

Kształcenie:

**Europejska Uczelnia Informatyczno-
Ekonomiczna w Warszawie**

ul. Modlińska 51, 03-199 Warszawa

tel. (22) 371 03 30

<http://www.eu.edu.pl/marketing-reklama-i-pr/>

zapisy@eu.edu.pl

Uniwersytet Łódzki

90-136 Łódź, ul. Narutowicza 68

tel. (42) 635 40 00

www.uni.lodz.pl

rekrutes@uni.lodz.pl

Společná Akademia Nauk w Łodzi

ul. Sienkiewicza 9, 90-113 Łódź

tel. (42) 664 66 66

www.lodz.spoleczna.pl/

uczelnia@san.edu.pl

**Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna
w Łodzi**

ul. Sterlinga 26, 90-212 Łódź

tel. (42) 631 58 01

www.ahe.lodz.pl

rekrutacja@ahelodz.pl

9 0 1

**Więcej informacji
o zawodzie znajdziesz w:**

**Centrum Informacji
i Planowania Kariery Zawodowej:
w Łodzi:**

ul. Wólczańska 49, 90-608 Łódź,

tel. (42) 66 30 255, 66 30 273

oraz oddziałach:

w Piotrkowie Trybunalskim:

ul. Wojska Polskiego 2,

97-300 Piotrków Trybunalski

tel. (44) 649 60 87

w Sieradzu:

ul. 3 Maja 7, 98-200 Sieradz

tel. (43) 822 81 84, 822 81 86

w Skierniewicach:

ul. Jagiellońska 28, 96-100 Skierniewice

tel. (46) 833 39 74, 833 36 50



Wojewódzki Urząd
Pracy w Łodzi



Specjalista ds. reklamy

Klasyfikacja Zawodów i Specjalności: 243107



http://www.drogadoetatu.pl/arttykul_23.htm - dostęp 29.04.2020

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi

Centrum Informacji

i Planowania Kariery Zawodowej

Oddział w Piotrkowie Trybunalskim

Specjalista do spraw reklamy zajmuje się planowaniem, tworzeniem oraz koordynacją działań reklamowych, które mają na celu przekonanie potencjalnego klienta do nabycia reklamowanego produktu lub usługi. Specjalista do spraw reklamy dokonuje także analizy realizacji założonych celów kampanii, obejmującej: testowanie i optymalizację kampanii pod kątem maksymalizacji efektów, kontakt z klientami bezpośrednimi, koordynację współpracy z agencjami reklamowymi, współpracę z drukarniami (foldery reklamowe) i producentami reklam (filmy, reklamy głosowe, internetowe).

Zadania zawodowe:

- kontaktowanie się ze zleceniodawcą w celu reklamy produktów lub usług, zapoznavanie się z produktem, który ma być przedmiotem reklamy;
- opracowywanie kompleksowych kampanii reklamowych produktów lub usług zleczanych przez klienta, opracowywanie budżetu kampanii reklamowej;
- podejmowanie decyzji o formach i kierunkach prowadzonej reklamy;
- dobór treści reklamowych: tworzenie haseł i sloganów reklamowych, tekstów reklam, scenariuszy ich wersji telewizyjnych lub radiowych, projektów graficznych plakatów, folderów itp.;
- ustalanie sposobu prezentacji treści reklamowych;
- dokonywanie wyboru mediów (środków przekazu) do przenoszenia treści reklam;

- wykupywanie czasu antenowego lub miejsca na łamach gazet i czasopism;
- monitoring realizacji kampanii, zlecanie badań skuteczności przekazu reklamowego, analiza wyników i sporządzanie raportów dla zlecających kampanię reklamową.

Warunki podjęcia pracy w zawodzie:

O stanowisko specjalisty ds. reklamy mogą ubiegać się osoby z wykształceniem wyższym zarówno po kierunkach humanistycznych (socjologia, psychologia, dziennikarstwo) jak i ekonomicznych. Charakter pracy wymaga znajomości psychologii społecznej, zachowań konsumenckich a także metod tworzenia przekazu reklamowego. Ważna jest umiejętność biegłego posługiwania się (w mowie i piśmie) językiem polskim, przydaje się znajomość także języków obcych. Konieczność pracy w terenie uzasadnia wymóg posiadania prawa jazdy i doświadczenia w kierowaniu samochodem.

Wymagania psychofizyczne:

Wykonywanie tego zawodu wymaga przede wszystkim doskonałych umiejętności interpersonalnych, m.in. łatwości nawiązywania licznych kontaktów z ludźmi oraz zdolności przekonywania i negocjowania ze zleceniodawcami i współtwórcami projektu reklamowego. Specjalista ds. reklamy powinien być cierpliwy i odznaczać się dużą odpornością emocjonalną. Często musi działać pod presją czasu i przerzucać uwagę z jednej czynności na

drugą. Powinna być to osoba twórcza, o dużej wrażliwości artystycznej, przejawiająca inicjatywę, umiejąca samodzielnie planować i organizować przedsięwzięcia.

Przeciwwskazania do wykonywania zawodu:

Przeciwwskazaniami do wykonywania zawodu specjalisty ds. reklamy są: schorzenia wzroku, wady słuchu, wady wymowy, zniekształcenia ciała oraz problemy z wyglądem. Funkcjonowanie w warunkach ciągłego stresu, pod presją czasu utrudnia pracę osobom z chorobami układu krążenia i układu nerwowego. Konieczność częstego przemieszczania się uniemożliwia wykonywanie zadań zawodowych przez osoby niepełnosprawne ruchowo.

Możliwości i szanse zatrudnienia:

Specjalista ds. reklamy może być zatrudniony w przedsiębiorstwach i organizacjach państwowych oraz w firmach sektora prywatnego różnych branż gospodarki (pracując w działach marketingu i sprzedaży). Specjalistów ds. reklamy poszukują też firmy specjalizujące się w branży reklamowej i medialnej. Specjalista do spraw reklamy może pracować np. w agencjach lub biurach reklamy, ale może także wykonywać usługi w ramach jednoosobowo prowadzonej działalności gospodarczej i współpracować z agencjami reklamowymi w zakresie różnych elementów działań reklamowych.