

## CAIET DE SARCINI

### pentru proiectul de concurs în vederea ocupării postului de șef serviciu la Serviciul Marketing - Direcția Marketing Comunicare din cadrul Societății Române de Radiodifuziune (SRR)

Prezentul Caiet de sarcini este întocmit în conformitate cu Regulamentul de selecție a personalului de conducere în cadrul Societății Române de Radiodifuziune, aprobat prin HCA nr. 145/25.09.2013.

Caietul de sarcini pentru poziția de șef serviciu al Serviciului Marketing din cadrul Direcției Marketing Comunicare reprezintă cererea de oferte formulată de către Societatea Română de Radiodifuziune în vederea ocupării funcției de conducere în urma concursului de proiecte, precum și reperatele tehnice necesare elaborării proiectului de management.

#### A. INFORMAȚII PRIVIND SERVICIUL MARKETING din cadrul DIRECȚIEI MARKETING COMUNICARE

##### I. Serviciul Marketing, ca parte a SRR

Societatea Română de Radiodifuziune este serviciul public autonom, de interes național, independent editorial.

Atribuțiile SRR sunt stabilite conform Legii nr. 41/1994 – Republicată privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și a Societății Române de Televiziune, cu modificările și completările ulterioare.

SRR își desfășoară activitatea sub controlul Parlamentului, în condițiile legii de organizare și funcționare și în conformitate cu convențiile internaționale la care România este parte.

Societatea Română de Radiodifuziune (SRR) este un serviciu public autonom de interes național, independent editorial, care își desfășoară activitatea sub control parlamentar în condițiile Legii nr. 41/1994 (actualizată) și în conformitate cu toate convențiile internaționale la care România a aderat.

**Obiectul principal de activitate al SRR** îl reprezintă realizarea și difuzarea programelor de radiodifuziune în limba română precum și în limbile minorităților naționale, cu scop informativ, cultural, educativ și de divertisment. Această misiune este realizată de către SRR prin intermediul posturilor de radio pe care le gestionează:

- Radio România Actualități
- Radio România Antena Satelor
- Radio România Cultural
- Radio România Muzical
- Radio România Internațional
- Radio Chișinău
- Radio România 3 Net „Florian Pittiș”
- eTeatru.ro
- „Radio România Regional”, care are în subordine 8 (opt) posturi regionale:
  - Radio România București FM
  - Radio România Constanța
  - Radio România Cluj
  - Radio România Craiova

- Radio România Iași
- Radio România Reșița
- Radio România Târgu Mureș
- Radio România Timișoara



**Obiectul de activitate al Serviciului Marketing este unul complex, sintetizat prin următoarele atribuții generale astfel:**

- a) asigură serviciile de specialitate pentru buna desfășurare a tuturor activităților de marketing din cadrul SRR;
- b) derulează activitățile de marketing la nivelul întregii Societăți Române de Radiodifuziune;
- c) răspunde de proiectarea strategiei de marketing a SRR și colaborează cu managerii posturilor de radio, cu șefii de canal sau cu responsabilii desemnați de aceștia în vederea asigurării coerenței activității de marketing la nivelul SRR;
- d) coordonează implementarea unei politici unitare de marketing și comunicare la nivelul instituției;
- e) supervizează întreaga activitate de marketing și comunicare a instituției, asigurând coerența, unitatea și continuitatea activităților specifice, la nivelul SRR;

## II. POZIȚIA SERVICIULUI MARKETING ÎN CADRUL SRR

### 1. Subordonare

Serviciul Marketing, din punctul de vedere al structurii organizatorice a SRR, se află în cadrul **Direcției Marketing Comunicare (DMC)**, se subordonează nemijlocit Directorului DMC și este condus de un Șef Serviciu care colaborează cu toate structurile organizatorice ale SRR, având ca scop principal îndeplinirea obligațiilor ce îi revin.

Directorul Direcției Marketing Comunicare din cadrul căreia face parte Serviciul Marketing, este direct subordonat Președintelui Director General al SRR.

### 2. Relații funcționale ale Serviciului Marketing cu celelalte structuri interne ale SRR

Pentru atingerea obiectivelor sale Serviciul Marketing colaborează cu:

- Celelalte servicii din cadrul DMC, respectiv Serviciul Cercetare și Strategie și Serviciul Comunicare;
- Direcția Programe, respectiv Departamentul Studiouri Regionale și Centrul Cultural Media
- Direcția Economică, Direcția Tehnică, Direcția Managementul Resurselor Umane și Serviciile Centralizate, precum și cu celelalte servicii din cadrul SRR, în vederea desfășurării curente a activității sale;
- relații de colaborare cu alte instituții media;
- relații de colaborare cu instituții de interes public;
- relații de colaborare și parteneriat cu orice organisme, organizații în interes public.
- relații contractuale cu firme de gestionare a spațiului publicitar

## III. CONTEXTUL ÎN CARE SERVICIUL MARKETING ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA

**Serviciul Marketing** realizează, derulează campaniile de marketing și de comunicare având ca scop promovarea/repoziționarea posturilor din structura SRR și are în structura sa personal de specialitate cu atribuții concrete în domeniul marketing.

**Societatea Română de Radiodifuziune** operează 18 posturi radio dintre care 3 cu acoperire națională (Radio România Actualități, Antena Satelor, Radio România Cultural), 9 cu acoperire regională (posturile de radio din cadrul rețelei Radio România Regional și Radio România Muzical), 4 posturi locale, 1 post care emite numai pe internet Radio3net și Radio România Internațional și Radio Chișinău.

Radio România Actualități este unicul post din România cu acoperire națională de 99% din teritoriul țării. Emite 24 de ore din 24, 7 zile din 7 și are cea mai extinsă rețea de corespondenți din țară și din



străinătate, precum și trimiși speciali în zonele de conflict. Radio România Actualități oferă publicului sau cele mai complexe programe de știri, "Radiojurnal"- ul fiind de mult timp un brand cu notorietate, radioprograme cu conținut social, cultural, politic, economic și de divertisment. Recunoscut și ca un promotor al sportului, în 2016, Radio România Actualități a transmis în exclusivitate Campionatul European de Fotbal din Franța și Jocurile Olimpice Brazilia. De asemenea, numele Radio România Actualități este legat de promovarea muzicii românești și internaționale de calitate, postul fiind recunoscut ca rampă de lansare a multor nume mari ale muzicii românești.

Radio România Actualități este postul cu cea mai mare audiență din corporație și are ca țintă strategică atragerea publicului activ din mediul urban.

#### IV. TABLOUL ORGANIZAȚIONAL AL SERVICIULUI MARKETING

1) **Conducerea Serviciului Marketing** este asigurată de un Șef Serviciu care este subordonat Directorului Direcției Marketing Comunicare.

Structura serviciului în momentul de față este următoarea:

Total posturi ocupate: 10 din care:

- Personal/funcții de execuție: 10 persoane .

Din personalul de execuție, 8 de persoane au contracte individuale de muncă pe perioadă nedeterminată, iar 2 pe perioadă determinată.

2) **Atribuții și competențe ale Șefului Serviciului Marketing**

a) **Generale**

- coordonează și răspunde de activitatea desfășurată în cadrul Serviciului Marketing;
- organizează, coordonează și controlează activitatea salariaților din cadrul Serviciului Marketing;
- elaborează fișele de post (atribuții și responsabilități pentru personalul din subordine);
- urmărește activitatea personalului din subordine în funcție de competențe;
- propune promovarea și sancționarea personalului din subordine;
- propune angajarea de personal la nivelul serviciului, în funcție de necesități;
- îndeplinește orice alte sarcini dispuse de Președintele Director General;
- elaborează și supune aprobării Directorului de Direcție norme metodologice și normative care privesc activitatea de evenimente la nivelul SRR;
- colaborează, în coordonarea directă a Directorului de Marketing și Comunicare, cu Directorul Direcției Programe, cu Managerii Studiourilor Regionale și cu Directorul Centrului Cultural Media, pentru implementarea strategiei de marketing și comunicare a SRR;
- în cadrul Sistemului de Management implementat și menținut în SRR, stabilește și coordonează realizarea obiectivelor SMART (specifice, măsurabile, abordabile, relevante și încadrate în timp) pentru procesele pe care le conduce, în vederea îndeplinirii obiectivelor generale stabilite de nivelul ierarhic superior;
- participă la analizele periodice privind Sistemul de management implementat și menținut în SRR, convocate de nivelul ierarhic superior, pentru a analiza, evalua și prioritiza riscurile în îndeplinirea obiectivelor și pentru a stabili acțiuni corective și preventive.

