

*Принято одновременно с Уставом НАДО 23-25 июня 2007 г.  
в санатории «Истра» Ген. Прокуратуры, Подмосковье.*

## **Положение об отделе маркетинга, рекламы и PR Некоммерческого Партнерства «НАДО»**

### **I. Общие положения**

Отдел маркетинга, рекламы и PR Некоммерческого Партнерства «Национальная Антидиабетическая Организация» (НАДО) является его структурным подразделением. Отдел маркетинга, рекламы и PR (далее Отдел) находится в оперативном управлении Президента НАДО и под руководством высшего коллегиального органа НАДО.

Деятельность Отдела направлена на создание и поддержание лояльного отношения к структуре НАДО общественности: потенциальных и реальных потребителей диетической, функциональной и диабетической продукции, врачебной аудитории, производителей соответствующей продукции, оптовых и розничных организаций, администраций субъектов РФ, СМИ, научной секции, общественных организаций.

Цель деятельности Отдела согласуется с Уставом Некоммерческого Партнерства «Национальная Антидиабетическая Организация» (НАДО), основной целью которого является защита интересов государства и прав членов Партнерства с учетом развития их самостоятельности и инициативы, содействие государству и субъектам хозяйствования в поисках путей излечения сахарного диабета, в профилактике «болезней цивилизации», предоставлении членам Партнерства качественных услуг и товаров для здоровья, и привлечении инвестиций. Содействие и организация объединяющей работы по сплочению усилий обществ больных диабетом России и зарубежных стран, иных общественных и государственных, коммерческих структур и организаций, средств массовой информации, физических лиц для исполнения миссии и задач Партнерства, а также содействие развитию здравоохранения в РФ – приоритетная задача Отдела.

Основные усилия Отдела направлены на организацию наиболее полного удовлетворения потребительского спроса на товары и услуги для здоровья, защищая в первую очередь интересы потребителей, а затем и добросовестных производителей и распространителей таких товаров и услуг, а также осуществляет другие законные виды деятельности.

### **II. Основные функции Отдела**

Функциональной задачей деятельности Отдела является содействие увеличению объемов продаж членов НАДО путем повышения осведомленности потенциального потребителя о Минимальном Ассортиментном Перечне Товаров (МАПТ), рекомендованном РДА, через маркетинговые проекты в соответствии с минимальной расходной сметой и целевыми сметами НАДО. Основные функции:

#### **Менеджера по маркетингу:**

- создание новой ценности для покупателя, распределения ее между производителем и потребителем,
- содействие производителю в получении дохода, связанного с реализацией потребительских ценностей,
- создание и согласование своего бизнес-процесса, коммуникации, технологии и подготовки персонала для обеспечения той ценности, которую желает получить покупатель,
- экстенсивный рост и установление партнерских отношений,
- выбор членов НАДО и отказ от вступления в организацию отдельных компаний,
- исследование культуры и ценностей потребителей,
- усовершенствование структуры взаимоотношений между членами НАДО,
- обеспечение более быстрой или информативно-насыщенной связи по сравнению с той, которая были при физическом общении,
- организация маркетинговых исследований,

- организация и принятие участия в сегментации рынка и изучении параметров сегментов (объемы спроса, отношение к ценам, конкуренты в данном сегменте и т.п.),
- организация проведения исследований по изучению отношения торговых посредников к продукции из МАПТа (минимальный ассортиментный перечень товаров),
- организация получения данных по конкретным рынкам товаров и о научно-техническом прогрессе в области товаров при диабете,
- установление контактов и организация получения от организаций и отдельных специалистов информации, необходимой для осуществления работы,
- определение потребностей потребителей,
- исследование рынка на представленность того или иного продукта,
- разработка рекомендаций членам ДТД по незаполненным нишам на рынке диабетических продуктов,
- осуществление оценки эффективности применяемых методов продвижения товаров,
- способствование выходу на рынок товара-пионера,
- формирование и поддержание минимального ассортиментного перечня товаров,
- формирование ежегодного рекламного и PR-бюджета,
- выявление и осуществление анализа информационных потоков и взаимосвязей структурных подразделений предприятия, принимающих участие или влияющих на реализацию функций маркетинга,
- разработка методов анализа и оптимизации структуры и состояния базы данных маркетинговой деятельности,
- на основе статистической информации и результатов специальных исследований осуществление анализа и прогнозирования развития рынка,
- осуществление деловых контактов с рекламными подразделениями организаций средств массовой информации,
- организация и проведение исследования товарного ассортимента и потребительских свойств выпускаемых товаров,
- выявление основных тенденций развития производства (технического уровня, технологии, структуры издержек производства и пр.),
- разработка программы исследований и совместно с другими подразделениями отдела маркетинга и с отделом сбыта осуществление изучения и прогнозирования спроса на товар, проведение оценки потребности в производимых и разрабатываемых товарах,
- разработка программы исследований и совместно с другими подразделениями отдела маркетинга и с отделом сбыта организация и проведение исследования потребительских предпочтений и покупательского поведения по отношению к товарам данной товарной группы,
- совместно с другими подразделениями отдела осуществление сбора и анализа сведений о недостатках, претензиях в использовании МАПТа, принятие участия в рассмотрении рекламаций,
- осуществление создания и ведения информационной базы по товарной группе,
- контроль осуществления плана маркетинга определенной группы товаров, подготовка предложения по внесению в него изменений,
- участие в разработке и согласовании планов проведения рекламных мероприятий,
- участие в определении целей, методов, сроков и эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара,
- замещение исполнительного директора в случае его отсутствия.

