

Opole, 27 stycznia 2017 roku

Dyrektor Filharmonii Opolskiej ogłasza nabór na stanowisko:

SPECJALISTA DS. KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

Data rozpoczęcia zatrudnienia: marzec 2017 r. na 3 miesięczny okres próbny

Liczba miejsc pracy: 1 – umowa o pracę (cały etat)

Jako specjalista ds. komunikacji marketingowej będziesz odpowiedzialny za to, jak Filharmonia jest postrzegana przez wszystkich – melomanów, rodziców dzieci uczestniczących w naszych zajęciach, obecnych i potencjalnych sponsorów, władze samorządowe, mieszkańców, turystów.

Czego od Ciebie oczekujemy:

- Doświadczenia w samodzielnym organizowaniu projektów o charakterze promocyjnym.
- Umiejętności systemowego zarządzania projektami: określania poszczególnych (mniejszych) zadań, ustalania oraz konsekwentnego przestrzegania terminów ich realizacji.
- Umiejętności oszacowania zasobów potrzebnych do realizacji danego projektu marketingowego (ludzie, czas, pieniądze).
- Umiejętności redagowania tekstów informacyjnych i promocyjnych.
- Swobodnego wypowiedzania się (w radio i telewizji) poprawną polszczyzną.
- Znajomości technik i narzędzi służących budowaniu wizerunku, promocji oraz sprzedaży oraz wiedzy z zakresu reklamy.
- Znajomości języka angielskiego na poziomie umożliwiającym przygotowywanie komunikatów medialnych – mówionych i pisanych.
- Poczucia estetyki.
- Pomysłowości i inicjatywy.

Będiesz odpowiedzialny (między innymi) za:

- Tworzenie dokumentów (planów i materiałów) oraz organizowanie działań marketingowych, promocyjnych i reklamowych Filharmonii Opolskiej.
- Delegowanie zadań osobom pracującym przy danym projekcie (współpraca z grafikiem, drukarnią, mediami, redaktorem tekstów).
- Cotygodniowe monitorowanie toczących się projektów.
- Bieżące kontakty z mediami.
- Planowanie i organizowanie konferencji prasowych.
- Współpracę z partnerami biznesowymi i promocyjnymi.
- Nadzorowanie działań związanych z dystrybucją materiałów reklamowych.
- Weryfikację spójności wszystkich materiałów marketingowych.
- Współtworzenie newslettera.

Oferujemy:

- Ciekawą, urozmaiconą i inspirującą pracę w prestiżowej instytucji kultury.
- Możliwość zdobycia cennego doświadczenia zawodowego.
- Doskonałą atmosferę oraz dużą swobodę działania.
- Stabilne zatrudnienie w oparciu o umowę o pracę na cały etat.
- Zadaniowy czas pracy.
- Premie uzależnione od efektów działań.

Ta praca nie jest dla Ciebie jeśli:

- Nie odróżniasz muzyki Mozarta od Pendereckiego lub nie chcesz się tego nauczyć.
- Twoje serce bije mocniej gdy widzisz afisze zatytułowane „Budka Suflera Symfonicznie” czy „Justin Bieber Symfonicznie”.
- W sylwestra zamiast zasiąść na honorowym miejscu w sali koncertowej i cieszyć się efektami wspólnej pracy wolisz spędzić ten wieczór z Dwójką/TVNem/Polsatem.
- Nie wierzysz w to, że muzyka klasyczna jest ważna, potrzebna i fascynująca – zwłaszcza gdy się ją naprawdę pozna.

Niezbędne dokumenty:

- Wypełniona ankieta (patrz niżej).
- Dokumenty potwierdzające posiadane kwalifikacje (kopie dyplomów, świadectw pracy, zaświadczeń o ukończonych kursach i szkoleniach, inne).
- Oświadczenie zawierające zgodę na przetwarzanie danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych na potrzeby związane z ogłoszonym naborem.
- Rekomendacje (opcjonalnie).

Wymagane dokumenty należy w nieprzekraczalnym terminie do 10.02.2017:

- złożyć osobiście w sekretariacie Filharmonii Opolskiej (wejście od ul. Żwirki i Wigury) w godzinach pracy instytucji (7:30-15:30), w zamkniętej kopercie z dopiskiem: „Nabór na stanowisko: Specjalista ds. komunikacji marketingowej”

lub

- przesłać listem poleconym (decyduje data stempla pocztowego) na adres: Filharmonia Opolska, ul. Krakowska 24, 45-075 Opole, w zamkniętej kopercie z dopiskiem: „Nabór na stanowisko: Specjalista ds. komunikacji marketingowej”.

Uprzejmie informujemy, że odpowiemy na wybrane oferty. Kandydaci zakwalifikowani zostaną powiadomieni o terminie rozmowy wstępnej. Oferty osób niezakwalifikowanych zostaną zniszczone.

ANKIETA

1. Imię i nazwisko.
2. Dane kontaktowe.
3. Dlaczego ubiegasz się o tę pracę? Jaki jest Twój obecny status zawodowy?
4. Dlaczego uważasz, że jesteś odpowiednią osobą na to stanowisko?
5. Jak dobrze znasz Filharmonię Opolską jako instytucję kultury?
6. Z jakimi projektami marketingowymi miałeś/-aś do czynienia do tej pory?
7. Kto jest dla Ciebie autorytetem w dziedzinie marketingu i dlaczego?
8. Jaki największy błąd może popełnić specjalista ds. komunikacji marketingowej?
9. Co zrobiłbyś/-abyś w następującej sytuacji:
„Podczas koncertu rozrywkowego w Filharmonii występujący artysta pozwolił sobie na niewybredne żarty i niestosowne zachowanie. Część zde gustowanej publiczności wyszła z sali przed zakończeniem wydarzenia, niektórzy domagają się zwrotu pieniędzy za bilety. W internecie pojawiają się bardzo niepo chlebne opinie na temat artysty i Filharmonii. Jak reagujesz?”
10. Gdzie możemy znaleźć efekty Twoich dotychczasowych działań? (strony WWW, Facebook, Instagram, Twitter, blog itp.)? Możesz też dołączyć swoje marketingowe portfolio w wersji papierowej.
11. Inne informacje, które chciałbyś nam przekazać.