

Должностная инструкция креативного директора

Общие положения

1. Креативный директор относится к категории руководителей.
2. На должность креативного директора назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование, дополнительную подготовку в области менеджмента, опыт работы в рекламной деятельности не менее (2 лет; 3 лет; др.)
3. Креативный директор должен знать:
 - 3.1. Законодательство о рекламе, защите прав потребителей, авторском праве и смежных правах, осуществлении предпринимательской деятельности.
 - 3.2. Конъюнктуру рынка товаров, работ, услуг, в т.ч. рекламных услуг.
 - 3.3. Теорию и практику рекламного маркетинга и менеджмента.
 - 3.4. Принципы организации рекламной деятельности.
 - 3.5. Общие и специальные требования к рекламе.
 - 3.6. Способы, средства и носители рекламы.
 - 3.7. Особенности проведения рекламных кампаний, формы и методы ведения рекламных кампаний.
 - 3.8. Основы дизайна.
 - 3.9. Основы эстетики, этики, общей и специальной психологии, социологии, филологии.
 - 3.10. Графические компьютерные программы, инструменты.
 - 3.11. Средства вычислительной техники, коммуникаций и связи.
 - 3.12. Порядок разработки и заключения хозяйственных договоров.
 - 3.13. Основы делового администрирования.
 - 3.14. Основы трудового законодательства.
 - 3.15. Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.
 - 3.16. _____.
4. Назначение на должность креативного директора и освобождение от должности производится в порядке, определенном внутренними документами организации.
5. Креативный директор подчиняется непосредственно _____.
6. Креативному директору подчиняются следующие работники: _____.
7. На время отсутствия креативного директора (командировка, отпуск, болезнь, пр.) его обязанности выполняет лицо, назначенное в установленном порядке. Данное лицо приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.
- 8.

Должностные обязанности

Креативный директор:

1. Координирует работу рекламного отдела.
2. Согласовывает с заказчиками основные цели рекламы, определяет основные моменты рекламного проекта (продвижение товаров, работ или услуг на рынки сбыта, знакомство с фирменным стилем заказчика).
3. Выясняет у заказчика преимущественные качества и отличительные свойства товаров, работ, услуг.
4. Определяет вид рекламы (вводящая, престижная, товарная, по продвижению, по содействию продажам).
5. Разрабатывает концепции рекламных проектов по заказам, определяет тип рекламы.



6. Распределяет работу между работниками творческого (рекламного) коллектива (команды), объясняет работникам основную идею рекламного проекта и задачи по воплощению концепции рекламного проекта.
7. Принимает непосредственное участие в разработке рекламных средств, готовит макет объявлений (сценарий рекламных роликов), отвечает за визуальное восприятие рекламного продукта.
8. Координирует работу рекламного отдела с творческой точки зрения, отслеживает творческий процесс исходя из требований заказчика.
9. Координирует создание рекламных обращений, слоганов (лозунгов, девизов), наиболее полно отражающих качество товара, обслуживания, сферы деятельности организации и наиболее эффективно воздействующих на сознание потребителя.
10. Организует подготовку рекламных материалов (эскизов, текстов, сценариев, оригинал-макетов (слайдов, фильмов, видео- и аудиозаписей, магнитных записей, пр.) для презентации заказчиком.
11. Обеспечивает внесение корректив в рекламный проект на основании замечаний, предложений заказчиков.
12. Разрабатывает планы проведения рекламных мероприятий (определение “портрета” потребителя, цели рекламной кампании, основной идеи рекламной кампании, форм размещения рекламы, наиболее оптимальных сроков размещения рекламных мероприятий, основных элементов рекламной кампании, методов проверки эффективности рекламы, пр.); определяет конкретные носители рекламы (газеты, журналы, рекламные ролики и др.) и их оптимальное сочетание.
13. Составляет сметы расходов на воплощение рекламного проекта и передает их на утверждение заказчиком.
14. Проводит менеджмент воплощенных творческих концепций.
15. Устанавливает связи с типографиями, средствами массовой информации, рекламными агентствами, студиями, иными организациями.
16. _____.

Права

Креативный директор имеет право:

1. На зачисление выполненных проектов в личный портфолио как авторских разработок (разработок авторского коллектива, возглавляемого им).
2. Требовать от заказчика предоставления достоверной информации о рекламируемых товарах, работах, услугах.
3. Требовать от руководства обеспечения организационно-технических условий, необходимых для исполнения должностных обязанностей.
4. Подписывать и визировать документы в пределах своей компетенции.
5. Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
6. Вносить на рассмотрение руководства предложения по совершенствованию работы, связанной с предусмотренными настоящей должностной инструкцией обязанностями.
- 7.

Ответственность

Креативный директор привлекается к ответственности:

1. За ненадлежащее исполнение или неисполнение своих должностных обязанностей, предусмотренных настоящей должностной инструкцией, — в пределах, установленных действующим трудовым законодательством Российской Федерации.



2. За правонарушения, совершенные в процессе своей деятельности, — в пределах, установленных действующим административным, уголовным и гражданским законодательством Российской Федерации.
3. За причинение материального ущерба организации — в пределах, установленных действующим трудовым и гражданским законодательством Российской Федерации.
4. _____.

