

广告部职责合集（12篇）

篇 1：广告部工作职责

作为一个制造型企业的广告部门，工作职责是烦琐且广泛的，就立马公司而言，主要分为以下几个类型：

- 1、企业整体品牌运营策略的制订及实施，包括企业 VIS（含标志设计）、企业定位、企业宣传方向等；
- 2、车身贴花设计；
- 3、企业广告宣传品设计制作，含企业样本、宣传单张（DM）、产品包装、企业杂志（立马之声）、经销商门店写真、喷绘、经销商特殊要求制作广宣品、企业文化衫、产品标贴（小标）、产品说明书等；
- 4、企业网站设计制作及定期维护；
- 5、本公司电动车相关图片整理与归类、存档；
- 6、专卖店标准的制定（门头形象）；
- 7、展会设计、安排制作、布展；
- 8、搜集行业相关资料。

职责细分：

一、企业策略类（辅助企业营销策划所进行的中长期规划和一定时间范围内的工作职责）：

- 1、企业 VIS，含标志设计、企业标准色制订、企业画册及调整、企业文化定位、企业产品定位、宣传策略定位、企业形象重新设计整合方案制订。

一个企业发展到一定的阶段，对市场的影响力、对自身品牌的认知程度、周边市场的环境、竞争对手的状况等都会有一定的变化，企业只有随时调整自己的方向，使整体企业发展不偏离轨道，才能时刻保持自身适应市场的能力。

立马公司目前的产品生产质量已经达到一定的能力，对市场的影响力也日益增强，自身的管理也存在相应的变化，所以，从大的方向上，公司处于急求突破的关口，对自身品牌的要求也逐步在提高。因此，公司整体的运营策略需要有变化，从小的方向，在广告部门的职责上来说，在建立立马品牌运营的策略上，也急需及时调整。

我公司现有的 VIS 形象管理体系，是多年前制定的策略，相对于当时的市场和环境，具有一定的指导能力。但是对于目前的环境，此套方案已经明显的有不足之处。不管是从 logo 本身，还是从基本的美学意义上来讲，与我公司提出的“时尚立马”的口号都相去甚远。从大的方面，缺少符合市场验证、缺少成熟、专业的考虑与策划的企业精神理念的贯注，必然的就无法得到市场的共鸣，产生这样那样的分歧。

一个没有整体企业理念的 VIS 系统，就必然无法指导企业整体市场的铺展及品牌运营模式的管理，甚至会危害到企业在市场上的形象和产品销售模式的展开。

因此，趁着公司开始规划考虑海外市场和全球战略系统的构想的东风，重新建立起一套新的、符合正确市场发展方向、引领时尚潮流、能带动电动车行业发展高峰的 VIS 系统，已经应该被我们所重视并列上企业重要规划日程了。

这套 VIS 系统，不应该是简单的标志设计、企业标准色制定及简单的 VIS 应用，不是简单的统一形象，更多的应该在对市场营销的开发上下功夫，聘请专业的有实力的营销策划公司，做全方位的市场调研，针对本公司独特的企业发展轨迹，结合周

边市场和竞争对手的状况，提出符合立马公司的营销理念，发掘出立马电动车的独特气质，建立立马的营销方向，并针对此营销方向，制定出相应的 VIS 方案，并落实到管理、营销、发展经销商、培训业务员及其他企业员工等等的实际问题中去。

2、门店装修规范：

制订专卖店门店装修规范手册，以立马电动车省级旗舰店（大规模）、地市级门店（中等规模）、县市级门店（普通规模）及特殊店面为范本，制作统一的、详细的、具体的门店装修规范手册，并印刷成册，以便公司统一管理。在某些细节上（如背景墙 logo、店面形象广告、店内宣传海报等），可由公司统一制作，统一管理，以避免经销商因为不清楚规范，而影响到公司 VIS 体系及整体营销战略的执行。并且广告部今后可减少在此项上的重复工作时间。（此项工作可纳入 VIS 体系，或单独分开，进行详细的规划）

3、常用广宣品的制作

如经销商店面海报、写真、喷绘，电动车说明书等，制订好长期制作的范本，在以后的应用中只需要直接制作或简单修改即可。

4、网站的界面重新设计制作

网站界面整体风格确定，尽快确定制作公司及制作方案（详见本人提交《上海立马电动车制造网站制作策划（草案）》），以期能尽快运用。

5、展会设计方案

鉴于我公司每年参加的展会众多，为提升公司品牌形象，需要制定统一的展会设计方案（分为特大展位、2 个展位、单展位三种面积类型）

6、企业画册设计

企业画册不同于产品目录，企业画册是企业形象的展示，更多的是企业整体形象的传播和表达，一个有一定性格的品牌，才会具有令人信赖的品牌形象，因此，企业画册做为这一表达的载体，必须挖掘出更深层次的东西，赋予企业一定的理念，用具有一定深度的设计方式去表现。

