

## Innehåll

Kommunikationsansvarig.....	2
PR-gruppen.....	3
Chefredaktör för Press Judicata.....	4
Layoutansvarig för Press Judicata.....	6
Skribent .....	7
Fotograf .....	8
Filmproduktionsansvarig.....	9
Poddmästare .....	10
Merchandiseansvarig.....	10

## Kommunikationsansvarig

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Kommunikationsansvarig är ordförande för kommunikationsutskottet och har till uppgift att leda och utveckla kommunikationsutskottets alla undergrupper och är ytterst ansvarig för JFs externa kommunikation. Kommunikationsansvarig ska säkerställa marknadsföringens kvalitet och i den ge utrymme för ämbetsmännens egen kreativitet.

Kommunikationsansvarig sitter även i PR-gruppen med särskilt ansvar för gruppens ledning och löpande arbete.

Kommunikationsansvarig är ledamot av Juridiska föreningens styrelse och deltar där aktivt i den strategiska ledningen av kåren som helhet.

### *Det åligger kommunikationsansvarig att*

- vara ytterst ansvarig för kårens externa kommunikation
- leda kommunikationsutskottets löpande verksamhet och regelbundet ha möten med utskottets förtroendevalda
- leda PR-gruppens arbete och löpande utveckla verksamheten
- bistå utskottets undergrupper med de medel som behövs för utveckling och drift
- vara kontaktperson för frågor rörande JFs externa kommunikation
- vara ansvarig utgivare för Press Judicata
- ansvara för att utskottets respektive budgetposter planeras, hålls och följs upp
- tillsammans med styrelsen upprätta verksamhetsplan för nästkommande verksamhetsår och verksamhetsberättelse för föregående verksamhetsår
- i början av varje termin planera in styrelsemöten för hela terminen
- delta i styrelsemöten och vara väl förberedd inför dessa
- inför varje styrelsemöte inkomma med ett skriftligt meddelande till sekreteraren
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### *Uppskattad tid*

Ämbetets tidsåtgång kan variera från 7 till 20 arbetstimmar i veckan, men kan också i perioder vara mindre eller mer beroende på hur mycket representation som är inbokad och i vilken utvecklingsfas utskottet är i som kräver olika antal och långa möten, samt varierande mängd administration.

### *Utvecklingsmöjligheter*

Det finns ett stort utrymme för utveckling av rutiner, administrering och funktion. Generella dokument för kommunikationsutskottets arbete behöver, och kommer alltid behöva uppdateras och upprättas. Dessutom jobbar detta utskott konstant med att förnya och förbättra JFs marknadsföring och professionalisera och fräscha upp kårens externa kommunikation. Utskottet är med andra ord ett ständigt och snabbt utvecklande organ inom JF och är därmed öppet för förändringar.

## ***Du bör söka till kommunikationsansvarig om du***

- har ett intresse för kommunikation
- har sinne för vad som är god, professionell och estetiskt tilltalande kommunikation
- har en vision för JF:s varumärke
- är en god ledare som kan stötta, lyssna och lära ut
- är initiativtagande, driftig och målmedveten

## ***Vad som gör ämbetet roligt***

Som kommunikationsansvarig får du möjlighet att träna upp din ledarskapsförmåga för många olika undergrupper samtidigt. Dels får du träffa och ha nära kontakt med många av våra fantastiska ämbetsmän, spåna idéer och förverkliga dessa och aktivt jobba för en ständigt förnyad marknadsföring av kåren. Du får också träffa många spännande människor i arbetet som representativ styrelseledamot och har möjlighet att förändra kåren i styrelsearbetet. Gillar du ledarskap, kommunikation och människor är detta ämbetet för dig! Och, som en bonus, så får du KK-kort under avgående termin.

## ***För mer information,***

Kontakta nuvarande kommunikationsansvarig på [kommunikation@jf-uppsala.se](mailto:kommunikation@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad hösten 2021.*

## **PR-gruppen**

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

PR-gruppen ansvarar för föreningens information, såväl internt som externt. Målsättningen är att nå ut med nödvändig information om föreningens verksamhet till dess medlemmar.

PR-gruppen består av sex PR-assistenter och Kommunikationsansvarig - som har ett övergripande ansvar för gruppens ledning och arbete.

