

Nazwa: Kierownik agencji reklamowej

Kod: 122201

Synteza: Zarządza i koordynuje pracą w agencji reklamowej; opracowuje i wdraża strategię i plany krótko-, średnio- i długoterminowe agencji; odpowiada za realizację celów finansowych agencji; zarządza podległym zespołem.

Zadania zawodowe:

- opracowywanie strategicznych planów działania dla agencji reklamowej w krótkiej i długiej perspektywie oraz nadzorowanie ich realizacji;
- nadzorowanie tworzenia planów operacyjnych agencji i przekładanie ich na zadania realizowane przez poszczególnych pracowników lub działy agencji;
- prowadzenie działań promocyjnych oferty agencji i pozyskiwanie klientów na świadczone usługi z zakresu kampanii reklamowych;
- tworzenie i pełnienie nadzoru nad realizacją projektów dla klientów w obszarze reklamy (np.: opracowanie kampanii reklamowej, przygotowanie działań promocyjnych, opracowanie znaków towarowych itp.);
- nadzorowanie realizacji kluczowych projektów agencji, w tym: nadzorowanie i kontrolowanie stanu realizacji projektu, kontrolowanie kosztów poniesionych na realizację projektu, nadzorowanie wykorzystania zasobów agencji itp.;
- kontrolowanie wyników finansowych agencji pod względem: kosztów stałych działalności, realizacji planu rocznego, kosztów usług zewnętrznych, określenia centrów kosztów i centrów przychodów, mających na celu optymalizację i zarządzanie zasobami i kosztami agencji;
- reprezentowanie agencji reklamowej w kontaktach z klientami, dostawcami, inwestorami oraz instytucjami zewnętrznymi;
- nawiązywanie współpracy z kooperantami i współwykonawcami w zakresie realizacji projektów reklamowych, takimi jak: agencje public relations, organizatorzy imprez i eventów, właściciele nośników reklamy itp.;
- rekrutowanie pracowników do agencji zgodnie z założeniami dotyczącymi rozwoju firmy oraz wymaganiami kompetencyjnymi;
- zarządzanie pracą podległego zespołu, w tym motywowanie pracowników i kontrolowanie efektów ich pracy;
- dbanie o rozwój zawodowy pracowników zgodny ze strategią rozwoju agencji;
- przygotowywanie sprawozdań i prezentacji z działalności agencji reklamowej na potrzeby zarządu agencji i zewnętrznych odbiorców;
- przestrzeganie zasad etyki zawodowej, zapewnienie podległemu personelowi bezpiecznego środowiska pracy, dbanie o przestrzeganie zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosowanie przepisów prawa dotyczących ochrony

przeciwpożarowej i ochrony środowiska.

Dodatkowe
zadania
zawodowe:

- realizowanie projektów z zakresu public relations;
- uczestniczenie w festiwalach, konkursach i pokazach projektów kampanii reklamowych.