**План работы по созданию отдела рекламы и PR (маркетинг)**

**Планирование**

1. Выбор коммерческой организации (придумать свою организацию и вид деятельности).
2. Описание компании (чем занимается, структура(схематично), численность)
3. Штатное расписание отдела (по унифицированной форме)
4. Место отдела рекламы и PR в структуре компании.
5. Структура отдела рекламы и PR (какие должности и сколько их)
6. Функции каждого специалиста отдела (задачи, должностные инструкции, форма отчетности, система мотивации (!!! Разработать для каждой должности отдела рекламы и PR), графики работы)
7. Локальные нормативные акты (ЛНА) в компании и отдела в частности (обязательные и дополнительные).
8. Составление бюджета отдела (какие статьи входят, как правильно их рассчитать, в виде таблицы).

**Организация**

1. Организация рабочих мест сотрудников (от мебели до программного обеспечения).
2. Найм персонала на вакантные должности (подбор, проведение собеседования (написать вопросы для выявления деловых и профессиональных качеств кандидата), тестовые задания, отбор)).
3. Прием на работу (полная организация процесса оформления сотрудников: прием и проверка документов, ознакомление с ЛНА, заключение трудового договора, создание приказа).
4. Введение в должность новых сотрудников, ознакомление с организацией. Адаптация (составление плана введения в должность, описание процедуры адаптации сотрудника).
5. Испытательный срок (продолжительность, задачи на исп. срок (прописать для каждой должности отдела), контрольные точки, подведение итогов исп. срока)).

**Мотивация**

1. Система мотивации сотрудников (оценка имеющейся системы, разработка стимулирующих мероприятий).
2. План работы каждого сотрудника.

**Контроль**

1. Контроль работы сотрудников отдела (система отчетности, мероприятия по взаимодействию с сотрудниками, 1on1)
2. Оценка работы отдела (по каким параметрам и какими способами можно оценить работу отдела).