#### **Менеджера по рекламе:**

- координация и организация работы центральной и региональной редакции «Российской Диабетической Газеты» (РДГ),
- подготовка материалов для издания центрального выпуска РДГ 1-2 раза в год, согласование с типографией оригинал-макета; поиск и расширение каналов распространения, поддержание взаимодействия с распространителями РДГ,

- обеспечение региональных редакций информационным наполнением, поиск информации на сайтах зарубежных диабетических ассоциаций, поиск и адаптация материалов из журналов зарубежных диабетических ассоциаций, адаптация сложного научного текста,
- привлечение рекламодателей для центральной и региональных редакций РДГ,
- контроль получения обратной связи от региональных редакций; содействие обмену информации между региональными редакциями,
- обеспечение с периодичностью 2 раза в год главных эндокринологов субъектов РФ центральным выпуском РДГ,
- информационное наполнение сайта, в первую очередь о деятельности членов НАДО,
- поддержка непрерывной работы всероссийского диабет-телефона,
- издание книг, брошюр.

#### **Менеджера по PR:**

- организация пресс-конференций, конференций, выставок, промо-акций и иных мероприятий; фото/видеосъемка,
- организация проведения ежегодного «Российского Дня Борьбы с Диабетом», «Международных Дней Диабета», Советов Директоров ДТД, РДА и НАДО;
- организация выездных мероприятий Клуба «ДиаСпорт»,
- подготовка пресс-релизов и дайджестов на основании новостного повода либо аналитического материала для обеспечения информацией членов НАДО и региональных редакций РДГ в соответствии с Договором между Учредителем и редакцией,
- официальная переписка с администрациями регионов,
- еженедельная рассылка по членам НП «Консурсциума «Диабетический Торговый Дом» (ДТД), стратегическим партнерам, кандидатам в ДТД о деятельности Клуба «Школа диабета им. Э. Рома», об информации о деятельности РДА в СМИ, о мероприятиях, организуемых РДА, об участии РДА в мероприятиях, о новых разработках в области диабета, о расширении РДА&ДТД,
- взаимодействие с Диабетическими Ассоциациями Зарубежья,
- предоставление новостных материалов в независимые СМИ,
- предоставление интервью для СМИ,
- увеличение базы СМИ,
- переговоры с потенциальными стратегическими партнерами о региональных выпусках РДГ, о продвижении МАПТа в регионы, о взаимодействии с администрацией, Министерством здравоохранения, диабетическим обществом,
- содействие стратегическим партнерам в проведении «Международных Дней Диабета» и «Российских Дней Борьбы с Диабетом»,
- взаимодействие с научно-исследовательскими институтами,
- взаимодействие с общественными организациями: ассоциациями, союзами, политическими партиями, региональными концессиями (без вступления в ту или иную организацию),
- планирование деятельности НАДО в соответствии с планом работы по текущим вопросам, поступающим от членов ДТД вне проектов РДА&ДТД; согласование встреч, проведение встреч.

### **III. Полномочия Отдела**

Отдел уполномочен:

1. Обращаться с запросами к должностным лицам администрации субъектов РФ о предоставлении документов и иных материалов, необходимых для информационного освещения;
2. Обращаться к членам НАДО о своевременном предоставлении информации об их деятельности, в т.ч. предполагаемой для освещения в СМИ;

3. Размещать в средствах массовой информации и сайте РДА материалы о деятельности членов НАДО;
4. Предоставлять одним членам НАДО официальную информацию о других членах.

#### **IV. Ответственность Отдела**

##### **Отдел несет ответственность за:**

- достоверность представляемых в средства массовой информации официальных материалов;
- достоверность информации о членах НАДО, предоставляемых иным членам структуры.

#### **V. Организация деятельности Отдела**

1. Руководство деятельностью Отдела осуществляет руководитель Отдела, который назначается на должность и освобождается от должности Президентом НАДО. Возможно совмещение должностей в Отделе в рамках расходных смет НАДО.
2. PR-менеджер подотчетен руководителю Отдела, Президенту НАДО, высшему коллегиальному органу НАДО. На менеджера возложены обязанности взаимодействия с членами НАДО и внешними структурами, составление пресс-релизов, мониторинг СМИ, адаптация иноязычных материалов на русский, поддержание и увеличение контактов со средствами массовой информации.
3. Менеджер по рекламе подотчетен руководителю Отдела, Президенту НАДО, высшему коллегиальному органу НАДО. На менеджера возложены обязанности привлечения средств на издание РДГ, региональных РДГ, брошюр, книг, Приложений к РДГ; мониторинга информации о конкурентах; взаимодействие с типографиями, PR-отделами, отделами маркетинга и отделами рекламы членов НАДО о согласовании информационных материалов для публикации в средствах массовой информации и на сайте РДА.
4. Менеджер по маркетингу Отдела, на которого возложены обязанности исследования рынка функциональной, диетической и диабетической продукции, анализ ситуации на рынке товаров и услуг для борьбы и профилактики диабета, составление отчетов и разработка рекомендаций для членов НАДО.
5. Деятельность Отдела осуществляется в соответствии с Уставом, Решениями Высшего коллегиального органа, расходной сметой и штатным расписанием НАДО, Годовым планом работы Отдела.