|  |
| --- |
| Рекламщик - кто он такой? **[Рекламщик - кто он такой?](http://школа-профориентация.рф/images/easyblog_articles/281/b6fafa46d39c242464bd678d4d4e4c35.jpg)Реклама – это не только «перерывы на кофе» в любимых сериалах и ток-шоу. Это не только красочные щиты, за которыми не видно знаков дорожного движения, светофоров и домов. Это не только слоганы, оккупировавшие нашу речь. Реклама – это серьезный и рискованный бизнес. Это много напряженной работы и чуть-чуть таланта, интуиции и везения. Всю цепочку от производителя товаров или услуг (заказчика рекламы) до создания и размещения готового рекламного продукта обслуживает множество специалистов: сотрудники отдела по рекламе компании, рекламного агентства и рекламной службы СМИ. Их количественный и качественный состав может сильно различаться. О компетенциях (или что должен уметь делать менеджер по рекламе):**   * **Менеджер (в области рекламного дела) должен иметь:** * **отличные знания в области» publicrelations» (связи с общественностью);** * **базовые знания по экономике;** * **навыки практической психологии;** * **должен ориентироваться в вопросах занятости, социальной защиты граждан; конфликтологии;** * **трудового законодательства,** * **закономерности ценообразования, налогообложения, маркетинга, рекламы,** * **уметь работать на компьютере;** * **владеть техникой ведения коммерческих переговоров, организации производства; готовность работать в экстремальных ситуациях;** * **умение продвигать товары и услуги.**   **Менеджер по рекламе организует рекламные компании: планирует, разрабатывает и руководит, а также определяет затраты на их проведение. Его основная задача – поддерживать и постоянно улучшать имидж компании в глазах общественности.**  **Менеджер по рекламе крупной компании, где практикуется четкое разделение функций, координирует деятельность всего отдела, сотрудничает с маркетологами, контактирует с рекламными агентствами и рекламными службами СМИ, отслеживает эффективность рекламных кампаний.**  **Менеджер по рекламе в электронных и печатных средствах массовой информации работает с клиентами и рекламными агентствами, занимается поиском новых рекламодателей, контролирует правильность размещения рекламы.**  **Менеджер по работе с клиентами (accountmanager) в рекламном агентстве является связующим звеном между заказчиками и производителями рекламы (копирайтерами, дизайнерами), разрабатывает и ведет рекламные проекты в сотрудничестве с маркетологами, бренд-менеджерами, медиа-планнерами.** |
|  |