar med sig svaren från styrelsen och formulerar en proposition.

§20 Sommarkursstipendiets ansökningar

Lisa presenterade de ansökningar som inkommit till styrelsen. Styrelsen diskuterade sedan underlaget.

Styrelsen beslutade:

Att välja Axel Svensson till sommarkursstipendiat 2021.

§21 Övriga punkter

A) Borgen

Erik uppdaterade styrelsen om att han har fortsatt kontinuerlig kontakt med universitetet och att på grund av det rådande smittläget så kommer Borgen fortsätta vara stängd tills något ändras i positiv riktning.

§22 Tid för nästa styrelsemöte

Nästa styrelsemöte är 2021-04-19 kl. 17:25.

§23 Mötet avslutades

Erik förklarade styrelsemötet avslutat.

S.R.

V.W.

E.B.

Vid protokollet:



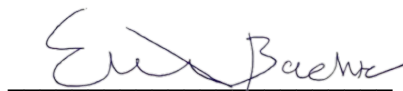
Saga Ryttegård

Sekreterare



Vilhelm Westberg

Justerare



Erik Bæhre

Justerare



S.R.



V.W.



E.B.

Kommunikationsstrategi

Projektgrupp: Erik Baehre, Hanna Olai, Ida Åström, Lisa Fälth

Presenterades: 22/3-21 & 6/4-21

1. Inledning

Syfte

Denna utredning syftar till att utreda samt åtgärda den upplevda problematiken i Föreningen Uppsalaekonomernas externa kommunikation ur ett organisatoriskt perspektiv.

2. Bakgrund

Så som verksamheten är organiserad idag har ingen av förtroendeposterna *kommunikation* som operativt ansvarsområde. Nyligen hade Marknadsföringsgruppens ordförande det "formella" ansvaret, men eftersom detta inte har fungerat i praktiken valde sittande styrelse HT20 att revidera lydelsen och istället arbeta mer grundligt med frågan. Denna utredning är frukten av det beslutet. Samtidigt är frågan i sig inte helt ny inom Uppsalaekonomerna. Utredningen tar till stor del avstamp i en snarlik utredning som genomfördes våren 2017 (daterad 4/11-17, se bilaga) som dåvarande styrelse arbetade med.

Under 2017 löd syftesformulering enligt följande: *"Att utreda hur föreningens kommunikation fungerar i dagsläget samt se över om det krävs en omstrukturering för att nå ett mer centraliserat ansvar för kommunikationen. Projektgruppen har valt att fokusera på förslag som antingen innebär en ny kommunikatörspost eller att införa ett kommunikationsansvar i en redan existerande post"*.

Styrelsen fattade senare beslutet att ordförande i Marknadsföringsgruppen tar över kommunikationsansvaret, detta i linje med dåvarande projektgrupps rekommendation: *"Projektgruppens rekommendering till styrelsen är att anta förslag 5. Detta efter input från sittande ordförande och vice ordförande i MG, samt att det är en fördel att förslaget inte kräver en ändring i varken stadgarna och reglementet. Förslaget skulle därmed kunna implementeras till nästa termin i samråd med MG"*.

2.1 Digitala kanaler samt dess ansvarsområden i föreningen

Nuvarande ansvarsfördelning för våra digitala kanaler.

Hemsidan - IT-ansvarig har ansvar över hemsidans drift samt administration. Alla förtroendevalda har ansvar för att lägga upp, samt uppdatera, innehåll som rör sin post. I praktiken kan detta dock variera då ordföranderiet tar på sig att åtgärda vissa frågor av praktiska skäl.

Mailutskick - IT har ansvar för föreningens mailutskick från företag. I praktiken kan detta dock variera då vice ordförande med näringslivsansvar har kontakten med företag och det kan därför gå snabbare att hantera det själv.

Facebook - Förtroendevalda ansvarar för att lägga upp information (dela event, inlägg etc) via sidan, samt att skapa facebookevent.

Instagram - MG har idag ansvaret för föreningens Instagram. Samtliga förtroendevalda har dock tillgång till kontot och kan lägga upp *stories* utan att samordna detta med MG.

Snapchat - FTV har tillgång till och kan använda Snapchat vid olika event. I praktiken används inte föreningens Snapchat idag.

LinkedIn - Kanalen ligger inte under någons ansvarsområde. Man måste vara admin för att kunna göra inlägg. De senaste terminerna har en styrelseledamot tagit detta ansvar.