## ***Det åligger PR-gruppen i sin helhet att***

- samarbeta med övriga grupper i föreningen kring deras marknadsföring
- samordna JF:s marknadsföring och se till att den når medlemmarna i så god tid som möjligt
- verka för att JF:s marknadsföring är tydlig, enhetlig och estetiskt tilltalande
- förvalta och utveckla JF:s grafiska profil och mallar
- förvalta JF:s sociala medie-kanaler, hemsida samt PR-mejlorgen
- upprätta och förvalta riktlinjer för JF:s kommunikation på sociala medier
- praktiskt ta fram fysisk och digital marknadsföring
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

## ***Det åligger Kommunikationsansvarig särskilt att***

- leda PR-gruppen i dess arbete, inklusive att delegera arbete till gruppens assistenter
- ta särskilt ansvar för enhetlighet och långsiktighet i föreningens marknadsföringskanaler

- ha översikt över föreningens verksamhet och ta initiativ till marknadsföring
- förvalta JF:s marknadsföringsbudget tillsammans med ekonomiansvarige
- företräda PR-gruppen gentemot förening och styrelse

### ***Uppskattad tid***

Beroende på vilken marknadsföring föreningen är i behov av kan det ta allt från en till fyra timmar i veckan, eller mer/mindre enstaka veckor. För Kommunikationsansvarig förväntas att några ytterligare timmar i veckan läggas på samordnings- och utvecklingsarbete.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Föreningens PR-arbete är under stort behov av översyn, både vad gäller att ta fram en fullständig, flexibel och lämplig grafisk profil men också vad gäller att medvetandegöra den hos ämbetsmännen och se till att marknadsföringen centraliseras och görs enhetlig. I detta ligger stort utrymme för dina egna idéer att ta plats.

### ***Du bör söka till PR-gruppen om du***

- är intresserad av marknadsföring, grafik och kommunikation
- är noggrann och kreativ
- kan Photoshop och InDesign – eller vill lära dig

### ***Vad som gör ämbetet roligt***

I PR-gruppen får du möjligheten att påverka JF:s ansikte utåt och lite ansträngning kan ge stor utdelning på kort tid. Man får chansen att sätta sin prägel på en stor del av det innehåll som JF publicerar. Dessutom är det ett i högsta grad kreativt ämbete.

### ***För mer information,***

Kontakta nuvarande PR-grupp på [pr@jf-uppsala.se](mailto:pr@jf-uppsala.se) eller Kommunikationsansvarig på [kommunikation@jf-uppsala.se](mailto:kommunikation@jf-uppsala.se)

*Senast uppdaterad hösten 2021.*

## **Chefredaktör för Press Judicata**

**Ämbetsperiod:** 1 år, biträdande chefredaktör väljs på båda ordinarie stämmorna och sitter en termin som biträdande chefredaktör och därefter en termin som ordinarie chefredaktör.

Press Judicata (PJ) är Juridiska föreningens tidskrift. Dess syfte är att vara en kommunikationskanal för Juridiska föreningen samt bidra till att ge alla medlemmar en chans att låta sin röst bli hörd gentemot övriga medlemmar. Tidningen går bl.a. ut till alla JF:s medlemmar och våra samarbetspartners. Gruppen består av en redaktion på fyra personer: En chefredaktör, en biträdande chefredaktör, en layoutansvarig och en biträdande layoutansvarig. Därutöver finns flertalet skribenter.

Chefredaktören har det övergripande ansvaret för att PJ kommer i tryck enligt utgivningsplanen, i dag två gånger på vårterminen och tre gånger på höstterminen. Det är därmed dennes uppgift att se till att tidningen fylls med intressant och relevant material från studenter, intervjuer och vad annat som kan tänkas förekomma i JF:s tidskrift. Chefredaktören för även kontakten mellan redaktionen och tryckeriet samt eventuella övriga parter som är inblandade i publiceringen av

tidskriften. Dessutom fördelar chefredaktören arbetsuppgifter mellan redaktionsmedlemmarna om det behövs.

### ***Det åligger chefredaktören för Press Judicata att***

- vid terminsstart fastslå deadlines för artiklar, layout och tryck
- insamla texter till respektive utgåva av tidningen
- tillsammans med PR-gruppen marknadsföra möjligheten för studenter att bli publicerade i Press Judicata
- säkerställa att annonser är korrekta och korrekt placerade
- tillse att erforderlig korrekturläsning av varje utgåva sker innan utgåvan skickas för tryck
- leda och fördela arbetet inom redaktionen och till skribenterna, inklusive att vid behov delegera ovanstående uppgifter inom redaktionen på ett ändamålsenligt sätt
- kontinuerligt fortbilda biträdande chefredaktören i chefredaktörens roll under terminens gång
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt överlämningspolicyn

### ***Det åligger biträdande chefredaktören för Press Judicata att***

- delta aktivt i redaktionens arbete
- representera Press Judicata i Kuratorskonventets tidningskonvent
- aktivt söka lära sig chefredaktörens arbetsuppgifter inför nästkommande termin

### ***Uppskattad tid***

Chefredaktörens arbetsbelastning varierar beroende på hur arbetet läggs upp och hur många texter som redaktionen själva väljer att författa respektive hur mycket material som kommer in från studenterna. De två sista veckorna innan tryck ökar arbetsbelastningen mer då allt ska färdigställas och korrekturläsas. Uppskattningsvis kan man lägga i genomsnitt en timme i veckan löpande för kommunikation och planering, medan ett par timmar per dag är snitt sista veckan innan tryck. Arbetsbelastningen kan såklart variera beroende på chefredaktörens personliga ambitionsnivå och arbetsfördelningen inom redaktionen.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Möjligheten att utveckla och forma tidningen är i princip gränslösa (inom ramen för tryckfrihetens gränser och partipolitisk och religiös obundenhet).

### ***Du bör söka till chefredaktör för Press Judicata om du***

- någon gång i ditt liv haft journalistambitioner
- är en god skribent och har sinne för vad som är en god text
- är driftig och initiativtagande
- är en god ledare för mindre grupper

### ***Vad som gör ämbetet roligt***

Du får driva en egen tidning (!), vilket innebär att du får vara med i skapandet från första ordet till tryck. Tycker man om att skriva text, krönikor och artiklar så får man genom Press Judicata verklig möjlighet att få utlopp för sin kreativitet, dessutom i ett forum som går ut till alla JF:s medlemmar.

## ***För mer information,***

Kontakta nuvarande chefredaktör på [redaktion@jf-uppsala.se](mailto:redaktion@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019.*

## Layoutansvarig för Press Judicata

**Ämbetsperiod:** 1 år, biträdande layoutansvarig väljs på båda ordinarie stämmorna och sitter en termin som biträdande layoutansvarig och därefter en termin som ordinarie layoutansvarig.

Press Judicata (PJ) är Juridiska föreningens tidskrift. Dess syfte är att vara en kommunikationskanal för Juridiska föreningen samt bidra till att ge alla medlemmar en chans att låta sin röst bli hörd gentemot övriga medlemmar. Gruppen består av en redaktion på fyra personer: En chefredaktör, en biträdande chefredaktör, en layoutansvarig och en biträdande layoutansvarig. Därutöver finns flertalet skribenter.

De layoutansvariga ansvarar för att tidningen praktiskt blir till och är estetiskt tilltalande nog för att läsas. Arbetsprogrammet är InDesign.

### ***Det åligger layoutansvarig för Press Judicata att***

- ansvara för att varje utgåva av Press Judicata är färdig för inskick till tryckeriet i tid
- ta till sig JF:s och tidningens grafiska profil, och vid behov modifiera den senare
- ta till sig och säkerställa att tidningen har rätt inställningar för utfall, bildupplösning och färg
- delta aktivt i redaktionens arbete
- säkerställa att annonser är korrekta och korrekt placerade
- kontinuerligt fortbilda biträdande layoutansvarige i layoutansvariges roll under terminens gång
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### ***Det åligger biträdandelayoutansvarig för Press Judicata att***

- delta aktivt i redaktionens arbete
- bistå i arbetet med att ta fram varje utgåvas layout
- aktivt söka lära sig layoutansvariges arbetsuppgifter inför nästkommande termin

### ***Uppskattad tid***

Löpande under terminen krävs inte mer än ett par timmar, men två-tre gånger inför varje nummer krävs det åtminstone åtta till sexton timmar för att göra layouten, som kan läggas upp över en eller flera dagar under en vecka. Även om layoutansvarig har större ansvar ska biträdande layoutansvarig vara beredd på att lägga lika mycket tid själv för att kunna lära sig det som behövs.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Möjligheten att utveckla och forma tidningen är i princip gränslösa (inom ramen för tryckfrihetens gränser och partipolitisk och religiös obundenhet).

## ***Du bör söka till layoutansvarig för Press Judicata om du***

- någon gång i ditt liv haft journalist- eller grafikerambitioner
- har gott estetiskt omdöme
- vill kunna sätta din egen prägel på en tidning som når ut till alla juriststudenter i Uppsala
- är driftig och initiativtagande

## ***Vad som gör ämbetet roligt***

Du får praktisk erfarenhet av grafik och av att ta fram en egen tidning (!), vilket innebär att du får vara med i skapandet från första ordet till tryck. Du har goda möjligheter till att få utlopp för din kreativitet, dessutom i ett forum som går ut till alla JF:s medlemmar.

