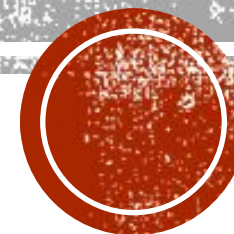


ЗАНЯТИЕ 2



ПРОФЕССИИ РЕКЛАМНОЙ ОТРАСЛИ. ВНУТРИ КОМПАНИИ:

Начальник отдела маркетинга

Менеджер-маркетолог

Менеджер по PR, работе со СМИ и спецпроектам

Менеджер по рекламе

Менеджер по стратегии продаж

Специалист по маркетинговым исследованиям

Бренд-менеджер



СТРУКТУРА ОТДЕЛОВ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ:



Директор Департамента
маркетинга и рекламы

Начальник Отдела анализа
и маркетинговых
исследований

Маркетолог-
аналитик (аренда)

Маркетолог-
аналитик
(продажа)

Начальник Отдела
оперативного маркетинга

Менеджер по
маркетингу
(Бренд-менеджер)

Менеджер по
маркетингу
(Бренд-менеджер)

Менеджер по
маркетингу
(Бренд-менеджер)

Сектор дизайна

Ведущий
архитектор-
дизайнер

Дизайнер-
визуализатор

Дизайнер-
визуализатор

Ведущий
дизайнер

Дизайнер

Дизайнер

Сектор рекламы и PR

PR менеджер

Копирайтер

Ассистент
Департамента

Администратор
сайтов



РАБОТА КОМПАНИИ «ЛУКОЙЛ»:

Департамент общественных связей входит в состав Главного управления стратегического развития и инвестиционного анализа.

Структура Департамента такова:

- - отдел по связям с государственными и региональными органами управления
- - отдел по работе со средствами массовой информации
- - информационно-аналитический отдел
- - отдел рекламы и выставочной деятельности
- - отдел по координации спонсорской деятельности
- - протокольный отдел
- - музей



В РЕКЛАМНОМ АГЕНТСТВЕ:

Креативный
директор
(Creative
Director)