## b) Specifice

În conformitate cu Regulamentul de Organizare și Funcționare a SRR, atribuțiile și responsabilitățile Șefului Serviciului Marketing sunt următoarele:



- a) proiectarea, elaborarea și implementarea strategiilor și bugetelor anuale de marketing ale SRR și avizarea strategiilor de marketing și comunicare ale Studiourilor Regionale, și ale Radio România Internațional și ale Centrului Cultural Media în vederea derularii unei politici unitare;
- b) asigurarea derulării campaniilor de marketing și a tuturor activităților necesare realizării obiectivelor de marketing ale Societății Române de Radiodifuziune;
- c) coordonarea activităților de vânzare a spațiului de publicitate al SRR și urmărirea contractelor aferente;
- d) atragerea de sponsori, încheierea contractelor de sponsorizare la nivelul instituției și avizarea contractelor de sponsorizare încheiate la nivelul compartimentelor SRR;
- e) realizarea contractelor de parteneriat la nivelul instituției și avizarea de parteneriate încheiate la nivelul compartimentelor SRR;
- f) stabilirea normelor de brand ale SRR și avizarea folosirii elementelor de brand în interiorul și exteriorul instituției în acord cu normele stabilite;
- g) comunicarea permanentă cu șefii de canal sau cu responsabilii desemnați de aceștia în vederea derularii strategiei de marketing și comunicare la nivelul fiecărui sub-brand;
- h) realizarea brief-urilor în vederea colaborării cu agențiile, free-lancerii, companiile specializate în producții grafice și video pentru promovarea produselor SRR (realizarea de spoturi video, ad-uri, afișe, bannere, etc.) și avizarea acestor producții;
- i) în baza propunerilor transmise de compartimentele SRR ale căror bugete de promovare sunt gestionate de Direcția Marketing Comunicare și în urma analizei necesarului la nivel de societate, Serviciul Marketing stabilește necesarul anual de promoționale la nivelul SRR, tipul și cantitatea de obiecte promoționale ce trebuie achiziționate pentru promovarea societății și adresează în scris direcției economice solicitarea de achiziționare precizând parametrii, caracteristicile tehnice și de calitate ce trebuie respectate;
- j) asigurarea brandingului locațiilor în care se desfășoară evenimentele proprii sau a evenimentelor unde SRR este partener, precum și a brandingului intern al SRR (branding studiouri, birouri, mașini, aparatura electronică, etc.);
- k) asigurarea relației Societății Române de Radiodifuziune, pe probleme de marketing, cu instituțiile, organizațiile și compartimentele de profil;
- l) elaborarea normelor metodologice, normativelor și regulamentelor care privesc activitățile de marketing la nivelul SRR;

## V. PRIORITĂȚILE SPECIFICE ALE SERVICIULUI MARKETING

- a) realizează caietele de sarcini necesare selecțiilor de ofertă și a licitațiilor organizate de SRR pentru achiziționarea de servicii de profil;
- b) identificarea pieței concurențiale;
- c) elaborarea strategiei anuale, cu obiective specifice, măsurabile, abordabile, realiste/relevante și încadrabile în timp (SMART), în considerarea interdependenței acestora cu obiectivele tuturor structurilor din cadrul organizației;
- d) dezvoltarea activităților de marketing, în scopul îmbunătățirii, dezvoltării produselor și adaptării acestora la nevoile și așteptările publicului, inclusiv prin întărirea prezenței societății în organisme și structurile de profil;

- e) identificarea modalităților de a diversifica publicul actual, echilibrarea profilului demografic al acestuia;
- f) impunerea, prin mijloace ofensive, a produselor de calitate ale SRR pe piața concurențială;
- g) unificarea activităților de marketing;



## B. TEMA ȘI STRUCTURA PROIECTULUI

### TEMA

**Analiza activității Serviciului Marketing și măsuri pentru optimizarea acestei activități**

### STRUCTURA PROIECTULUI

Elementele de structură a proiectului reprezintă criteriile generale de analiză, evaluare și notare a acestora, conform Regulamentului privind recrutarea și selecția personalului cu funcții de conducere în cadrul SRR.

