

TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY organizuje proces sprzedaży produktów i usług reklamowych, organizuje kampanię reklamową oraz przygotowuje i wykonuje projekty reklam.

TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY

Sprzedaje produkty i usługi reklamowe

Organizuje i prowadzi kampanie reklamowe

Prowadzi oferty produktów i usług reklamowych

Tworzy przekaz reklamowy

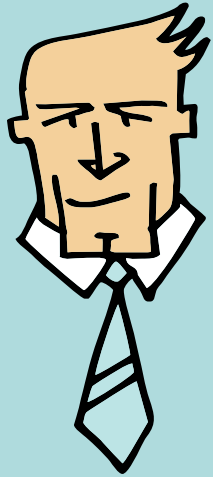
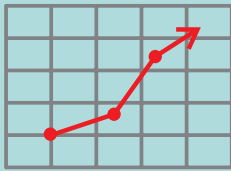
Prowadzi sprzedaż produktów i usług reklamowych

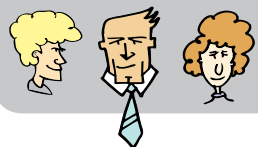
Projektuje środki reklamowe

Tworzy plan medialny

Przygotowuje środki reklamowe

Bada skuteczność reklamy





ja, ty, my, oni...

Będziesz pracować z ludźmi, będziesz odpowiedzialny za pracę zespołu.

Trafia ci się wymagający i niezdecydowani klienci.

Powinieneś łatwo nawiązywać kontakty, posiadać umiejętności przekonywania i negocjowania.

Praca wymaga kreatywności, wrażliwości estetycznej.

Często będziesz pracować pod presją czasu.

Czynności zawodowe nie mają charakteru rutynowego.



kariera edukacyjna

Wskazana jest znajomość przynajmniej jednego języka obcego oraz dobra obsługa komputera (programy edycyjne, graficzne) i Internetu.

Ze względu na konieczność częstych wyjazdów i dużą dyspozycyjność wymagane jest także posiadanie prawa jazdy.

Technik organizacji reklamy powinien umieć posługiwać się nowoczesnymi urządzeniami i sprzętem technicznym, w tym komputerem i specjalistycznymi programami graficznymi.



warunki pracy

Godziny pracy technika organizacji reklamy nie są stałe. Zazwyczaj zależą od okresu przeznaczonego na wykonanie zlecenia obejmującego kampanię reklamową, materiały promocyjne. W przypadku krótkiego okresu niejednokrotnie jest zmuszony do wykonywania zadania zarówno w dzień, jak i w nocy, tym samym jego czas pracy często przekracza typowy ośmiodzinny dzień pracy.

Głównym miejscem wykonywania pracy są pomieszczenia biurowe, ale konieczność kontaktowania się ze zleceniodawcami oraz innymi osobami, pracującymi nad projektem reklamowym wymaga od niego częstego przemieszczania się.



kariera zawodowa

Możesz pracować w agencjach reklamowych, działach marketingu różnych instytucji, biurach ogłoszeń, działach promocji.