Копирайтер

Маркетолог

Дизайнер
рекламы

Арт-байер

ТВ-продюсер
рекламного
агентства

ВТЛ-директор

SMM-
специалист

SEO-
специалист

Агент
рекламный или
менеджер по
рекламе

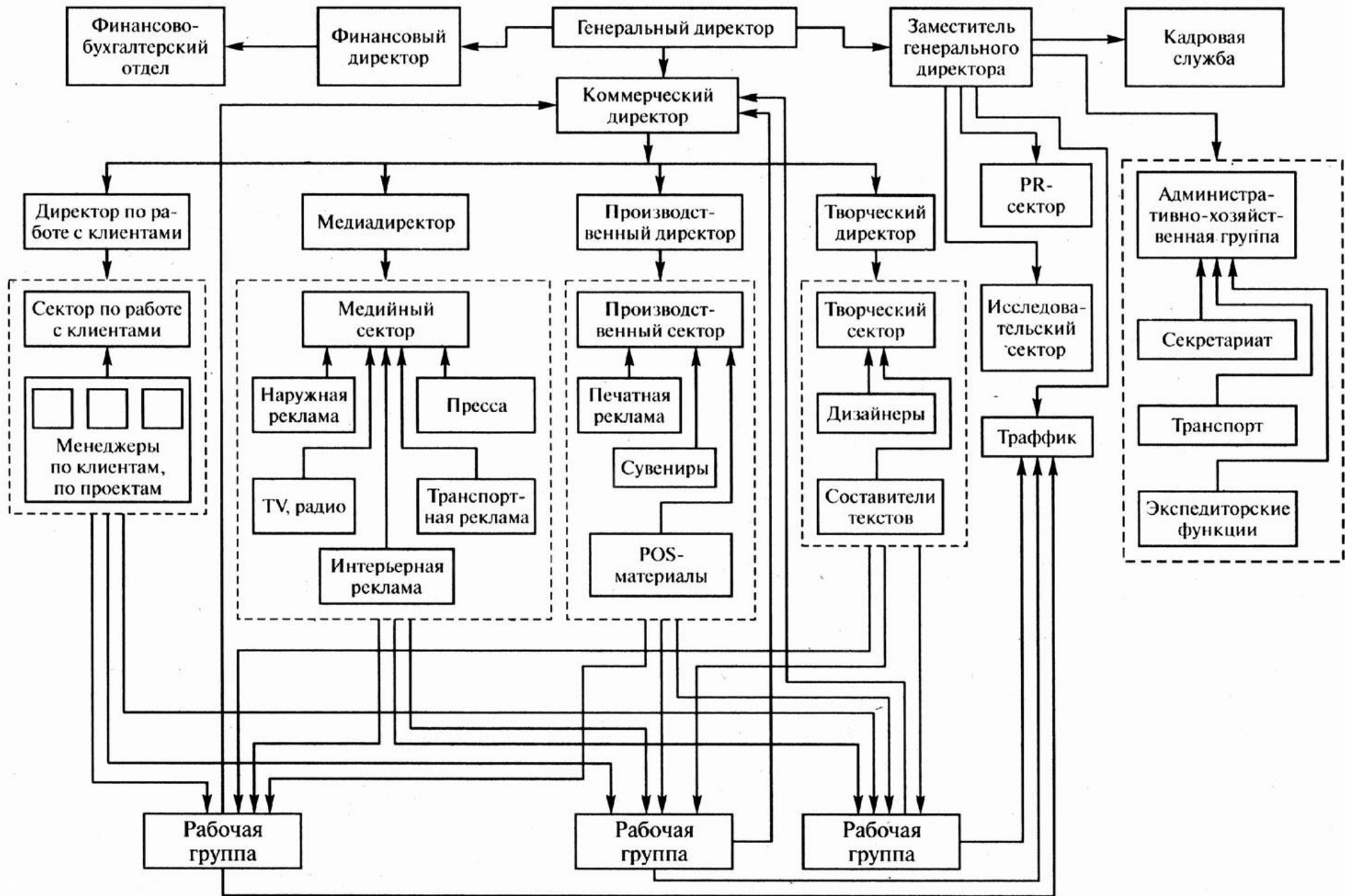
Медиапланеры

Медиа-байер



ПРОСТАЯ СТРУКТУРА РА:





КРЕАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР:

Участствует в формулировании стратегии бренда, написании брифа, процессе создания рекламы, презентации и продаже идей клиенту, в реализации рекламного продукта для публикации в средствах массовой информации.

Крупные рекламные агентства могут иметь в штате несколько креативных директоров, каждый из которых отвечает за крупный бренд или коллекцию брендов, и подчиняются управляющему креативному директору.



КОПИРАЙТЕР:

Пишет тексты:

- информационные статьи в блог;
- тексты для страниц сайтов — от главной до какого-нибудь раздела каталога;
- SEO-тексты для продвижения в поисковиках;
- тексты для лендингов — одностраничных сайтов;
- посты для групп в социальных сетях;
- цепочки писем для email-рассылок;
- сценарии для роликов и многое другое.



МАРКЕТОЛОГ И МАРКЕТОЛОГ-АНАЛИТИК:

Маркетолог - это специалист, который занимается продвижением товаров и услуг компании. Его **цель** - построить систему продаж, которая будет приносить компании наибольшую прибыль. Название профессии переводится как "изучающий рынок", потому что маркетолог выявляет потребности потенциальных клиентов, чтобы предложить товар или услугу, которые удовлетворят эти потребности.

Маркетолог-аналитик — вид маркетолога, который собирает и анализирует информацию о рынке товаров и услуг, конкурентах и поведении потребителей, успешность маркетинговой стратегии компании-заказчика.



АРТ-БАЙЕР

Его задача сводится к разработке дизайна рекламной печатной продукции, которая должна максимально полно продемонстрировать суть деятельности компании и всячески укреплять ее имидж.

К арт-байеру не предъявляют требований владеть искусством фотографии или быть художником

Его задача – подыскать фотографа и прочих специалистов, которые смогут создать качественную рекламу. Он же выдает им техническое задание и доступно разъясняет его.

Кроме перечисленного арт-байер еще обязан позаботиться о наличии студии и строго контролировать сроки сдачи готового продукта.



ТВ-ПРОДЮСЕР

Отвечает за то, чтобы рекламный ролик был произведен и вышел в эфир в оговоренные сроки, а его качество соответствовало ожиданиям клиента.

В его обязанности входит организация процесса производства ролика. То есть разработка графика производства, привлечение подрядчиков для участия в тендере, комплектация команды для производства ролика, поиск и утверждение ключевых фигур (режиссера, оператора, художника-постановщика, специалистов по компьютерной графике и т. д.), проверка бюджетов и логистики, предоставление рекомендаций по выбору подрядчика для производства ролика.

На этапе осуществления его производства со стороны агентства ТВ-продюсер контролирует все аспекты, связанные с подготовкой, съемками и постпроизводством. Суть профессии ТВ-продюсера заключается в том, чтобы быть связующим звеном между агентством и производителем рекламного ролика.



SEO-СПЕЦИАЛИСТ

Специалист по контекстной рекламе занимается созданием и проведением рекламных компаний в «Google AdWords» и «Яндекс.Директ».



SMM-СПЕЦИАЛИСТ

Это специалист по SMM (Social Media Marketing), комплексу мер по продвижению web-сайтов, товаров или услуг с помощью социальных медиа-средств, к которым относятся: блоги; социальные сети; тематические Интернет-ресурсы класса Web 2.0.



EVENT-СПЕЦИАЛИСТ

Обязанности:

Организация и подготовка мероприятий "под ключ" (конференции, семинары, форумы, мастер-классы, праздники, выставки).

Поиск площадок под мероприятия.

Работа с подрядчиками, составление сметы.



МЕДИАПЛАНЕР

- **Медиапланер** (с англ. «media» - СМИ и «planner» — проектировщик, плановик) – это специалист по разработке эффективных и оптимальных медиапланов в целях рекламы продукции или услуг компании.



СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАНЕР /STRATEGIC PLANNER

Обязанности:

- Сбор и анализ рыночной информации, информации о конкурентах, составление рекомендаций для развития бизнеса и бренда клиента;
- Написание креативных брифов, коммуникационных стратегий, стратегий развития бренда;
- Брифинг креативных команд, их стратегическое сопровождение во время творческого процесса и оценка креативных идей на соответствие брифу;
- Мониторинг рекламных активностей конкурентов, сбор и анализ успешных кейсов, и составление рекомендаций на их основе;
- Работа с исследовательскими базами данных



КРЕАТИВНЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Дизайнер

Фотограф

Декоратор

Иллюстратор

Сценарист



АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ

Ключевая задача рекламного агента — организация маркетинговой деятельности заказчика/нанимателя. Сюда в тесная связь с представителями массмедиа, активная работа с подрядчиками, постоянные разъезды (контроль размещения наружных объявлений).

Профессиональные обязанности:

- обзвон новых потенциальных клиентов, предложение услуг;
- составление маркетингового плана под индивидуальный заказ;
- заключение договоров;
- личные встречи с рекламодателями (переговоры, осмотр места размещения площадки, агент всегда должен быть готов к разъездам);
- мониторинг исполнения контракта.



ВАРИАНТЫ СОТРУДНИЧЕСТВА:

**Штатный
сотрудник:**
получает
оклад + небольшой
процент

Агент вне штата:
работает только за
процент (10-15%)



АТЛ И ВТЛ.





ATL (от англ. above-the-line — над чертой) — традиционный вид рекламы, подразумевающий размещение в прессе, на телевидении и радио, а также наружную и печатную рекламу. Целевыми аудиториями ATL-рекламы обычно являются самые широкие социальные группы населения.



BTL (от англ. below-the-line — под чертой) — комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы ATL уровнем воздействия на потребителей и выбором средств воздействия на целевую аудиторию. BTL включает в себя стимулирование сбыта, мерчандайзинг, POS-материалы, прямые почтовые рассылки, выставки и многое другое.



СХЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ ATL И VTL:

Промо-акции + Интернет-коммуникации

Промо-акции + поддержка на телевидении + поэтапные ивенты

Ивент-активация + поддержка на телевидении/в печатных СМИ/
в Интернете

Интернет + центры обмена подарков



ЗАДАНИЕ:

- Принести 1-2 журнала или газеты (региональных или федеральных), в которых есть реклама!!!

