

# 最新媒介工作计划 媒介广告求职信(大全7篇)

计划可以帮助我们明确目标、分析现状、确定行动步骤，并在面对变化和不确定性时进行调整和修正。计划为我们提供了一个清晰的方向，帮助我们更好地组织和管理时间、资源和任务。下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 媒介工作计划篇一

尊敬的领导：

您好！

希望这次见面是我们愉快合作的开始，也非常愿意尽自己全力为贵单位服务，并希望您能给我这个机会。

我是xxx学院xx级中文系广告学专业的学生，今年刚毕业。在四年的学习和生活中，我积累了丰富的专业知识和专业技能，学习成绩优秀。同时我也清醒地看到了时代对人才的更高要求，因此，我在不断提高专业素质的基础上，广泛涉及其他领域知识，这样能使我更好的胜任工作，但我同时也深知“学无止境”的道理，在实践中求知，在求知中实践，才是作为一个现代人通向成功的必由之路。

四年大学生活构造了我自身独特的知识体系，培养了我自立自强的人生信念，乐观随和、真诚宽容的个性，坚韧执著、豁达自信的个性。在生活中我认识到正确对待反面意见是一个人完善自我的捷径，进而与人坦诚合作，则是事业持续、健康发展的根本。在学习中，我注意培养锻炼自己各方面的能力，积极参加院系班里组织的活动，使我各方面得到更好的培养和锻炼。敬业精神和刻苦认真的工作态度，这也是我

充满信心地加入到贵校单位的原因。

我不敢自誉明珠宝玉，更不能自誉才学超群。在这个充满挑战与机遇的新世纪，在这个日趋激烈的社会竞争中，“给我一块土壤，我将用年轻的生命去耕耘。”这是新一代青年的口号，也是我的决心和信心。

从学校到社会，我知道这是一个成长的过程，但我所幸生活在乘风破浪的时代，只要奋斗和信心不止，前进的动力不衰，尽我所能，绝不辜负您的期望和厚爱！

敬请函告或电话约见，谨候回音。

此致

敬礼！

自荐人：\*\*

xx年\*\*月\*\*日

## 媒介工作计划篇二

职责：

- 1、负责维护媒体信息库(网络媒体)，根据客户需求制定并执行新媒体广告投放计划；
- 2、负责与媒体进行价格谈判、降低采购成本、稿件确认与投放发布；
- 3、负责拓展新媒体资源，掌握市场动态，更新资源报价；
- 4、参与产品及服务方案的策划与撰写，提出合理化建议；

5、配合销售及技术部门完成其他新媒体相关业务。

任职资格：

- 1、大专以上学历，公关、新闻传播学、市场营销等相关专业优先；
- 2、1年以上工作经验，有新媒体、广告、互联网等从业经验者优先；
- 3、了解网络新闻媒体产品，关注新媒体传播及数字化营销；
- 4、优秀的谈判能力与较强的文字功底。

## 媒介工作计划篇三

职责：

- 1、根据品牌与产品策略，制定品牌及产品媒介投放策略与投放计划；
- 2、根据媒介策略，组织并实施项目媒介投放工作；
- 3、检查并分析媒介投放效果，组织撰写相关效果评估报告；
- 4、组织评估事件、文化、体育、软性植入等媒介营销方案；
- 5、维护管理全国性媒体资料；
- 6、媒介策略代理公司的日常沟通与管理；

岗位要求：

1. 三年以上主机厂或广告媒介代理公司经验，两年以上汽车品牌媒介工作经验。

2. 良好的市场感知、策略思考和消费者洞察能力。
3. 标准的普通话和熟练的英文听说读写能力。
4. 优秀的沟通技巧和跨团队合作能力。
5. 熟练使用ppt等办公软件独立撰写项目报告的能力。
6. 内容方面有一定经验。

## 媒介工作计划篇四

职责：

1. 维护媒体关系，进行媒体资源的收集、分析、整理及登记；
2. 关注媒体的发展趋势，随时提供最新的媒体合作方式，实现公司利益的最大化；
3. 现有供应商资源库关系的维护及新资源的拓展；
4. 负责领导交待的其他工作。

任职要求：

1. 本科学历，沟通能力好，责任心强，对互联网商务合作条件放宽至应届实习生均可；
2. 一年以上广告公司采购相关工作经验者优先；
3. 具备一定的互联网知识及采购相关经验；
4. 工作细致、认真、较强的沟通能力，较强的组织协调能力以及语言表达能力；

5. 熟练使用office办公软件，具备基本的网络知识；
6. 专业不限，有丰富资源者优先。

## 媒介工作计划篇五

职责：

- 2、重点针对公众号广告资源的接入，评估公众号大号、洽谈、投放、跟踪投放效果；
- 3、负责维护媒体关系，日常沟通，辅助部门在各媒体完成投放任务；
- 5、发现新媒体类型、新广告形式等市场新动态，为部门提供新的可开发方向；
- 6、上级交代的其他媒介相关工作。

