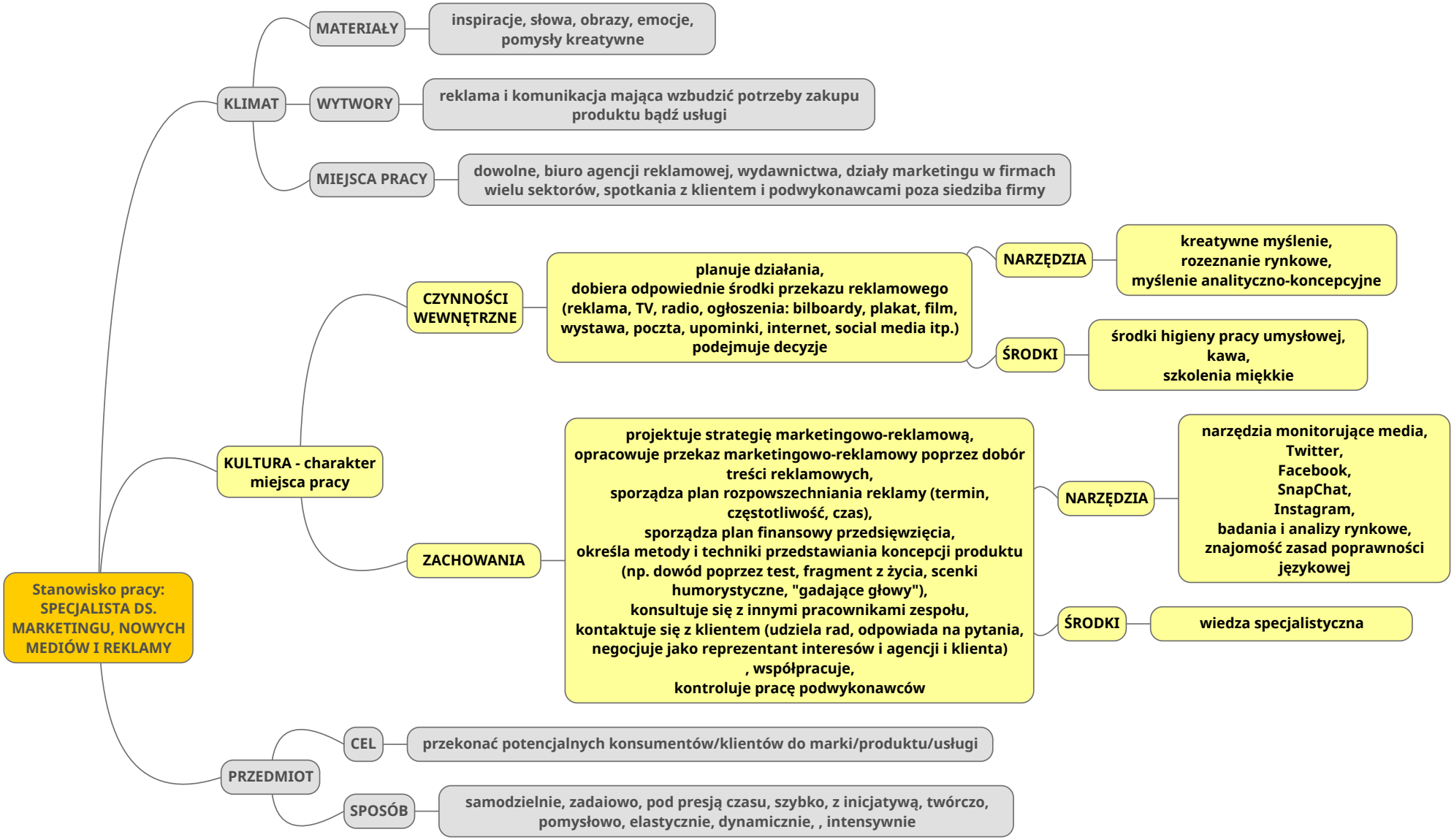
Stanowisko pracy: SPECJALISTA DS. MARKETINGU, NOWYCH MEDIÓW I REKLAMY
KLIMAT
MATERIAŁY
inspiracje, słowa, obrazy, emocje, pomysły kreatywne
WYTWORY
reklama i komunikacja mająca wzbudzić potrzeby zakupu produktu bądź usługi
MIEJSCA PRACY
dowolne, biuro agencji reklamowej, wydawnictwa, działy marketingu w firmach wielu sektorów, spotkania z klientem i podwykonawcami poza siedziba firmy
KULTURA - charakter miejsca pracy
CZYNNOŚCI WEWNĘTRZNE
planuje działania, dobiera odpowiednie środki przekazu reklamowego (reklama, TV, radio, ogłoszenia: bilboardy, plakat, film, wystawa, poczta, upominki, internet, social media itp.) podejmuje decyzje
NARZĘDZIA
kreatywne myślenie, rozeznanie rynkowe, myślenie analityczno-koncepcyjne
ŚRODKI
środki higieny pracy umysłowej, kawa, szkolenia miękkie
ZACHOWANIA
projektuje strategię marketingowo-reklamową, opracowuje przekaz marketingowo-reklamowy poprzez dobór treści reklamowych, sporządza plan rozpowszechniania reklamy (termin, częstotliwość, czas), sporządza plan finansowy przedsięwzięcia, określa metody i techniki przedstawiania koncepcji produktu (np. dowód poprzez test, fragment z życia, scenki humorystyczne, "gadające głowy"), konsultuje się z innymi pracownikami zespołu, kontaktuje się z klientem (udziela rad, odpowiada na pytania, negocjuje jako reprezentant interesów i agencji i klienta) , współpracuje, kontroluje pracę podwykonawców
NARZĘDZIA
narzędzia monitorujące media, Twitter, Facebook, SnapChat, Instagram, badania i analizy rynkowe, znajomość zasad poprawności językowej
ŚRODKI
wiedza specjalistyczna
PRZEDMIOT
CEL
przekonać potencjalnych konsumentów/klientów do marki/produktu/usługi
SPOSÓB
samodzielnie, zadaiowo, pod presją czasu, szybko, z inicjatywą, twórczo, pomysłowo, elastycznie, dynamicznie, , intensywnie