Proiectul depus de candidat trebuie să conțină dezvoltarea temei date pe următoarele elemente de structură:

#### 1. Reglementare, organizare și obiect de activitate

1.1. Rolul și obiectul de activitate al SRR, conform prevederilor Legii nr. 41/1994 și a normativelor incidente.

1.2. Locul SRR în piața furnizorilor de servicii media.

#### 2. Poziționarea și rolul Serviciului Marketing în piața media și rolul structurii interne în cadrul SRR

2.1. Analiza mediului concurențial, în vederea unei prognoze privind publicul țintă, audiența și notorietatea posturilor SRR. Analiza privind locul și rolul Serviciului Marketing în cadrul SRR, conform atribuțiilor și competențelor specifice;

2.2. Analiza structurii organizatorice a Serviciului Marketing, inclusiv relaționările interdepartamentale.

#### 3. Flux de lucru (workflow), coordonare, optimizare a activității Serviciului Marketing

3.1. Descrierea fluxului de activități la nivelul serviciului în vederea optimizării lor și a creșterii nivelului calitativ al activității Serviciului Marketing

3.2. Propuneri de organizare internă și exploatare de resurse pentru eficientizarea activităților, conform atribuțiilor, rolului și competențelor specifice Serviciului Marketing

#### 4 Stabilirea priorităților, direcții de acțiune și modalități concrete necesare implementării acestora

4.1. Stabilirea priorităților specifice pentru organizarea și desfășurarea în condiții optime a activității Serviciului Marketing și direcții de acțiune;

4.2. Modalități concrete de implementare a direcțiilor de acțiune.

## C. ALTE PRECIZĂRI

Proiectul de concurs se depune într-un plic sigilat, în format electronic în pdf, pe suport electronic (CD/DVD) și pe suport de hârtie, într-un singur exemplar, fără a conține indicii privind identitatea autorului și fără semnătură.

Pe plic se vor menționa: numele și prenumele candidatului, postul pentru care candidează. Proiectul întocmit de candidat este limitat la un număr de cel mult 25 de pagini + Anexe, cu caractere Times New Roman, la un rând 1 pts, exclusiv titlurile și subtitlurile.

Proiectul va fi întocmit conform criteriilor și subcriteriilor din structura proiectului, cu respectarea și evidențierea dispozițiilor din actele și reglementările interne din bibliografia recomandată la punctul D.



Candidații pot solicita informații suplimentare în vederea elaborării proiectelor, în baza unei cereri motivate pe care o vor adresa managerului ierarhic superior funcției de conducere pentru care se realizează selecția, iar acesta va face toate demersurile pentru furnizarea informațiilor, în termen de maximum trei zile lucrătoare de la data solicitării.

#### D. BIBLIOGRAFIE

- Legea 41/1994, cu modificările și completările ulterioare, cap. 1, 2;
- Legea audiovizualului nr. 504/2002, cu modificările și completările ulterioare;
- Decizia CNA nr. 220 din 24 februarie 2011 privind Codul de reglementare a conținutului audiovizual;
- Legea nr.32/1994 privind sponsorizarea, cu modificările și completările ulterioare;
- Legea nr.8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, cu modificările și completările ulterioare ;
- CNA – Studii și cercetări - <http://www.cna.ro/-Sondaje-.html>;
- Legea nr.98/2016 privind achizițiile publice:  
 Cap.I Dispoziții generale, Secțiunea 1 Obiect scop principii, Secțiunea 2 Definiții, Secțiunea a 4-a Domeniu de aplicare – art 5, art 7- Praguri, Modul de calcul al valorii estimate a achiziției art. 9-25,  
 Cap.II Reguli generale de participare și desfășurare a procedurilor de atribuire – art. 49, 50, Confidențialitate- art. 57, Reguli de evitare a conflictului de interese – art. 58-63, Reguli aplicabile comunicărilor – art. 64 -67,  
 Cap.III Modalități de atribuire – Procedurile de atribuire art. 68-70, Licitatia deschisă art. 71-75, Servicii sociale și alte servicii specifice Anexa 2 – art. 111, Procedura simplificată art.113,  
 Cap.IV Organizarea și desfășurarea procedurii de atribuire – Consultarea pieței art. 139-140, Împărțirea pe loturi art. 141 și Criterii de atribuire art. 187-192,
- H.G. nr. 395/2016 - Normele metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice  
 Cap. I Dispoziții generale și organizatorice art. 2 alin. (4), (5) și art. 3,  
 Cap. II Planificarea și pregătirea realizării achiziției publice – Etapele procesului de achiziție publică art. 8, 9 – Strategia de contractare
- Mediafactbook  
<http://www.mediafactbook.ro/>

