

Должностная инструкция менеджера по рекламе

УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор
Фамилия И.О. _____
« _____ » _____ г.

1. Общие положения

1.1. Менеджер по рекламе относится к категории руководителей.

1.2. Назначение на должность менеджера по рекламе и освобождение от нее производится приказом генерального директора организации по представлению менеджера по персоналу.

1.3. Менеджер по рекламе подчиняется непосредственно генеральному директору организации.

1.4. На время отсутствия менеджера по рекламе его обязанности выполняет другой специалист, назначенный приказом генерального директора организации, который приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

1.5. На должность менеджера по рекламе назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование (по специальности менеджмент) или высшее профессиональное образование и дополнительную подготовку в области менеджмента и стаж работы по специальности не менее двух лет.

1.6. Менеджер по рекламе должен знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность;
- основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса;
- конъюнктуру рынка;
- порядок ценообразования и налогообложения;
- теорию и практику менеджмента;
- организацию рекламного дела;
- средства и носители рекламы;
- основы делового администрирования, маркетинга;
- формы и методы ведения рекламных кампаний;
- порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний;
- этику делового общения;
- основы социологии, общую и специальную психологию;
- основы технологии производства, структуру управления предприятием, перспективы инновационной и инвестиционной деятельности;
- основы организации делопроизводства;
- современные средства сбора и обработки информации;
- средства вычислительной техники, коммуникаций и связи;
- формы и методы работы с персоналом, мотивации труда;
- законодательство о труде;
- передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела;
- правила и нормы охраны труда.

1.7. Менеджер по туризму руководствуется в своей деятельности:

- законодательными актами РФ;
- уставом организации, правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами организации;
- приказами и распоряжениями руководства;
- настоящей должностной инструкцией.

2. Функциональные обязанности менеджера по рекламе

Менеджер по рекламе выполняет следующие должностные обязанности:

- 2.1. Организует работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о преимуществах качества и отличительных свойствах рекламируемых товаров или услуг.
- 2.2. Осуществляет руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний.
- 2.3. Разрабатывает планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определяет затраты на их проведение.
- 2.4. Участвует в формировании рекламной стратегии, основанной на перспективных направлениях дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности.
- 2.5. Осуществляет выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления.
- 2.6. Определяет конкретные носители рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание.
- 2.7. Изучает рынок сбыта и покупательский спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц, на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы по профессии, возрасту, покупательской способности, полу.
- 2.8. Организует разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролирует их качество, обеспечивая наглядность и доступность рекламы, соблюдение норм общественной морали, не допуская нарушений правил конкурентной борьбы.
- 2.9. Осуществляет контроль за разработкой правил конкурентной борьбы.
- 2.10. Осуществляет контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию продукции или услуг.
- 2.11. Организует связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации и расширение внешних связей в целях совершенствования рекламной деятельности.
- 2.12. Анализирует мотивацию спроса на производимую продукцию или оказываемые услуги, организует изучение потребностей покупателей и определяет направленность проведения рекламных кампаний.
- 2.13. Поддерживает необходимые связи с другими структурными подразделениями предприятия в процессе разработки и проведения рекламных кампаний, привлекает к решению поставленных задач консультантов и экспертов, приглашает к участию в рекламе широко известных и популярных лиц, заключая с ними договоры на коммерческой основе.
- 2.14. Осуществляет руководство подчиненными сотрудниками.

3. Права менеджера по рекламе

Менеджер по рекламе имеет право:

- 3.1. Знакомиться с проектами решений директора предприятия, заместителя директора по коммерческим вопросам, иных должностных лиц, касающимися рекламной деятельности предприятия.
- 3.2. Участвовать в обсуждении вопросов, касающихся исполняемых им должностных обязанностей.
- 3.3. Вносить на рассмотрение руководства предприятия предложения по улучшению деятельности предприятия.
- 3.4. Осуществлять взаимодействие с руководителями всех (отдельных) структурных

подразделений организации по вопросам подготовки рекламных кампаний.

3.5. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.

3.6. Вносить предложения о поощрении отличившихся подчиненных ему работников, наложении взысканий на нарушителей производственной и трудовой дисциплины.

3.7. Требовать от руководства предприятия оказания содействия в исполнении своих должностных обязанностей и прав.

4. Ответственность менеджера по рекламе

Менеджер по рекламе несет ответственность за:

4.1. Ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией — в пределах, определенных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.

4.2. Правонарушения, совершенные в процессе осуществления своей деятельности, — в пределах, определенных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.

4.3. Причинение материального ущерба — в пределах, определенных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.