Twitter - Rensad på gammalt innehåll och ligger idag kvar som en inaktiv profil (kan återupptas som en officiell kanal i framtiden).

2.2 Tidigare kommunikationsposter inom UE

2.2.1 Styrelseledamot med kommunikationsansvar

Styrelsen VT14/HT14 innefattade en styrelseledamot med kommunikationsansvar. Ansvaret togs bort tills nästkommande år med motiveringen att ansvarsområdet var för "luddigt". Följande information kommer från dåvarande styrelseledamot med kommunikationsansvar.

Kommunikationsansvaret var strategiskt då det innefattade att driva utredningar som relaterade till kommunikation. Ansvaret hade inte något operativt område då "det hade varit konstigt med en styrelseledamot som klampade in och rotade i utskottens kommunikation med sina medlemmar". I övrigt ansvarade personen för

Medlemsundersökningen. Posten hade inget samarbete med dåvarande Marknadsföringsutskottet. Avslutningsvis upplevde vederbörande att det saknades tydlighet i vilken befogenhet posten hade samt vilka förväntningar som fanns på denne.

Med bakgrund i detta ha projektgruppen valt att inte ha med ett förslag som att återinföra en kommunikörspost i styrelsen då det troligtvis kommer att resultera i alldeles för operativa arbetsuppgifter.

2.2.1 Ordförande i Marknadsföringsgruppen

Efter ett styrelsebeslut 2017 utsågs Ordförande i Marknadsföringsutskottet till föreningens kommunikör. Projektgruppens uppfattning, efter att ha pratat med Hanna Olai (Ordf. MG HT20) och Theo Örtengren (Ordf. MG VT18), är att rollen som föreningens kommunikör har uppfattats olika beroende på termin, mycket beroende på vad som överlämnats från tidigare utskottsordförande.

Under sin tid som kommunikör samordnade han Uppsalaekonomernas kommunikation. Förutom att hålla koll på föreningens kalender och evenemang ägnade kommunikörens sig även åt informationshämtning från utskotten och resten av föreningen. Det var inte hans ansvar som kommunikör att lägga ut material, däremot kunde han kontakta utskott och be dem lägga ut material under pågående event. På ett liknande sätt kunde han även ibland kontakta utskott som publicerade för mycket/lite för att samordna. Det var inte kommunikörens ansvar att godkänna vad som lades upp, däremot kunde han ibland säga till om det blev för mycket.

Medierna som kommunikören ansvarade för innefattade föreningens Instagram, Snapchat och LinkedIn. Kommunikören ansvarade även för att rätt information lades upp i rätt grupper på Facebook, t ex. "Engagera dig i Uppsalaekonomerna".

2.4 Benchmark

I arbetet med benchmark har ett dokument med frågor skickats ut till följande studentorganisationer: Södermanlands-Nerikes nation, Stockholms nation, Föreningen Ekonomerna, SASSE, LundaEkonomerna och Kontaktdagarna (UE). Dokumentet med frågor (och dess svar) finns i sin helhet som en bilaga till denna utredning.

Då kårernas/nationernas organisationsstruktur skiljer sig från varandra (och inte minst från Uppsalaekonomernas) är det en utmaning att översätta vissa funktioner mot varandras. Benchmarken har inte varit av tyngd för fortsatt arbete med

Uppsalaekonomernas organisation, däremot har det tjänat som förståelse för hur andra studentorganisationer valt att samordna sitt arbete med marknadsföringen.

Benchmarken i sin helhet går att återfinna som bilaga, men kommer inte att ligga till grund för denna utredning.

2.5 Kommunikation i styrdokument

2.5.1 Marknadsföringsgruppen i Reglemente

Kapitel 5: Marknadsföringsgruppen

Skall ansvara för föreningens interna och externa marknadsföring.

Kapitel 6c: Marknadsföringsgruppen (*Dagens lydelse (MG), sedan 20/12/2020*)

Marknadsföringsgruppen (MG) leds av en ordförande och en vice ordförande. Tillsammans ansvarar de för MGs interna möten och kommunikation, samt för kommunikationen mellan MG och övriga utskott. Vidare ansvarar de för rekryteringen av medlemmar till MG inför varje termin, uppstartsmöten, löpande coachning samt dokumentation.

Marknadsföringsgruppen är ett övrigt operativt organ vars primära uppgift är att marknadsföra föreningens projekt. Varannan vecka har MG möte för att brainstorma, diskutera och utbyta kunskaper & idéer med varandra.

Marknadsföringsgruppen är en del av föreningens utskottsgrupp, där MGs ordförande också deltar på UG- möten som hålls varannan vecka under terminerna. Innan mötena rapporterar ordförande om hur arbetet fortlöper inom gruppen.

Tillsammans med övriga förtroendevalda medverkar ordförande och vice ordförande i diverse gemensamma föreningsaktiviteter såsom överlämningshelg, kickoffhelg och interna utbildningar.

Kapitel 6c: Marknadsföringsgruppen (*Tidigare lydelse (MG), 2019*)

Marknadsföringsgruppen (MG) leds av en ordförande och en vice ordförande. Tillsammans ansvarar de för MGs interna möten och kommunikation, samt för kommunikationen mellan MG och övriga utskott. Vidare ansvarar de för rekryteringen av medlemmar till MG inför varje termin, uppstartsmöten, löpande coachning samt dokumentation. MGs ordförande är föreningens kommunikatör och ansvarig för föreningens marknadsföringsstrategi samt den centrala kommunikationen.*



Marknadsföringsgruppen är ett övrigt operativt organ vars primära uppgift är att marknadsföra föreningens projekt. Varannan vecka har MG möte för att brainstorma, diskutera och utbyta kunskaper & idéer med varandra.

Marknadsföringsgruppen är en del av föreningens utskottsgrupp, där MGs ordförande också deltar på UG-möten som hålls varannan vecka under terminerna. Innan mötet rapporterar ordförande om hur arbetet fortlöper inom gruppen.

Tillsammans med övriga förtroendevalda medverkar ordförande och vice ordförande i diverse gemensamma föreningsaktiviteter såsom överlämningshelg, kickoffhelg och interna utbildningar.

***Styrelsens kommentar när lydelsen togs bort:** *"Detta stämmer inte i praktiken och håller just nu på att utvärderas i kommunikationsstrategiutredningen."*

2.6 Styrdokument i praktiken

Marknadsföringsgruppens nuvarande arbetsuppgifter:

- Ansvarig för marknadsföring av föreningens projekt
- Ansvarig för föreningens marknadsföring
- Leder marknadsföringsgruppen
- Ansvarar för intern kommunikation i marknadsföringsgruppen samt interna möten
- Ansvariga för Uppsalaekonomernas instagram
- Ansvariga över föreningens grafiska profil
- Hanterar MGs utrustning inkluderat kamera, kameratillbehör, MG-datorer
- Skapar allt grafiskt material för föreningens verksamhet

3. Problematisering

Organisationsglapp:

I nuläget, i och med att meningen "MGs ordförande är föreningens kommunikatör och ansvarig för föreningens marknadsföringsstrategi samt den centrala kommunikationen." tagits bort från Reglementet anser projektgruppen att det finns ett glapp i organisationen. I och med att MGs ordförande inte längre är föreningens kommunikatör - *vem är då det?*

4. Förslag på åtgärd

4.1 Att införa en post som kommunikatör

Nedan står de generella arbetsuppgifterna som projektgruppen anser bör tillkomma oavsett vilken organisatorisk plats kommunikatören får. Vissa av förslagen innefattar dock ytterligare exempel på arbetsuppgifter.

Förslag på arbetsuppgifter:

- Ansvarig för att innehållet på hemsidan är uppdaterad samt slidern på startsidan
- Ansvarig för central marknadsföring
- Ansvarig för LinkedIn
- Ansvarig för ett eventuellt veckomail
- Ansvarig för meddelanden som kommer till Facebook-pagen
- Överlämningsdokument kommunikatör

Fördelar:

- En person blir ansvarig för kommunikationen utåt
- 15 timmar i veckan åsidosätts för arbetet som kommunikatör
- Avlastar ordföranderiet som annars ofta får ta hand om det som "trillar mellan stolarna"
- Återkommande händelser som t ex "tacka ja till kurser" kommer att kommuniceras ut kontinuerligt
- Sista-minuten requests till MG kommer bli färre och därmed underlätta deras roller
- Hemsidan kommer att uppdateras löpande och ha ett med kvalitativt innehåll

Nackdelar:

- Kostnad för ny förtroendevaldpost
- Svårt att förutspå arbetsbelastningen för en helt ny post

4.2 Organisatorisk plats

Förslag 1: Kommunikatör som eget organ

Fördelar:

- Tydligt ansvarsområde
- "Oberoende" mot andra delar av verksamheten

Nackdelar:

- Ingen tydlig samhörighet.
- Kostnad för ny förtroendevaldapost

Förslag 2: Kommunikatör som en del av
MarknadsföringsgruppenFördelar:

- Har en naturlig koppling till MG, då rollen innefattar marknadsföring.
- Kommer underlätta kommunikationen mellan kommunikatör och MG vid grafiskt material.
- Ger tydligare arbetsdelning mellan posterna MG och kommunikatör om deras arbetsuppgifter finns med i samma överlämningsdokument/styrdokument.

