

# MEDIA PLANNER

## PROFIL OCUPAȚIONAL

(versiunea finală)

**Descrierea ocupației:** Practicanții unei astfel de ocupații lucrează într-o agenție media sau într-un departament media dintr-o agenție de publicitate. În unele firme ia și atribuțiile de media buying. În funcție de mărimea agenției/ departamentului, realizează doar planul media sau și strategia media a unei campanii publicitare.

**Cod COR:** 245 526

### A. Sarcini principale

*Această componentă cuprinde acele sarcini aferente unei ocupații care au cea mai mare importanță pentru ocupația respectivă și permit diferențierea între o persoană cu performanțe ridicate în profesia respectivă (expert) și o persoană cu performanțe reduse (novice).*

- Primește de la client informații privind obiectivul campaniei publicitare (ex: creșterea vânzărilor cu un anumit procent), publicul-țintă, bugetul alocat campaniei media, caracteristici ale produsului sau serviciului care trebuie promovat, termenul de derulare a campaniei;
- La începutul unui proiect, face parte din echipa care elaborează strategia de comunicare (alături de persoane care se ocupă de creație și de account manager), pornind de la publicul-țintă și luând în considerare celelalte informații de la client
- În funcție de strategia de comunicare, realizează strategia media
- Repartizează bugetul media pe diferiți suportați media (TV, radio, presa scrisă, alte căi de publicitate), în funcție de informații primite de la media buyer privind grilele de prețuri practicate de instituțiile media
- Reformulează proiectul în funcție de ofertele instituțiilor media
- Propune metode de optimizare astfel încât campania să atingă un segment cât mai mare din publicul-țintă, cu o frecvență cât mai mare
- Prezintă planul media echipei de proiect/ managerului de cont/ clientului spre aprobare
- Folosește în realizarea strategiilor media informații privind publicul-țintă și ratele de audiență ale instituțiilor media, pornind de la studii de audiență existente pe piață
- Realizează analiza post-campanie și compară rezultatele obținute cu previziunile
- Calculează indicatori specifici (REACH, frecvența etc.) prin care estimează eficiența campaniei în funcție de obiectivul cuantificat.

## B. Contextul muncii

*Această componentă conține informațiile esențiale despre mediul în care practicanții unei ocupații își exercită activitățile menite să ducă la îndeplinire sarcinile aferente și eventualele riscuri la care aceștia se expun.*

### B<sub>1</sub>. Mediul fizic

- Majoritatea sarcinilor se realizează în spațiu protejat

### B<sub>2</sub>. Mediul socio-organizațional

- Cele mai multe sarcini sunt structurate și repetitive
- Muncă cu orar fix
- Frecvente interacțiuni interpersonale

### B<sub>3</sub>. Riscuri. Alte notificări speciale

- Nu este cazul

## C. Nivelul de educație și calificare

*Exercitarea oricărei ocupații necesită un anumit traseu de educație sau training finalizat printr-o calificare. Conform Cadrului European al Calificărilor (EQF) există 8 niveluri de calificare (N1-N8).*

- Studii superioare de specialitate
- Nivel de calificare: N6

## D. Cunoștințe și deprinderi

*Cunoștințele colecții de informații relaționate, specifice unui domeniu. Ele sunt rezultatul învățării formale sau non/informale. Deprinderile sunt cunoștințele procedurale, adică blocuri de cunoștințe despre cum să faci o activitate (proceduri, strategii, tehnici), de regula cu o anumită unealtă.*

### Cunoștințe referitoare la:

- Management
- Statistică
- Matematică
- Limba română

### Tipuri de deprinderi

- Deprinderi folosite în învățare
- Deprinderi de rezolvare de probleme
- Deprinderi tehnice

## E. Aptitudinile

Aptitudinea reprezintă un set de procese cognitive, psihomotorii sau senzoriale necesare pentru a obține performanță într-o gamă de activități. Succesul în activitatea respectivă presupune pe lângă aptitudini, un set de cunoștințe dobândite printr-o rută educațională.

### E1. Aptitudini cognitive

Aptitudine	Nivel de dezvoltare				
	1 (minim)	2 (mediu inferior)	3 (mediu)	4 (mediu superior)	5 (maxim)
1. Abilitatea generală de învățare				X	
2. Aptitudinea verbală			X		
3. Aptitudinea numerică				X	
4. Aptitudinea spațială			X		
5. Aptitudinea de percepție a formei			X		
6. Abilități funcționărești			X		
7. Rapiditatea în reacții			X		
8. Capacitatea decizională				X	

### E2. Aptitudini psihomotorii (A<sub>P</sub>), senzoriale (A<sub>S</sub>) și fizice (A<sub>F</sub>)

#### E2. Aptitudini psihomotorii

- Dexteritate manuală

#### E3. Aptitudini senzoriale

- Acuitate vizuală apropiată
- Vedere nocturnă

#### E4. Aptitudini fizice

- Nu sunt relevante

## F. Alte caracteristici

*Cele mai importante caracteristici, altele decât cunoștințe, deprinderi și abilități (Knowledge, skills, abilities - KSA) sunt: interesele, surse ale satisfacției profesionale și caracteristicile de personalitate.*

### F1. Interese

Primele trei tipuri de interese în ordinea relevanței sunt:

**I C R** (investigativ, convențional, realist)

### F2. Surse ale satisfacției profesionale

- Independența în muncă
- Realizare personală
- Promovare
- Recunoaștere

### F3. Caracteristici de personalitate

- Practicantul unei astfel de ocupații ar trebui să fie o persoană orientată spre acțiune, conștiincioasă și serioasă, riguroasă în realizarea sarcinilor. Capabilă să își mențină judeca și echilibru emoțional și în situații conflictuale sau de risc.

## G. Perspectiva pe piața muncii

*Perspectiva pe piața muncii se referă la dinamica dezvoltării ocupației respective în raport cu ansamblul ocupațiilor prezente pe piață. Sunt utilizate trei categorii de notații care semnifică tot atâtea tendințe: creștere (dinamica ocupației e mai mare decât celelalte ocupații per ansamblu), stagnare (dinamica ei este similară cu a altor ocupații) și scădere (dinamica este sub nivelul ansamblului ocupațiilor).*

- Creștere

## H. Categoria de salarizare

*Raportarea unui salariu la salariul minim pe economie este un indicator relativ constant și foarte informativ, independent de fluctuațiile salariale. Ca atare vom avea ocupații cu salariu minim și ocupații de  $n \times$  salariul minim, unde  $n$  poate fi și un interval (ex. „2-4” x salariul minim).*

(6-7) X Salariu minim pe economie

## I. Ocupații similare

*Sunt prezentate 2-5 ocupații care fac parte din aceeași grupă, conform opiniei specialiștilor.*

- Director imagine
- Copywriter publicitate (studii sup.)
- Producător delegat evenimente de marketing