

# Должностная инструкция менеджера по PR, Должностная инструкция менеджера по связям с общественностью

## 1. Общие положения

- 1.1. PR-менеджер относится к категории специалистов.
- 1.2. PR-менеджер назначается на должность и освобождается от нее приказом генерального директора.
- 1.3. PR-менеджер подчиняется непосредственно генеральному директору / директору по PR и маркетингу.
- 1.4. На должность PR-менеджера назначается лицо, отвечающее следующим требованиям: высшее профессиональное образование по специальности «Связи с общественностью» или высшее профессиональное образование и специальную дополнительную подготовку, опыт работы по специальности от года.
- 1.5. На время отсутствия PR-менеджера его права и обязанности переходят к другому должностному лицу, о чем объявляется в приказе по организации.
- 1.6. PR-менеджер должен знать:
  - основы маркетинга;
  - общую методологию PR, методы определения целевых аудиторий, принципы планирования и проведения PR-кампаний;
  - методику работы со средствами массовой информации, порядок организации и подготовки пресс-релизов, информационных сообщений, медиа-китов;
  - основные принципы клиентского PR, внутрикорпоративного PR, кризисного PR, иных видов PR;
  - законодательство о рекламе;
  - состав информации, являющийся государственной, служебной и коммерческой тайной, порядок ее защиты и использования.
- 1.7. PR-менеджер руководствуется в своей деятельности:
  - законодательными актами РФ;
  - Уставом организации, Правилами внутреннего трудового распорядка, другими нормативными актами компании;
  - приказами и распоряжениями руководства;
  - настоящей должностной инструкцией.

## 2. Должностные обязанности PR-менеджера

PR-менеджер выполняет следующие должностные обязанности:

- 2.1. Организует работу по связям с общественностью и средствами массовой информации.
- 2.2. Разрабатывает стратегию общения с представителями общественности и средствами массовой информации и фирменный стиль компании, план мероприятий по формированию или корректировке имиджа корпоративной культуры компании.
- 2.3. Разрабатывает план проведения PR-кампаний, составляет прогнозы влияния на имидж предприятия тех или иных планируемых акций.
- 2.4. Определяет бюджет PR-кампаний.
- 2.5. Организует пресс-конференции, брифинги, медиа-киты, бэкграунды, интервью руководителей компании в средствах массовой информации.
- 2.6. Организует подготовку пресс-релизов о деятельности компании, корпоративных бюллетеней, иных информационных материалов о деятельности предприятия для средств массовой информации, готовит публичную отчетную документацию компании.
- 2.7. Изучает отношение к деятельности компании, организует опросы, анкетирование и интервьюирование общественности.
- 2.8. Информировывает руководство предприятия о результатах опросов общественного мнения (потребителей, средств массовой информации, представителей властных структур, партнеров

и клиентов предприятия, пр.).

2.9. Использует информационные поводы (выставки, презентации, события, пр.), чтобы извлечь пользу для имиджа компании от привлечения общественного внимания через прессу без прямой рекламы.

2.10. Анализирует предложения по участию предприятия в организации разнообразных акций (выставок, пресс-конференций, презентаций, фестивалей, благотворительных акций и пр.), дает заключение о возможности совместного участия в PR-акциях, проводимых сторонними организациями.

2.11. Анализирует эффективность проведенных PR-кампаний.

2.12. Обобщает, анализирует и доводит до сведения руководства компании материалы средств массовой информации о компании (товарах, услугах), не инициированные предприятием и PR-персоналом предприятия.

2.13. Реагирует на высказывания в адрес предприятия критических замечаний (готовит ответные выступления, пресс-конференции, организует разъяснение и комментирование критики в иных формах).

2.14. Анализирует PR-стратегии конкурентов, выявляет их сильные и слабые стороны.

2.15. Организует опросы среди служащих предприятия для получения материалов по необходимости проведения внутрикорпоративных PR-акций (для усовершенствования кадровой политики предприятия, предотвращения внутренних конфликтов и т.д.).

2.16. Выполняет другие служебные поручения руководства компании.

### **3. Права PR-менеджера**

PR-менеджер имеет право:

3.1. Запрашивать и получать от руководителей профильных подразделений компании и специалистов необходимую информацию и документы.

3.2. Действовать от имени предприятия, представлять интересы предприятия во взаимоотношениях с органами государственной власти и местного самоуправления, представителями средств массовой информации и общественности.

3.3. Самостоятельно вести переписку со структурными подразделениями предприятия, а также иными организациями по вопросам, входящим в его компетенцию.

3.4. Вносить на рассмотрение руководства предприятия предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными настоящей инструкцией обязанностями.

3.5. Требовать от руководства компании обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

### **4. Ответственность PR-менеджера**

PR-менеджер несет ответственность:

4.1. За невыполнение и/или несвоевременное, халатное выполнение своих должностных обязанностей.

4.2. За несоблюдение действующих инструкций, приказов и распоряжений по сохранению коммерческой тайны и конфиденциальной информации.

4.3. За нарушение правил внутреннего трудового распорядка, трудовой дисциплины, правил техники безопасности и противопожарной безопасности.