以上 2-6 项皆为可在近期做好，但却需在今后很长一段时期内整合应用的项目。除 VIS 中的标志设计和企业营销策略的制定，因为各人的品位、喜好、感受不同，需要设计公司协助设计和营销公司进行专业制定之外，其余均可由本部门独立设计并加以执行操作。具体需看公司领导的意见和指示后，以确定工作日程安排。

二、日常应用类（短期的、快速性的日常工作事务安排）

1、车身贴花设计

车身贴花设计为我公司目前的重中之重，是能直接对市场及公司生产产生重要影响的一个项目。针对公司目前的贴花设计，我有几点考虑，尚不成熟，仅供参考：

（1） 因为产品的分类细致问题（豪华款、简易款、女士类、男士类……）贴花的设计，也需要有相应的设计标准进行界定，而不是单纯的靠个人的审美观来决定，由此也造成了广告部及设计师的设计难度。公司可考虑在此方面进行统一的界定标准。

（2） 市场上竞争对手众多，车身贴花设计也有数不清的品种和分类设计方案，而车身塑料件变来变去不外乎几种大样。在此种情况下设计，有相当的难度。一般来说，每个设计师都有比较成熟的设计思路及自身独特的设计方法，轻易难以改变，要做到偶尔的标新立异（或者说创意）或许可以，但是每

次都是完全不同于市场千万种车的设计思路，则是很难或几乎不可能。只能尽量做到风格符合的情况下，细节有变化。只要找准车子的定位、风格，在设计细节上，做到尽量美观即可，过于的苛求，有时候也会让设计师陷入迷茫和误区。

(3) 在目前条件下，我个人认为，贴花的设计工作应该是广告部和外包设计公司同时进行或穿插进行。仅仅依靠哪一方是不太现实的。能做到自身熟悉了解，对设计具有标准性评判眼光，即为可行。

2、企业广告宣传品制作

(1) 立马之声

《立马之声》作为企业报的类型，具有及时向经销商传递企业政策、传播企业形象、便于经销商和消费者查询企业新产品及公司、行业的动向等功能。《立马之声》做为一本企业内部发行的杂志，介于杂志和企业样本之间，优点是自由安排内容，不受发行内容的限制（企业具有完全自主的行为能力），缺点是传播受众有限（只限于一定的人群）。因此，《立马之声》更适合作为企业对经销商传播企业动态、推广公司理念、坚定经销商对公司的信心、指导经销商的市场行为的杂志来进行推广，附带作为业务员对公司政策的了解和对公司产品推广的辅助材料。

因此，在立马之声的设计上，需要同时注重品牌形象和内容，品牌形象方面，要能给经销商和客户有档次的感觉，对立马品牌产生高度的信任感和依赖感、自豪感；在内容方面，要能把公司当时的政策及时传达给客户，把公司最新的动态及时进行展示，让经销商对本公司的产品和销售市场有更深入的认识，对竞争对手的动态要进行分析等。

(2) 宣传单张

我公司车型众多，每款车都具有一定的特性，技术部门选择开发一款新车，必有其考虑的独到之处。因此，针对每款车，均有必要单独设计一个说明类的单张或说明，一方面提供给经销商，让他们了解车子本身的卖点，使他们的销售更有说服力；另一方面，赋予每一款车独特的气质，也增加了公司整体形象的传播力度。

(3) 公司定期、有步骤的形象传播策略表现

公司的形象传播策略是一种长期的战略手段，在具体实施上，就必须进行逐步分段式的传播手法。例如，第一期进行某一个层次的宣传，提出一个理念，一段时间后，在第二期、第三期进行逐步的巩固与加强理念的传播，提出一致但更深层次的理念，达到逐步抬高自身品位，加深公众记忆的目的。品牌的传播，是需要有个逐步、循序的过程的，也需要找准合适的时间，借助一定的外部因素造势的，因此，在每一个阶段进行此类策略时，广告部需要以最直接、最有效的方式进行辅助，把设计工作深入到每一个环节去。

3、搜集行业资讯

搜集行业资讯，关注行业动态，及时掌握并分析竞争对手传播策略，以辅助公司领导层及时做出相应的政策和战略的调整，加大对市场的了解程度，多接触市场。因为销售人员虽然是在市场的最前沿，但受其自身专业及个人理解力的限制，某些时候未必能从第三者的角度客观的评价及衡量市场的动态，因此，广告部门因加大对此项工作的力度，尽量多接触市场，考察市场。并将自身的感受整理成文字，供市场部门、营销人员、企业领导参考，及时调整自身方向及企业品牌运营策略，提出更为合理化的建议。

