

مدل شایستگی شغل: مدیر تبلیغات

این سند با بررسی منابع معتبر موجود در این زمینه (مانند SHRM، Korn Ferry، DDI، ONET) و در نظر گرفتن فضای کار ایران، توسط هیئت علمی Job Skill طراحی و پیشنهاد شده است.

آنچه افراد شاغل در این شغل انجام می دهند:

برنامه ریزی، اداره یا هماهنگی سیاست ها و برنامه های تبلیغاتی یا تولید مطالب جانبی، مانند پوستر، مسابقه، کوپن یا هدایا، برای ایجاد علاقه بیشتر به خرید یک محصول یا خدمات برای یک بخش، کل سازمان یا بر اساس یک حساب کاربری.

مهمترین وظایف فرد شاغل در این شغل:

برنامه ریزی و تهیه تبلیغات برای افزایش فروش کالا، با همکاری مشتریان، مسئولان شرکت، بخش های فروش و آژانس های تبلیغاتی. بررسی طرح بندی ها و متن های تبلیغاتی و ویرایش متن ها، صدا، ویدئو و سایر مطالب تبلیغاتی. مشورت با روسای بخش ها یا کارکنان و تبادل نظر در مورد موضوعاتی مانند قراردادهای، انتخاب رسانه تبلیغاتی یا محصول مورد نظر.

شایستگی های تخصصی

این گروه از شایستگی ها به صورت تخصصی و بر اساس نیاز هر یک از شغل ها تعریف شده است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی ها در این گروه بر اساس ویژگی های هر شغل تغییر می کند.

اولویت	عنوان شایستگی تخصصی	سطح پیشنهادی	آموزش های پیشنهادی
۱	برندینگ و تبلیغات	خبه	مدیریت کمپین های تبلیغاتی، استراتژی تبلیغات، برنامه ریزی رسانه
۲	بازاریابی	خبه	مدیریت بازاریابی، رفتار مصرف کننده، تحقیقات بازار
۳	شایستگی های مدیریت	پیشرفته	مدیریت تیم های تبلیغاتی، مدیریت پروژه، مدیریت عملکرد
۴	مذاکره و متقاعد سازی	پیشرفته	مذاکره با آژانس ها، رسانه ها و تأمین کنندگان تبلیغاتی
۵	رهبری	پیشرفته	رهبری تیم های خلاق، انگیزش کارکنان، کوچینگ
۶	مدیریت استراتژیک	پیشرفته	تدوین استراتژی تبلیغات، همسوسازی تبلیغات با اهداف کسب و کار
۷	فروش	متوسطه	نقش تبلیغات در قیف فروش، هماهنگی بازاریابی و فروش
۸	مدیریت منابع انسانی	متوسطه	توسعه و ارزیابی عملکرد تیم تبلیغات
۹	مالی و حسابداری	متوسطه	بودجه بندی تبلیغات، تحلیل بازگشت سرمایه (ROI)
۱۰	مدیریت تولید و عملیات	مقدماتی	مدیریت فرآیندهای اجرایی کمپین و تولید محتوا

شایستگی های عمومی

این گروه از شایستگی ها به صورت عمومی برای تمامی شغل ها تعریف شده است و تمرکز آن بر موضوعاتی است که درک و به کارگیری آن ها در تمامی شغل ها لازم و ضروری است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی های این گروه بر اساس ویژگی های هر شغل تغییر می کند.

اولویت	عنوان شایستگی عمومی	سطح پیشنهادی	آموزش های پیشنهادی
۱	خلاقیت	خبره	تفکر طراحی، ایده پردازی
۲	تصمیم گیری و حل مسئله	پیشرفته	تکنیک های تصمیم گیری مدیریتی، حل مسئله، تحلیل سناریو
۳	ارتباط کلامی	پیشرفته	فن بیان، ارتباطات مدیریتی، ارائه و پرزنتیشن
۴	تفکر نقادانه	پیشرفته	تفکر تحلیلی، تحلیل داده های فروش، ارزیابی استدلال
۵	ارتباط نوشتاری	پیشرفته	مکاتبات تجاری، گزارش نویسی مدیریتی
۶	فناوری و کامپیوتر	پیشرفته	Excel پیشرفته، CRM، داشبوردهای مدیریتی
۷	زبان انگلیسی	متوسطه	زبان انگلیسی تجاری و مکاتبات بازرگانی
۸	حقوق و قوانین	متوسطه	قوانین تجارت، قراردادها، حقوق کار
۹	بهداشت و ایمنی محیط (HSE)	مقدماتی	HSE عمومی، مدیریت ایمنی کارکنان

شایستگی های پایه

این گروه از شایستگی ها به صورت پایه برای تمامی شغل ها تعریف شده است و تمرکز آن بر موضوعاتی است که درک و به کارگیری آن ها در تمامی محیط های کاری لازم و ضروری است. سطح و اولویت یادگیری شایستگی های این گروه برای تمامی شغل ها یکسان در نظر گرفته شده است.

اولویت	عنوان شایستگی پایه	سطح پیشنهادی	آموزش های پیشنهادی
-	شایستگی های محیط کار	متوسطه	مدل ذهنی حضور در محیط کار، آشنایی با ساختار سازمانی، آشنایی با بازار کار، ارتباط موثر در محیط کار
-	خود مدیریتی	متوسطه	خودآگاهی، مدیریت بر خود
-	ارتباط موثر	متوسطه	ارتباط موثر
-	یادگیری	متوسطه	اصول مفاهیم یادگیری، مهارت های مطالعه و یادگیری

توضیحاتی در رابطه با نحوه طراحی مدل شایستگی

سرپرست یا مدیر تبلیغات مسئول طراحی، برنامه ریزی، اجرا و ارزیابی فعالیت های تبلیغاتی سازمان است و نقش مهمی در ایجاد آگاهی از برند، تقویت تصویر سازمان و حمایت از اهداف بازاریابی و فروش ایفا می کند. این جایگاه معمولاً حلقه اتصال میان مدیریت بازاریابی، تیم های خلاق، آژانس های تبلیغاتی، رسانه ها و واحد فروش است.

به همین دلیل، شایستگی های «برندینگ و تبلیغات»، «بازاریابی»، «مدیریت تبلیغات دیجیتال»، «مدیریت رسانه» و «تحلیل اثربخشی تبلیغات» در بالاترین سطح قرار گرفته اند؛ زیرا موفقیت این شغل مستقیماً به توانایی طراحی و هدایت کمپین های اثربخش و قابل اندازه گیری وابسته است. همچنین مهارت های رهبری، مدیریت و مذاکره برای هماهنگ سازی تیم ها و تأمین کنندگان تبلیغاتی اهمیت بالایی دارند.

از منظر مدیریتی، مدیر تبلیغات باید بتواند بودجه تبلیغاتی را بهینه تخصیص دهد، عملکرد کمپین ها را ارزیابی کند، بر مبنای داده ها تصمیم بگیرد و همزمان خلاقیت را در تیم خود توسعه دهد. به همین دلیل ترکیبی از شایستگی های خلاقیت، تفکر نقادانه، تصمیم گیری، تحلیل داده و رهبری برای موفقیت در این جایگاه ضروری است.