#### Informații despre Societatea Română de Radiodifuziune ([www.srr.ro](http://www.srr.ro))

- Societatea Română de Radiodifuziune – Viziune, misiune, valori și principii ale SRR  
[http://www.srr.ro/RadioRomania/Documente\\_identitare-44](http://www.srr.ro/RadioRomania/Documente_identitare-44)
- Rezultatele activității SRR – Rapoarte de activitate 2011-2015  
<http://www.srr.ro/RadioRomania/rapoarte-20>
- Hotărârea CA nr.142/2013 privind aprobarea structurii organizatorice și a Regulamentului de Organizare și Funcționare al SRR  
<http://www.srr.ro/files/CY1923/CA%202013/august/HotarareaConsiliuluideAdministratiennr.142din28.08.2013-ref.AprobareROFsiOrganigramaSRR.pdf>
- Regulamentul de organizare și funcționare a Consiliului de Administrație al SRR aprobat prin Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr. 9/28.10.2010, cu completările ulterioare (completat prin HCA nr. 26/28.03.2011), republicat prin HCA nr.185/2015  
<http://www.srr.ro/files/informatiipublice/Hotarari%20CA/2010/Hotararea9din28octombrie.pdf>  
<http://www.srr.ro/files/informatiipublice/Hotarari%20CA/2011/mart/HotarareaCANr26.pdf>  
<http://srr.ro/files/CY1923/01%20CA%202015/-HotarareaConsiliuluideAdministratiennr.185din24.12.2015-ModificareROFCA.pdf>



- Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr.276/2017 privind angajarea cheltuielilor în cadrul Societății Române de Radiodifuziune;  
<http://www.srr.ro/files/CA/5/Hotarareanr.276refanahajareacheltuielilorincadrulSRR.pdf>
- Regulamentul privind recrutarea și selecția managerilor în cadrul SRR - Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr. 145/25.09.2013  
<http://www.srr.ro/files/CY1923/CA%202013/septembrie/-HotarareaConsiliuluideAdministratielnr.145din25.09.2013-ref.RegulamentuldeselectieapersonaluluideconducereincadrulSRR.pdf>
- Regulamentul de organizare și funcționare a Comitetului Director al SRR și a Comitetelor Directoare ale Studiourilor teritoriale și ale unităților funcționale autonome – Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr.16/2011, republicat cu completările și modificările ulterioare, prin HCA nr.191/2015;  
<http://www.srr.ro/files/Consiliu%20de%20Administratie/martie/Hotarareanr.191refmodificareROFCD.pdf>
- Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr. 201/17.06.2015 prin care au fost aprobate obiectivele strategice ale Consiliului de Administrație al Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2015 - 2018;  
<http://www.srr.ro/files/Consiliu%20de%20Administratie/02/Hotarareanr.201refobiectivestrategicealeCA.pdf>
- Hotărârea Consiliului de Administrație al SRR nr. 202/17.06.2015 privind aprobarea obiectivelor operaționale asumate de directorii/managerii Societății Române de Radiodifuziune pentru perioada 2015 - 2018;  
<http://www.srr.ro/files/Consiliu%20de%20Administratie/02/Hotarareanr.202refobiectiveoperationaledirectorimanageri.pdf>