

Nazwa: Specjalista komunikacji społecznej

Kod: 263510

Synteza: Planuje i realizuje strategię komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji;
przygotowuje oświadczenia władz organizacji oraz raporty z informacjami zwrotnymi z zewnątrz;
prezentuje wyniki badań, analizy rynkowe, teksty i informacje oraz zarządza nimi na stronie internetowej/intranetowej organizacji;
utrzymuje kontakty z różnymi działami wewnątrz firmy;
opracowuje odpowiedzi dla różnych podmiotów i mediów.

Zadania zawodowe: planowanie strategii komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji dotyczącej jej działalności informacyjno-promocyjnej;
przygotowywanie komunikatów prasowych, informacji dla mediów oraz informacji edukacyjnych promujących i popularyzujących wiedzę o funkcjonowaniu organizacji;
współpraca w realizacji kampanii społecznych i medialnych związanych z działalnością organizacji;
udział w przygotowaniu i realizacji projektów z zakresu komunikacji społecznej finansowanych ze środków krajowych lub unijnych lub funduszy pomocowych, przygotowywanie materiałów promocyjnych i informacyjnych;
przygotowywanie odpowiedzi na różne wnioski, postulaty i inne sprawy związane z działalnością organizacji;
prezentowanie wyników badań, analiz rynkowych, tekstów i informacji na stronie internetowej/intranetowej organizacji oraz w biuletynach, wydawnictwach i innych materiałach informacyjnych;
redagowanie newsletterów, graficzne projektowanie profesjonalnych materiałów promocyjnych itp.;
administrowanie, aktualizowanie i udoskonalanie funkcjonalności portalu intranetowego organizacji;
monitorowania spraw organizacji na podstawie informacji ukazujących się w mediach;
redagowanie informacji oraz ogłoszeń o wolnych stanowiskach w służbie cywilnej umieszczanych na stronie np. Biuletynu Informacji Publicznej;
zapewnienie obsługi technicznej (wykorzystanie sprzętu informatycznego, łącznościowego, multimedialnego) oraz dokonywanie cyfrowej rejestracji odpraw, narad i spotkań kierownictwa organizacji;
planowanie i realizacja harmonogramu wydarzeń związanych z komunikacją zewnętrzną i wewnętrzną dla władz firmy;
realizacja budżetu związanego z organizacją imprez, spotkań i innych inicjatyw promocyjnych w firmie;
koordynowanie przepływu informacji dotyczących lokalnych wydarzeń;
przygotowywanie warsztatowych materiałów na szkolenia z zakresu PR dla pracowników organizacji.

Dodatkowe
zadania
zawodowe:

podejmowanie mediacji w sprawach spornych wewnątrz i na zewnątrz organizacji.