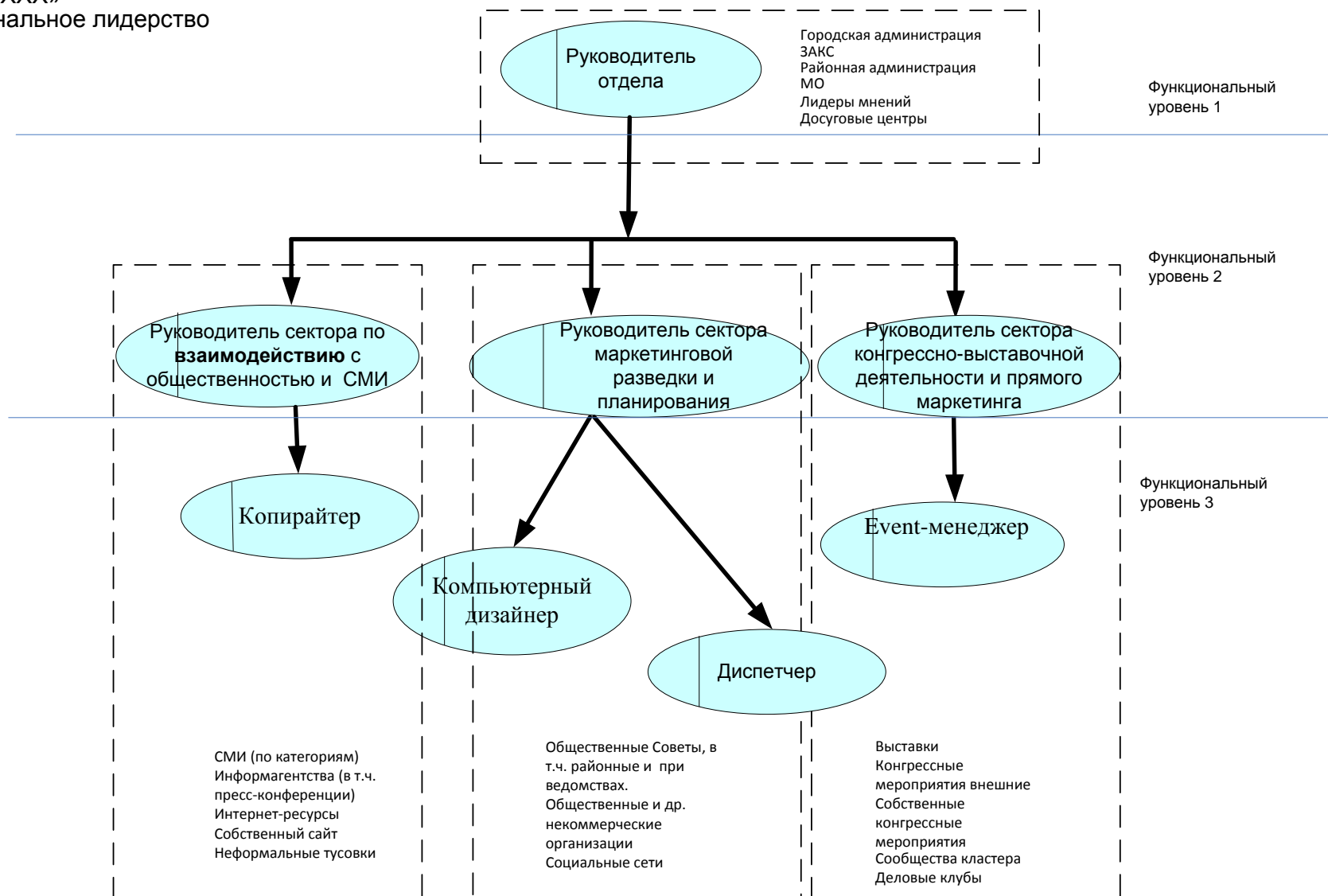


Организационная структура отдела
 GR и PR ООО «XXX»
 Версия А Региональное лидерство



Статус: проект
Дата: 24.11.2011

Штатное расписание Отдела GR и PR ООО «XXX»
Версия А. Региональное лидерство.

1. Руководитель отдела (постоянная занятость, полный рабочий день) - 100 000 руб.
2. Руководитель сектора по **взаимодействию** с общественностью и СМИ (постоянная занятость, полный рабочий день) - 50 000 руб.
3. Руководитель сектора маркетинговой разведки и планирования (постоянная занятость, полный рабочий день) - 50 000 руб.
4. Руководитель сектора конгрессно-выставочной деятельности и прямого маркетинга (постоянная занятость, полный рабочий день) - 45 000 руб.
5. Копирайтер (постоянная занятость, полный рабочий день) - 40 000 руб.
6. Компьютерный дизайнер (владение редакторскими и издательскими программами, обработка цифровых изображений, дизайн сайтов) (постоянная занятость, полный рабочий день) - 40 000 руб.
7. Диспетчер (постоянная занятость, полный рабочий день) - 25 000 руб.
8. Event-менеджер (постоянная занятость, полный рабочий день) - 35 000 руб.

Базовый ФОТ без налогов: 385 000 руб.

Возможно совмещение по позиции 6 и 8, соответственно по 0,6 и 0,7 ставки.

При отсутствии в компании специалистов, способных выполнять функции администратора сайта и оказывать техническую поддержку деятельности отдела, необходимы дополнительные штатные единицы (совместители): администратора сайта и специалист службы технической поддержки.

При создании на базе отдела электронного СМИ, понадобится дополнительный штат (выпускающий редактор, менеджер по рекламе).

Направления деятельности:

1. GR (лоббирование и сбор инсайдерской информации).
2. PR (деловая репутация в целевых группах клиентов)
3. Маркетинговая разведка за активностью конкурентов и целевых групп (мониторинг трендов и поиск креатива)
4. Социальный имидж (Позиционирование вне целевых групп клиентов)

Основные «каналы» продвижения (без приоритетов):

- Городская администрация;
- ЗАКС;
- Районная администрация;
- МО;
- Сообщества кластера;
- Лидеры мнений;
- Общественные Советы, в т.ч. районные и при ведомствах;
- Деловые клубы;
- СМИ (по категориям);
- Инфромагента (в т.ч. пресс-конференции);
- Интернет-ресурсы;
- Социальные сети;
- Собственный сайт;
- Выставки;
- Конгрессные мероприятия внешние;
- Собственные конгрессные мероприятия;
- Общественные и др. некоммерческие организации;
- Неформальные тусовки;
- Досуговые центры.