



Aprobat,
Director General Adjunct,

FIȘĂ POST

A. ELEMENTELE DE IDENTIFICARE A POSTULUI:

A.1. Denumire post: specialist marketing

A.2. Nivel post: funcție de execuție.

A.3. Experiență profesională: minimum 5 ani.

A.4. Scopul principal al postului: execută strategiile de marketing și comunicare

B. CERINȚE POST:

B.1. Studii: superioare absolvite cu diplomă de licență

B.2. Perfecționări (specializări): -

B.3. Cunoștințe de operare/programare pe calculator: Cunoștințe de operare calculator și utilizare programe dedicate marketing

B.4. Limbi străine (necesitate și nivel de cunoaștere): limba engleză și limba franceză nivel avansat

B.5. Abilități, calități și aptitudini necesare:

- abilități excelente de comunicare și contacte solide în media și business;
- abilități de redactare și stăpânire temeinică a limbii române;
- creativitate.

B.6. Cerințe specifice: experiență profesională în domeniu: minimum 5 ani

- persoană responsabilă, meticuloasă, conștiincioasă;
- persoană organizată, care înțelege importanța respectării termenelor limită;
- excelente abilități de redactare, de comunicare și de lucru în echipă;
- creativitate și excelentă capacitate de planificare;
- experiență în crearea conceptelor pentru campanii și evenimente;
- aptitudini și cunoștințe solide privind managementul situațiilor de criză;
- o bună cunoaștere a tehnicilor de branding și PR;
- experiență de lucru cu bugete și echipe de producție determinate;
- capacitate de a gestiona evenimente și priorități neprevăzute, în funcție de situațiile de urgență ale stației.

B.7. Competența managerială (cunoștințe de management, calități și aptitudini manageriale): nu este cazul

C. ATRIBUȚII ȘI RESPONSABILITĂȚI POST:

- responsabil pentru activitățile de marketing, inclusiv branding, comunicații și identitate corporativă, sub directă coordonare a șefului departamentului de Marketing;
- asigură consistența mărcilor, conceptualizează ideile care vor fi asociate cu marca, în linia strategiei de marketing stabilite;
- construiește planuri și programe legate de obiectivele cheie de marketing: lansarea de produse noi, gestionarea portofoliilor de produse existente, implementarea operațională (mix de marketing);
- supervizează producția de materiale comerciale pentru a sprijini vânzările publicitare (fluturași, broșuri, reclame, truse media, video, digitale, etc);
- elaborează materialele de suport pentru adaptarea pitch-urilor și a ofertelor de vânzări pe categorii;
- ajută la organizarea activităților legate de lansări de produse, evenimente, creație pentru campanii;
- funcționează în strânsă colaborare cu diferitele echipe ale companiei (marketing comercial, parteneriate, analize de public, studio, editorial, producție) pentru a ține la zi documentele companiei, prezentările, filmele promoționale și fișierele video;
- lucrează cu echipa de creație la produse publicitare și promoționale pentru diferitele campanii publicitare (plătite sau barter);
- gestionează sistemul de trimitere regulată a informațiilor de marketing către baze de date comerciale sau de distribuție, direct e-mail, buletine informative;
- ajută la definirea strategiei de PR a organizației;
- propune și execută planul de comunicare externă aprobat de către șeful Departamentului Programe
- redactează și diseminează comunicatele oficiale ale organizației, aprobate de șeful de Marketing, șeful Departamentului Programe și Redactorul Șef.

D. RELAȚII:

D.1. Ierarhice:

- subordonat față de: Șeful ierarhic superior
- superior pentru: nu este cazul

D.2. Funcționale: are relații cu toate structurile Direcției Euronews România, în domeniul de competență și administrative cu alte structuri UPB.

D.3. De control: nu este cazul

D.4. De reprezentare: are relații cu celelalte structuri din cadrul Direcției Euronews România, în domeniul de competență.

D.5. Limite de competență: date de fișa postului.

D.6. Delegarea de atribuții/competențe: nu este cazul.

Elaborat:

Direcția Euronews România

Luat la cunoștință:

.....

data: