

# Менеджер по рекламе

Миненкова Наталия Дмитриевна  
15 лет  
ГБОУ СОШ №184  
89267614921  
fruitella1996@rambler.ru

# Описание профессии:

Менеджер по рекламе - одна из самых распространенных профессий. Множество журналов, газет, радио, телевидение, сайты в Интернете продают рекламное время либо рекламные площади, и им требуются компетентные менеджеры. Достаточно большой рынок и наружной рекламы. Менеджеры по рекламе есть почти в каждой компании, которая что-либо производит, чем-то торгует, оказывает какие-либо услуги. Любая компания нуждается в привлечении новых клиентов, в поддержании своего имиджа на рынке, а, следовательно, в рекламе. Это специфическая работа, в которой не каждый достигает успеха.



В зависимости от места работы профессиональные задачи менеджера по рекламе могут различаться. Если компания занимается предоставлением рекламных площадей, то обязанности менеджера по рекламе состоят в организации как можно большего числа эффективных успешных сделок с рекламодателями, в продаже рекламного времени или места на информационном носителе. Для этого менеджер по рекламе осуществляет комплекс различных мероприятий как по привлечению новых клиентов, так и по поддержанию отношений с уже имеющимися. Менеджеру по рекламе, работающему на производстве, необходимо заниматься самостоятельным поиском средств массовой информации, размещение рекламы в которых принесет организации прибыль.



# ИСТОРИЯ И СПЕЦИФИКА ПРОФЕССИИ:

НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР.  
ГЛАВХЛЕБ



КМЕНТ» (или орг  
иваться  
МОТИВЫ  
НИКЛО Н  
в 30-е

ОТМЕЧАЮ:  
**Кекс** ВСЕГ

СИЛ  
КОН  
пер  
пон  
спр  
пра  
нас



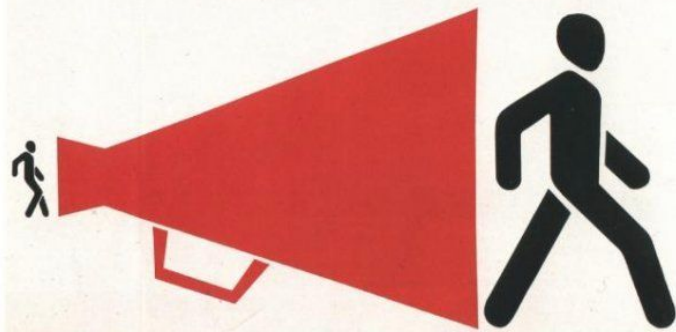
превратилась в

Н  
Б  
Ф  
С  
Н  
И  
Т  
УГ





СМЕЛЕЕ, ТОВАРИЩ! ГЛАСНОСТЬ - НАША СИЛА!



ль  
как  
еор  
В, М  
л на



В  
ет в  
на



# Качества для успеха в этой профессии

Для того чтобы успешно работать менеджером по рекламе, необходимо обладать следующими качествами:

- ❖ Иметь хорошее образование - лучше, гуманитарное или специализированное, потому что образованный менеджер совсем по-другому общается с клиентами, чем человек с более низким образовательным уровнем. Образование дает определенный кругозор, который помогает в работе, умение грамотно излагать свои мысли, как письменно, так и устно.



- ❖ Коммуникабельность - умение общаться с разными людьми. Это основополагающее качество такого менеджера, потому что по роду своей работы он общается с большим количеством самых разных людей и к каждому из них необходимо найти свой подход.

❖ Стрессоустойчивость - готовность к отказам должна быть у менеджера по рекламе постоянной, т.к. чаще всего, из 100 предложений по рекламе 80% будут отказы. Готовность услышать "нет" и при этом не злиться, не ругать клиента за отказ сотрудничать, а философски относиться к данному факту и искать дальше.



❖ Энергичность - это как раз такая работа, где "под лежащий камень вода не течет".

❖ Мыслить веерообразно - уметь предложить клиенту веер различных вариантов рекламы, чтобы у него был выбор, тогда шансы на успех повышаются.



❖ Интуиция - порой, для экономии времени и сил, нужно почувствовать интуитивно - удастся ли заинтересовать этого клиента своим рекламным предложением или нет. Почувствовать интересы крупного заказчика, что именно ему необходимо для успешной рекламной компании.





❖ Отсутствие жадности - важное качество, потому что менеджер по рекламе зарабатывает постепенно свою рекламную базу, с которой работает годами. Поэтому, лучше всего, работать с клиентом грамотно в финансовом отношении, предоставляя ему систему скидок, различные бонусы. Лучше заключить долгосрочный контракт на меньшую сумму, чем одноразовый на большую сумму. К тому же, клиент быстро понимает, что одноразовая реклама не всегда срабатывает и разочаровывается в услугах рекламного менеджера.



❖ Творческий подход - любая реклама, как проявление фантазии, может быть удачной или нет. Творческое мышление может помочь, предложить клиенту оригинальный рекламный ход, который его заинтересует. Более того, постепенно можно создать портфолио своих рекламных работ, которое показывается потенциальным рекламодателям. Так поступают в крупных рекламных агентствах и эту тактику могут применять и одиночные рекламные менеджеры.

❖ Терпеливость - рекламному менеджеру порой приходится обзванивать множество компаний, приезжать на десятки встреч, составлять различные рекламные предложения, вести отчетность и другую документацию. Без терпеливости в таких делах не обойтись.





