

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.

- Zadania zawodowe:
- 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 przeznaczonego 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 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.