

Nazwa: Kierownik działu reklamy / promocji / public relations

Kod: 122202

Synteza: Opracowuje strategię promocji organizacji i jej obecności w mediach; nadzoruje wdrożenie strategii i monitoruje jej skuteczność; koordynuje działania reklamowe / promocyjne / public relations; kreuje wizerunek marki na rynku; planuje budżet promocyjny; zarządza współpracą z dostawcami usług; zarządza podległym zespołem pracowników.

- opracowywanie strategii reklamowej / promocyjnej / public relations organizacji;
- wdrażanie strategii reklamowej / promocyjnej / public relations (w tym współpracowanie z odbiorcami produktów/ usług oraz z mediami), pełnienie nadzoru nad jej realizacją oraz monitorowanie jej skuteczności;
- koordynowanie działań reklamowych / promocyjnych / public relations;
- monitorowanie mediów pod kątem obecności marki oraz kreowanie rozpoznawalności marki na rynku za pomocą przekazów w mediach;
- analizowanie i raportowanie efektywności działań reklamowych / promocyjnych / public relations na potrzeby zarządu organizacji;
- przygotowywanie i nadzorowanie realizacji budżetu przeznaczanego na działania reklamowe / promocyjne / public relations;
- współpracowanie i wspieranie działań innych działów organizacji w zakresie sprzedaży, marketingu, wzornictwa przemysłowego itp.;
- zarządzanie współpracą z zewnętrznymi dostawcami, m.in. drukarniami, agencjami reklamowymi itp.;
- projektowanie i nadzorowanie tworzenia materiałów reklamowych

Zadania zawodowe:

- i promocyjnych, nowych narzędzi promocyjnych i kanałów komunikacyjnych;
- uczestniczenie w targach i konferencjach, organizowanie wystąpień promujących organizację;
- zarządzanie pracą podległego zespołu;
- szkolenie i dbanie o rozwój zawodowy podległych pracowników zgodnie ze strategią rozwoju firmy;
- zapewnienie podległemu zespołowi bezpiecznego środowiska pracy, dbanie o przestrzeganie przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosowanie przepisów prawa dotyczących ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.

Dodatkowe zadania zawodowe:

- tworzenie planów lojalnościowych dla klientów i ich promocja;
- rozwój własnych kompetencji i wiedzy w zakresie reklamy / promocji / public relations i zarządzania ludźmi;
- przeprowadzanie szkoleń pracowników z zakresu reklamy /

promocji / public relations.