## ***För mer information,***

Kontakta nuvarande layoutansvarig på [redaktion@jf-uppsala.se](mailto:redaktion@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019.*

## **Skribent**

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Skribentens uppgift är att skriva läsvärda texter till Press Judicata. Härigenom kan skribenten nå många studenter med sina texter men utan det större ansvar som ligger på redaktionen.

## ***Det åligger skribent att***

- författa läsvärda texter till Press Judicata inom de ramar som chefredaktören ger
- följa de teman som präglar varje utgåva av Press Judicata
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

## ***Uppskattad tid***

Varierar efter texten som författas, och om det utrymme som finns i den kommande upplagan av Press Judicata. Under terminens gång borde arbetet inte ta upp mer än 20 timmar.

## ***Utvecklingsmöjligheter***

Rollen är ny med stora utvecklingsmöjligheter. Ämbetet kan alltså formas efter vad du känner är rätt. Du lär dig även författa texter utanför det juridiska skrivandet.

## ***Du bör söka till skribent om du***

- gillar att skriva
- inte vill ha allt ansvar som följer av att vara med i redaktionen

## ***Vad som gör ämbetet roligt***

Att skriva texter om ämnen du brinner för är kul! Du kanske har en ny synvinkel på ett ämne som du vill dela med dig av, eller så vill du bara skriva något underhållande.

## ***För mer information,***

Kontakta nuvarande redaktion på [redaktion@jf-uppsala.se](mailto:redaktion@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad hösten 2020.*

## Fotograf

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Fotografens uppgift är att dokumentera JF:s verksamhet i bild och publicera bilderna i våra olika marknadsföringskanaler. På sätt är fotografen en central del av att bygga JF:s varumärke. JF har två fotografer som fördelar uppdragen mellan sig.

### ***Det åligger fotograf att***

- medverka och fotografera under receveckan, sittningar och andra evenemang av vikt som anordnas av JF
- hålla sig uppdaterad om vilka evenemang som anordnas och ta initiativ till fotografering
- redigera och publicera de bilder som tagits på JF:s sociala medie-kanaler och på hemsidan
- samverka med Press Judicata för att ta bilder till tidningen
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### ***Uppskattad tid***

Varierar beroende på vilka tillställningar som sker en viss vecka. Receveckan tar mest tid i anspråk. Utöver den tid som läggs på fotografering krävs några timmar per tillställning för urval, redigering och vattenstämpling. I snitt handlar det dock inte om mer än två till tre timmar i veckan. Fotograferna måste dock vara lättillgängliga eftersom förfrågningar om fotografering ibland kan komma med kort varsel.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Vi använder oss fortfarande inte av bild i vår kommunikation så mycket som vi borde, och det finns därför gott om utrymme för att fotografera mer och på fler evenemang än vad som görs idag.

### ***Du bör söka till fotograf om du***

- gillar att fotografera
- trivs med att mingla runt i bakgrunden på tillställningar och liknande

### ***Vad som gör ämbetet roligt***

Fotografering är kul! Fotografen får också ofta biljett till tillställningar gratis i utbyte mot fotoarbetet.

### ***För mer information,***

Kontakta nuvarande fotograf på [media@jf-uppsala.se](mailto:media@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019.*



## Filmproduktionsansvarig

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Som filmproduktionsansvarig ansvarar du för framtagning, design och redigering av JF:s filmer som kan användas för att marknadsföra enskilda tillställningar eller föreningen i stort. Din uppgift är att med snygga sekvenser, väl valda effekter och med en skärpa för detaljer skapa högkvalitativa filmer som kan användas för att visa upp föreningens evenemang och dagliga verksamhet på ett så förtroendeingivande sätt som möjligt.

### ***Det åligger filmproduktionsansvarig att***

- medverka och filma inför och under receveckan, sittningar och andra evenemang av vikt som anordnas av JF
- hålla sig uppdaterad om vilka evenemang som anordnas och ta initiativ till filmproduktion
- redigera och publicera de filmer som producerats på JF:s sociala medie-kanaler och på hemsidan
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### ***Uppskattad tid***

Varierar beroende på vilka tillställningar som sker en viss vecka. Utöver den tid som läggs på själva filmandet krävs några timmar per tillställning för urval, redigering och vattenstämpling. I snitt handlar det dock inte om mer än två till tre timmar i veckan. Filmproduktionsansvariga måste dock vara lättillgängliga eftersom förfrågningar om filmning ibland kan komma med kort varsel.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Vi använder oss fortfarande inte av rörlig bild i vår kommunikation så mycket som vi borde, och det finns därför gott om utrymme för att använda oss av det mer och i samband med fler evenemang än vad som görs idag.