4、不定期、随时整理公司相关产品图片

此为坚持、长期的工作内容，比较琐碎，但是资料的重要性却是随时都能体会到的，不详述。

以上皆为短期工作内容，比较琐碎，且不能一言述尽，需配合公司长期品牌运营策略进行。由广告部自行调整工作计划即可。

上一篇：城管文字材料工作职责 下一篇：镇妇联工作职责

篇 2：广告部职责

- 1 、洞察客户的品牌及相关市场状况，并能提供或协助创意策略；
- 2 、具备良好的方案撰写及提案能力，沟通能力，创意能力；
- 3 、独立完成项目方案撰写、活动策划、提案、供应商沟通、项目执行、项目总结报告等工作；
- 4 、与客户建立良好的合作关系；
- 5 、协调公司各部门的合作，并保证项目流程及时间进度的顺利展开。

篇 3：广告部职责

- a) 设计师接受任务后，要及时与客户联系，建立通联方式，详细书面记录客户就产品设计、排印、制作等细节提出的各种标准、要求，并与公司设计部经理、策略总监及时沟通。
- b) 协助业务部行政部受理、接待客户上门咨询及电话咨询，并负责自己(必要时安排工程部负责人)上门尺寸。以确保准确性，现场测量要做到精、准、快，同时要详细了解制作、装修项目，为预算及设计方案的完成提供精确的数据。

- c) 负责出具平面方案及部分立面方案。
- d) 认真做好日常设计资料的收集、归类、排序;做好设计成品的留样、存档、保管;做好自身每日工作日志的填写及报送。
- e) 负责工程项目全套施工图和效果图(常规角度及客户具体要求)绘制。
- f) 负责开工前的现场交底及参与图纸会审。
- g) 对于设计变更,应在进行下一个程序前完成变更图纸并于业主确认签字,交至项目经理;
- h) 设计的施工图必须经甲方(业主)签字认可方可施工。
- i) 负责订单及合同的谈判与签订。
- j) 订单的签订必须完成以下内容:客户名称、项目名称、制作方式、规格、制作安装完毕时间、客户、签订时间、经办人。以上项目出现一个缺项扣除经办人1分绩效分
- k) 负责向客户提供工程施工进度的汇报工作。
- l) 有权利和义务对公司的发展提出自己的合理化建议和意见,有义务将公司向外进行宣传,做无形广告,不断提高自己的专业水平和综合素质。

篇 4: 公司广告部岗位工作职责范本

1. 在公司总经理的指导下实施部门的管理工作,确保公益及商业广告牌营运工作的正常进行。
2. 负责配合好合作方(广告公司)的广告牌进行招商管理运营工作,做好广告牌出租事宜。
3. 负责制定广告牌(广告资源)档案制定。

4. 负责建立广告牌管理规范制度。
5. 负责广告牌日常营运管理工作，确保公益及商业广告画面发布的各项工作有序开展。
6. 负责处理客户投诉及广告牌各类突发事件，确保顾客投诉及突发事件及时得到解决。
7. 负责对广告牌整改的审核及验收工作，确保广告牌符合《市市容貌管理规定》的要求。
8. 负责广告牌许可证每年延期的工作，确保正常良好的营运秩序。
9. 负责收取每年广告牌的租金，确保国有资产收益的正常运行。

篇 5：广告部主任工作职责优秀

- 1、有一定的广告从业经验，多年以上广告销售、管理经验；
- 2、熟悉户外广告市场行情，能够认清广告业以及甲方的未来趋势；
- 3、了解广告业务操作流程、清楚各环节的客户需求；
- 4、良好的人际交往能力和团队协作精神；
- 5、有很好的客户资源，并且客户群体要有能力和意向投放地铁广告；
- 6、具有较强的项目分析，能够制定相应的营销策略、计划、任务；
- 7、具有敏锐的市场判断能力、独立的谈判能力、管理团队能力以及对团队的操控能力；

篇 6： 公司广告部岗位工作职责范本

- 1) 必须自觉遵守公司的规章制度和有关管理规定，维护设计部良好秩序和良好的工作环境。
- 2) 热爱本职工作、尽责敬岗、有较强的责任心、礼貌待人、热情服务、严格履行职责、遵守工作流程、服从领导、努力工作、高效、优质完成上级交给的各项任务；
- 3) 工作完毕后应及时清理杂物、用具、资料要及时存放，保持工作台面及场所环境整洁美观；
- 4) 外出办事要向部门负责人请示；
- 5) 设计部人员平日应多收集与设计有关的各种信息和资料，保证设计作品的合理性和创造性；
- 6) 热爱本职工作，具有强烈的责任感，工作积极主动，安排工作积极完成，不谋私利；
- 7) 认真做好部门业务交接，客户定稿后开具业务单据；须写清客户单位、日期、项目、规格型号、数量、单价、金额、客户要求、经办人签字、客户签字。
- 8) 养成开单据的好习惯，结算现金的客户，要认清和点清好现金；定金的客户，业务完成后及时回收余款；
- 9) 做好与各部门之间的沟通合作。
- 10) 各自维护各自的电脑文件，做到按时清理、维护、归类；做好客服 QQ 的维护和整理；
- 11) 设计部作人员在每日上下班前必须打扫清洁卫生，保持办公区域内的物品摆放规范整洁。

篇 7： 公司广告部岗位工作职责范本

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/265043134241012004>