



PR Manager

FIȘA POSTULUI

Departament:

Comunicare

Obiectivele specifice al postului:

- Elaborarea și implementarea unei strategii de comunicare care să asigure promovarea unei imagini coerente a organizației și care să permită punerea în practică a strategiei generale și a viziunii de dezvoltare a organizației
- Coordonarea și implementarea tuturor activităților de relații publice
- Asigurarea vizibilității organizației la nivel național
- Managementul brandului HHC România
- *(în viitor)* Coordonarea departamentului de comunicare
- Realizarea de strategii și activități specifice de comunicare pentru celelalte departamente ale organizației.

Integrarea postului în structura organizatorică:

Raportează Directorului Național.

Sarcini și atribuții ale postului de muncă:

1. Redactează strategia de comunicare a organizației, în baza direcțiilor și a mesajelor cheie stabilite de Directorul Național în colaborare cu consultanții externi ai organizației.
2. Propune, planifică și organizează oportunități de comunicare (evenimente publice, evenimente pentru jurnaliști etc.) pentru implementarea strategiei de comunicare.
3. Redactează comunicatele de presă și alte materiale de presă, scrisorile pentru sponsori și parteneri, materialele promoționale și celelalte documente publice ale organizației.
4. Dezvoltă și întreține bune relații cu jurnaliștii și cu managementul companiilor media.
5. Oferă declarații de presă când sunt solicitate, intermediază toate solicitările de presă referitoare la activitatea organizației și reprezintă public poziția organizația în calitate de purtător de cuvânt, dacă este delegat în acest sens de către Directorul Național .
6. Îl pregătește și consiliază pe Directorul Național pentru întâlnirile cu jurnaliștii.
7. Dezvoltă și întreține bune relații cu partenerii din sectorul non-profit, cu sponsorii actuali și potențiali ai organizației și participă la evenimente ale sectorului non-profit, ale industriei de comunicare și ale sectorului de responsabilitate socială corporatistă, unde promovează la nivel public și personal activitățile organizației.
8. Întreține bune relații cu Președinții Onorifici ai organizației și colaborează cu Reprezentantul Special al organizației în cadrul activităților de comunicare.
9. Monitorizează reflectarea activităților organizației în mass-media și redactează rapoarte de vizibilitate ale evenimentelor, rapoarte despre activitățile de comunicare cuprinse în proiectele organizației, precum și rapoarte cvadrimestriale și anuale despre activitatea departamentului de comunicare.
10. Verifică corectitudinea folosirii brandului HHC România în toate materiale și acțiunile organizației – și, în măsura în care este posibil, ale terților – și ia măsurile necesare pentru corecta comunicare a brandului.
11. Redactează capitolele dedicate comunicării din cadrul proiectelor anexate la cererile de finanțare redactate de către organizație.
12. Administrează relația cu furnizorii de materiale promoționale, de servicii necesare pentru evenimentele de imagine și cu colaboratorii implicați în activitățile de comunicare (negociază și încheie contracte, efectuează comenzi, ordonă plăți și recepționează bunuri și servicii).
13. Gestionează bugetele de comunicare și supervizează execuția financiară a contractelor, proiectelor și altor activități de comunicare.
14. Planifică și coordonează activitatea departamentului de comunicare și ia decizii operaționale la nivelul departamentului de comunicare.
15. *(în viitor)* Coordonează activitatea membrilor departamentului de PR și evaluează periodic performanța acestora.

Interdicții și incompatibilități

1. Nu întreprinde acțiuni care să aducă atingere imaginii organizației.
2. Nu furnizează, direct sau indirect, servicii de comunicare de orice tip unei organizații a cărei activitate este similară cu cea a HHC România: organizații din domeniul social, din domeniul protecției copilului, din domeniul educațional sau de sănătate
3. Nu reprezintă alte organizații, comerciale sau non-profit.

Autoritatea postului:

- Reprezintă organizația în relația cu mass-media, cu partenerii din sectorul non-profit, cu sponsorii actuali și potențiali
- Elaborează și implementează la nivel de organizație strategia de comunicare
- Avizează propunerile de proiecte ale celorlalte departamente din perspectiva compatibilității cu strategia de comunicare a organizației

Pregătirea necesară:

- studii superioare în relații publice, comunicare sau marketing, sau 3 ani de experiență în domeniu;
- fluentă în limba engleză (înțelegere, vorbit, scris, citit)
- operare PC sau Mac, utilizare Microsoft Office (în special PowerPoint)
- rețea de contacte în mass-media
- familiaritate cu social media
- constituie un avantaj:
 - activități de voluntariat sau implicarea în sectorul non-profit
 - pregătire aprofundată (formală sau non-formală) în marketing, comunicare, relații publice
 - experiență în presă, advertising
 - istoric în social media

Aptitudini speciale

- ușurință în exprimare (scrisă și orală)
- capacitatea de a scrie / a spune concis și memorabil o poveste

Competențe comportamentale

- Atingerea obiectivelor.
- Crearea de relații pentru obținerea unui impact pozitiv.
- Orientarea serviciilor către beneficiari.
- Flexibilitate.
- Gândire analitică.
- Încredere profesională.
- Conștiință de sine.
- Lucru în echipă.
- Lucru strategic.

Condiții de muncă:

- muncă de birou și de teren;
- mare parte din timp la București, dar cu vizite frecvente în nordul României și în alte zone din țară;
- perioada de acomodare presupune un stagiu de patru săptămâni la Baia Mare.