




### شرح وظایف سرپرست بخش تبلیغات

۱. تهیه، آنالیز و ارائه ی گزارشات آماری و تحلیلی به صورت روزانه، هفتگی، ماهیانه، فصلی و سالیانه به مافوق
۲. همکاری و تعامل کامل در کمیته ها، تشکل ها، تیم ها و حضور موثر در جلسات
۳. آماده سازی محیط مناسب برای رشد و تعالی منابع انسانی در اختیار، جهت قرار گرفتن در مسیر شغلی مطلوب و مطابق با استعداد و مهارت های کسب شده
۴. اطلاع دقیق و کامل از استراتژی های گروه و واحد مشارکت در جاری سازی آنها در حوزه فعالیت خود
۵. مشارکت در استقرار نظام ۵S در واحد
۶. همکاری در تهیه برنامه های استراتژیک، ساختار سازمانی، شناسنامه شغل، دستورالعمل ها و آیین نامه ها ... و به روز رسانی آنها با حضور در کمیته راهبردی واحد.
۷. ارزیابی عملکرد مستمر پرسنل زیر مجموعه
۸. تهیه، آنالیز و ارائه ی گزارشات آماری و تحلیلی به صورت روزانه، هفتگی، ماهیانه، فصلی و سالیانه به مافوق
۹. تهیه، تدوین و اجرای برنامه های سالیانه تبلیغات بر اساس نیاز سنجی های برنامه ریزی فروش
۱۰. نظارت و پشتیبانی جهت عملیاتی شدن و اجرای درخواست های تبلیغاتی POP شعب فروش با توجه به بودجه مصوب
۱۱. تجزیه و تحلیل اثر بخشی نوسانات بازار و تاثیر گذاری تبلیغات برند بر روند فروش و ارائه پیشنهادات اصلاحی با هماهنگی برنامه ریزی فروش
۱۲. ارائه پیشنهادات جهت ویرایش آیین نامه ها و دستورالعمل های مورد نیاز واحد مربوطه و به روز رسانی آنها
۱۳. اجرای برنامه سالیانه تبلیغات و به روز رسانی طرح ها
۱۴. نظارت بر طراحی هدایای تبلیغاتی
۱۵. مدیریت بر بودجه مصوب و نظارت بر مصرف بهینه آن
۱۶. تیم سازی و تعیین اهداف کلی و مشی تبلیغاتی POP برند در بازه زمانی مشخص و نظارت بر روند حرکت در مسیر اهداف
۱۷. تدوین و ارائه راهکارهای جامع تبلیغاتی جهت ارتقاء سطح شان برند
۱۸. استاندارد سازی فعالیتهای تبلیغاتی گروه با رویکرد ارتقاء برند نزد ذینفعان
۱۹. بروز رسانی دانش جمعی همراه با استفاده از جدیدترین نرم افزار های روز دنیا

تاریخ: ۹۳/۰۲	شرح وظایف مدیریت روابط عمومی و امور بین الملل	
شماره: ۰۰		
صفحه ۱۲		

۲۰. نظارت و پشتیبانی دقیق بر اجرای توسعه و کیفی بودن برنامه های گرافیک و تبلیغات، چاپ و انتشارات و سمعی و بصری جهت هر چه بالاتر بردن سطح نیازمندی مخاطبین مربوطه
۲۱. نظارت بر حسن همکاری با خدمات دهندگان برون سازمانی و درون سازمانی
۲۲. مد نظر قرار دادن استراتژی کلی سازمان و برنامه ریزی جهت القای باورها و نگرشهای سازمانی به مخاطبین
۲۳. تهیه و تنظیم برنامه بخش تبلیغات و انتشارات با بهترین زمانبندی و حداکثر بازخورد
۲۴. مشارکت در تهیه برنامه سالیانه واحد
۲۵. اطلاع از برنامه ها و اولویتهای فروش از طریق واحد برنامه ریزی فروش و تطبیق طرح های پیشنهادی با استراتژی های فروش محصولات هماهنگ با مدیر روابط عمومی