# Перечень основных обязанностей рекламиста:

1. Знание рынка, на котором работает менеджер по рекламе.
2. Умение грамотно и быстро провести презентацию рекламируемого товара или услуги.
3. Оперативно и тактично отвечать на запросы потенциальных клиентов по телефону и электронной почте.
4. Составление коммерческих предложений потенциальным рекламодателям.
5. Встреча и проведение переговоров с потенциальными заказчиками.
6. Выяснение потребностей, пожеланий, проблем клиентов.
7. Заключение договора с клиентом.
8. Составление различной финансовой документации (выставление счета, составление акта сдачи-приемки выполненных работ, счета-фактуры и т. д.)
9. Развитие и поддержание отношений со своими рекламными клиентами.
10. Отслеживание всего рекламного процесса для каждого клиента от начала и до конца: показ клиенту рекламного макета или эскиза, согласование деталей с дизайнерами и клиентами, утверждение рекламного макета.

# О зарплате и не только

Чаще всего, менеджеры по рекламе получают фиксированный оклад + проценты от заключенной сделки. Это касается менеджеров по рекламе, работающих в СМИ и продающих рекламные площади или рекламное время. Менеджеры по рекламе в различных компаниях имеют стабильный, достаточно хороший оклад и премии. Например, различным менеджерам по рекламе предлагаются следующие ориентировочные зарплаты:

- ⌘ менеджер по продажам контекстной рекламы - от 25 до 60 000 руб.
- ⌘ менеджер по наружной рекламе - оплата 50% от суммы заказа (в среднем, это может составить и 30 тысяч и 150 тысяч руб. в месяц).
- ⌘ менеджер по рекламе и организации различных мероприятий - 20-35 000 руб. в месяц.
- ⌘ менеджер по рекламе в СМИ - 30 000 руб. (оклад) + % от продаж рекламы + премия.
- ⌘ менеджер в рекламном агентстве по размещению наружной рекламы - оклад 30 - 60 000 руб. в месяц.
- ⌘ ассистент менеджера по рекламе - 20 000 руб. в месяц.

# Основные проблемы, существующие на рынке рекламы в России:

- ⌘ Финансовые. Мало денежных ресурсов, причём 70-80% средств сосредоточено в Москве. В этом городе они и остаются, то есть не распределяются. Рекламщики исключают из сметы самые затратные мероприятия, благодаря которым и может осуществлять свою миссию и развиваться реклама (оплата лучших авторов, обучение, исследование рынка, тестирование объявлений, участие в фестивалях и конкурсах).
- ⌘ Организационные. Большинство известных рекламных агентств создано крупнейшими медиа-анклавами или на их базе. Это создало монопольные условия и возможности.
- ⌘ Творческие. Реклама требует одарённых людей. Но стимула для работы в рекламе немного.

# Обучение по данной специальности

Как уже говорилось выше, для менеджера по рекламе важно хорошее образование, которое может быть и общим гуманитарным, а может быть специализированным в области рекламы. Так, рекламной профессии учат в следующих высших учебных заведениях:

- ☉ Московский Гуманитарный Университет - на факультете рекламы (Высшая школа рекламы). Это первое подразделение, где с 1995 года готовят профессиональные кадры для рекламной сферы. Соучредитель - Российская Ассоциация Рекламных Агентств. Обучение на специальность "реклама" проводится по 6 специализациям: менеджмент в рекламе, маркетинг в рекламе, дизайн рекламы, режиссура рекламы, копирайтинг, PR в рекламной деятельности. Возможно получение второго высшего образования.
- ☉ Международный институт рекламы - специализации "маркетинг в рекламе", "менеджмент в рекламе", "креатив в рекламе". Обучение платное.
- ☉ Институт гуманитарного образования и информационных технологий - специализация "организация рекламных мероприятий", квалификация "специалист по рекламе", стоимость обучения в год - 65 тысяч руб.
- ☉ Международная академия бизнеса и управления - в одном из подразделений академии, в Институте современных коммуникационных систем и технологий, готовят по специальности "реклама", стоимость обучения 26 тысяч рублей за семестр.
- ☉ Российский Государственный Гуманитарный Университет - в Институте управления, экономики и права, можно пройти обучение по специальности "реклама и маркетинговые коммуникации". Стоимость обучения за семестр, на очной форме - 77 700 руб. за семестр, на заочной - 27 100 руб.
- ☉ Российский Университет Дружбы Народов - в Институте мировой экономики и бизнеса, специальность "реклама", специализации: "рекламный менеджмент", "PR в рекламной деятельности", стоимость обучения за год - 7 500 у.е.

# Востребованность:

Ежегодно после получения среднего образования перед миллионами молодых людей во всем мире встает вопрос о выборе будущей профессии и, соответственно, вуза для обучения по выбранной специальности. Представителями ВСЕВЕДа проведено анкетирование будущих абитуриентов – посетителей выставки «Образование и карьера – XXI век», которая проходила в Москве в 2007 году. Самой популярной среди поступающих в высшие учебные заведения была названа профессия менеджера. Одним из основных мотивов такого выбора является востребованность менеджеров на рынке труда. Действительно, по данным сайтов кадровых агентств, примерно 40 % вакансий составляют позиции менеджеров различных направлений и уровней подготовки.

Высокий спрос на менеджеров объясняется межотраслевым характером специальности, так как получившие эту квалификацию выпускники могут работать практически во всех отраслях народного хозяйства: в экономике, бизнесе, на производстве, в государственных структурах и общественных организациях. Менеджеры были и будут нужны всегда. Большую роль в обеспечении стойкого спроса на менеджеров у работодателей играет универсальность самой специальности, включающей комплекс знаний не только по менеджменту, но и по экономике, маркетингу, рекламе и психологии. Востребованность менеджеров на рынке труда столь высока, что зачастую менеджерские позиции занимают выпускники, имеющие квалификации экономистов, юристов, маркетологов. Но им, безусловно, недостает знаний по организационным и управленческим дисциплинам, которые приобретают только выпускники с квалификацией «менеджер».