### ***Du bör söka till filmproduktionsansvarig om du***

- gillar att filma
- trivs med att mingla runt i bakgrunden på tillställningar och liknande

### ***Vad som gör ämbetet roligt***

Film är kul! Eftersom ämbetet är förhållandevis nytt är utvecklingsmöjligheterna också stora.

### ***För mer information,***

Kontakta nuvarande filmproduktionsansvarig på [media@jf-uppsala.se](mailto:media@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019.*

## Poddmästare

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Som Poddmästare ansvarar du för JF-podden. Du får själv välja vad avsnitten handlar om och du har möjlighet till att ta in egna intervjuobjekt. Poddmästaren kan t.ex. vara ensam programledare, vara programledare men välja en kollega, eller lägga över programledaransvaret på andra. Valet är i stort sett ditt. Då podden är sponsrad av vår huvudsamarbetspartner Cederquist finns också goda kontaktytor med dem som poddmästare.

### *Det åligger poddmästare att*

- planera poddavsnitt och schema för när de ska släppas
- spela in och redigera poddavsnitten samt publicera dem där poddar finns
- följa riktlinjerna från Cederquist, inklusive att spela in minst ett avsnitt tillsammans med dem
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### *Uppskattad tid*

Tiden är i hög grad fri att disponera, men en rimlig målsättning är att släppa ett avsnitt i månaden. För det krävs cirka åtta till tolv timmar i månaden att lägga på planering, produktion och producering samt marknadsföring av podden i samråd med PR-gruppen. Den som vill kan dock släppa fler och mer genomarbetade avsnitt och därmed lägga ner mer tid.

### *Utvecklingsmöjligheter*

Förutom att skapa rutiner handlar det för poddens del inte så mycket om utveckling, utan om inriktning. Varje poddmästare har goda möjligheter att – inom givna ramar – skapa sin egen touch på podden.

### *Du bör söka till poddmästare om du*

- är iderik, men kan förhålla dig till givna ramar
- kan planera med framförhållning
- gillar att höra din egen röst

### *Vad som gör ämbetet roligt*

Du får chansen att göra något kreativt och givande, samtidigt som du får ytterligare tillfällen att träffa intressanta människor. Det är ett roligt ansvar att driva podden eftersom det finns en publik som uppskattar det du gör

### *För mer information,*

Kontakta nuvarande poddmästare på [media@jf-uppsala.se](mailto:media@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019*

## Merchandiseansvarig

**Ämbetsperiod:** 1 år, väljs på höstens ordinarie stämma och sitter 1 januari – 31 december.

Den merchandiseansvariga ansvarar för att ta fram och köpa in JF-profilprodukter ("merch"). Vilket utbud och vilka priser JF ska ha styrs i hög grad av den ansvariga ensam, så denne har stort utrymme för sin egen kreativitet och sina egna åsikter.

### ***Det åligger merchandiseansvarig att***

- ta fram nya profilprodukter när det är påkallat
- köpa in profilprodukter och se till att de kontinuerligt finns i lager på Jontes och Ihregården
- ta fram en prislista på profilprodukter och se till att aktuell sådan finns på Jontes stuga
- tillsammans med PR-gruppen marknadsföra JF:s merchandise
- inventera merchandiselagret vid räkenskapsårets slut i samråd med ekonomiansvarig
- vid avslutat ämbete lämna över till sin efterträdare, både muntligen och skriftligen, enligt *överlämningspolicyn*

### ***Uppskattad tid***

Tiden är i hög grad fri att disponera, men några timmar i veckan bör läggas på planering av inköp och framtagande av produkter. Det är viktigt att vara initiativtagande för att driva sortimentet framåt, eftersom man i hög grad jobbar ensam.

### ***Utvecklingsmöjligheter***

Både utbudet av profilprodukter och marknadsföringen av de befintliga produkterna är definitivt utvecklingsområden.

### ***Du bör söka till merchandiseansvarig om du***

- är både strukturerad och idérik
- är initiativtagande
- trivs med att jobba ensam
- har gott estetiskt omdöme

### ***Vad som gör ämbetet roligt***

Du får chansen att göra något kreativt och givande, och kanske får du se dina medstudenter vandra runt i Uppsala med profilprodukter som just du har tagit fram – en lyx som få förunnas.

### ***För mer information,***

Kontakta nuvarande merchandiseansvarig på [merchandise@jf-uppsala.se](mailto:merchandise@jf-uppsala.se).

*Senast uppdaterad våren 2019.*