Nackdelar:

- Krävs att det upprättas ett tydligt dokument med vem som gör vad för att det inte ska bli rörigt mellan posterna.
- Finns ingen tydlig koppling till vice och ordf i MG, då de har helt olika arbetsuppgifter.
- Oklart huruvida denna person ska vara en del av marknadsföringsgruppen (alltså MG-medlemmarna), vilket gör strukturen i MG rörig för utomstående.
- Oklart för utomstående, t ex förtroendevalda eller projektgrupper, vem man ska kontakta i vilket ärende, ordf i MG eller kommunikatör

4.3 Förslag på mandatperiod

Förslag 1: En termin

Fördelar:

- Attraktivt med en enterninspost
- Kan vara en ganska intensiv post att sitta på och därmed "orkar" man kanske bara en termin med högt tempo
- Arbetsuppgifterna är enformiga och därmed finns det inte så mycket utvecklingspotential till termin 2 och motivation kan tappas
- Posten kräver mycket ansvar, så om vi skulle tillsätta en person som inte utför jobbet optimalt sitter denne endast en termin

Nackdelar:

- Mer upplärning krävs
- Överlämning kommer bli betydande för att inte förlora värdefull kunskap

Förslag 2: Två terminer

Fördelar:

- Att personen hinner komma in i rollen väl
- Inger viss legitimitet att uppdraget är långt

Nackdelar:

- Söktryck kan eventuellt minska
- Posten ges inte varje termin och vi kan missa bra kandidater som just blivit intresserade av att engagera sig
- Posten kan upplevas som mer svårtillgänglig
- Arbetsuppgifterna kan upplevas som enformiga att ägna sig åt i två terminer
- Viktigt att kommunikatören inte blir "avklivande"

4.4 Förfarande

Stadgeändring:

- Det tar två ordinarie stämmor för propositionen att träda i kraft
- Antingen regleras tillsättningen av Kommunikatören i kap 5 (Föreningsstämma), eller i kap 6 (Styrelsen) beroende på vem vi vill ska fatta beslutet
- Det framgår tydligt (utifrån våra stadgar) att kommunikatören ska väljas in i föreningen varje termin/år (beroende på hur det stadgas in på Höst-/Vårstämma, §15 och §16)

Om vi väljer att gå vidare med detta förslag kommer propositionen gå upp för först läsning VT21 och andra läsning HT21. Förutsatt att denna röstas igenom kommer posten kommunikator att kunna utlysas till extrastämman HT21 alternativt tillsättas av styrelsen. Detta innebär att Föreningen Uppsalaekonomerna skulle kunna ha sin första kommunikator VT22.

Rekommendation:

Projektgruppens rekommendation är att införa en kommunikatör som organisatoriskt är en del av marknadsföringsgruppen och vars mandatperiod sträcker sig över en termin.

Handlingsplan:

Ett eventuellt beslut i frågan är i så fall förordat med visst efterarbete. Detta enligt följande:

1. Arbeta fram och propositionens lydelse inför stämman
2. Utarbeta en detaljerad handlingsplan för hur kommunikatören ska arbeta; isolerat såväl som med andra organ/utskott
3. Utvärdera huruvida kommunikatören som resurs kan nyttjas i relation till föreningens IT-ansvarig, då deras tilltänkta arbetsuppgifter möjligen kan överlappa

Frågor till Styrelsen:

1. Var tycker styrelsen att kommunikatören bör tillsättas, rent organisatoriskt?
 - a. Som en del av Marknadsföringsgruppen
 - b. Som ett eget organ
2. Hur tycker styrelsen att posten kommunikatör bör tillsättas?
 - a. Föreningsstämman
 - b. Av styrelsen
3. Vad tycker styrelsen är en lämplig mandatperiod för en kommunikatör?