任职要求：

- 1、大专及以上学历，具备以上媒介工作经验者优先，优秀应届毕业生也可；
- 2、具备较好的数据分析能力，媒体评估能力，以及沟通洽谈媒体的业务能力；
- 4、具备较强的责任心和良好的团队合作精神。

## 媒介工作计划篇六

职责：

- 1、负责广告投放策划方案的制定；

- 2、负责客户日程联系、需求分析、出具报价以及回款等相关工作；
- 3、负责督导广告的实际上下刊工作，并出具上下刊报告；
- 4、负责广告业务的数据统计与分析，出具相应统计分析报告。
- 5、负责广告业务相关的其他工作。

任职资格：

- 2、熟悉秒针/精硕的对接流程，能够独立完成广告投放策划方案；
- 5、较强的沟通与协调能力；
- 6、能够熟练应用ppt/excel等处理基础数据，熟练应用数据分析方法；
- 7、具有整合媒体投放广告公司背景优先。

## 媒介工作计划篇七

优势方面：

- 1、大众媒介部超额完成东莞日报，南方都市报所定任务量。
- 2、拿下东莞时报地产独家代理权及广州日报地产优势代理权。
- 3、全力配合东莞时报地产部售后工作，与地产部人员较好的度过磨合期。
- 4、积极开拓广州日报东莞新闻版地产业务。

5、平面媒体数据库的资料统计，为媒介分析提供良好的数据依据。

6、同媒体保持良好的合作关系，除了积极宣传公司，提高品牌形象外(连续多年被媒体评为：最佳广告代理公司、最佳诚信单位、最佳雇主等)，良好的合作基础为公司带来其它方面业务(报业大厦展厅装修，楼顶形象招牌制作，东莞时报五一、60人评癣年终颁奖盛典等大型活动的执行)。

7、除大众媒介部的代理工作外，还积极努力服务客服方面的客户，同公司其它部门很好的完成928等活动的执行及其他客服工作。

不足之处：

1、由于东莞市场代理制作的不成熟，我们独家代理东莞时报地产业务后，时报竞争媒体——南方都市报的代理额度同比去年下降50%(由于20xx年南都代理政策的调整，代理总量下降但是收益去比去年增长50%)，部分南都大客户有所流失，这其中说明我们同客户的关系非常脆弱，以前的客户公关工作太过依赖媒体。在客户面前没有主导权。这是非常严重的问题。

2、大众媒介部代理行业单一，地产占代理总量的90%□20xx年度地产市场受金融危机影响，本土媒体均受到大小冲击，广告投放额度有较大萎缩，虽然我们超额完成任务，但总量相比去年略有下降。

3、人员流动及储备不足，导致工作脱节，部分阶段跟进不及时。

4、东莞时报地产部管理制度不够完善，双方沟通不到位，导致一些工作进展缓慢，如合同及回款等问题。

## 二、20xx年工作计划

在20xx年工作规划中，以下几项工作作为主要的工作内容：

- 1、招兵买马。建立一支熟悉业务而相对稳定的团队。人才是企业最宝贵的资源，一切好的业绩都起源一个好的团队，建立一支有凝聚力，有合作精神、有拼搏精神的团队是20xx年最重要的工作，这项工作不是在短时间内能完成，但是一直得努力做。
- 2、完善东莞时报地产部绩效考核管理制度□20xx年，我们和地产部磨合了一年，一年中有和谐也有磨擦，完善的绩效考核制度能让业务人员在工作中发挥主观能动性，提高销售业绩。
- 3、建立良好的客户档案，从合同签订到收款，广告投放到样报收集，及时支付客户的业务公关费用。（要求地产部提供地产客户资料）
- 4、同各媒体保持良好的沟通，维护好同各媒体的关系。尤其是同南方都市报各层面的人员保持良好沟通，解除一些主观因素的问题。并同公司积极沟通客观存在问题。保持沟通顺畅。
- 5、客户关系的维护。客户是我们上帝，在客户主导及公关方面将是20xx年重点工作。我们决心把流失的客户通过各种方式拉回来。
- 6、保持良好的传统代理模式投放量，探索新的代理模式，传统代理模式利润低，对资金要求高，竞争也大。新的代理模式，模式新颖，创收较高。
- 7、加强学习，设定目标。充分了解掌握所有媒体的最新情况。了解和尝试大众媒介的购买。

8、我们的目标：从单一的媒体代理投放发展为集媒介策划、媒介购买、媒介执行、媒介监测于一体的专业的媒体代理。