

最新广告科职责 广告公司年终工作总结(实用5篇)

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？下面我给大家整理了一些优秀范文，希望能够帮助到大家，我们一起来看看吧。

广告科职责篇一

随着广告主营销广告活动的运作逐渐走向了专业化、理性化和规范化的良性循环，广告主对广告公司的服务效率也提出更高要求，要求广告公司提供专业化的贴身服务。使得广告公司的服务理念、专业素质、资源掌控等多个方面面临新的挑战。

这是时代发展的一个必然趋势。广告公司的贴身服务会有效地增加客户对广告公司的信任和亲切感，有助于在感情上消除双方的隔膜，建立超越简单工作联系的长期合作。其次，成功的个性化服务将构成广告公司的核心竞争力，使得竞争对手难以模仿，客户也很难再去选择其他的广告公司。

而纵观目前国内的广告公司，能真正拥有核心竞争力——我认为——即掌握并能把持住主要大客户、提供跟进式服务、时时与客户胡同信息的寥寥无几。广告公司在服务理念上的不足，成了制约本土广告公司壮大的一个主要绊脚石。在提供的服务的深度上，也有待进一步加强。不是草草制作了某个路牌、发起了某场运动就完事，要时时跟踪客户的走向，使着在整体品牌的规划、前期市调以及后期的消费者反馈等方面下功夫。

广告科职责篇二

通过20xx年开展工作的情况，我已充分认识到了自身存在的不足，包括与客户沟通中由于自身对行业知识还很浮浅，因此导致交谈言语略显苍白！其次自信心有待进一步增强！总结不算精彩，但绝对真实[]20xx我将调整好工作思路、增强责任意识，不断学习和充实自己使自己更专业！‘一日之计在于晨’，为更好的开展来年工作现将20xx年工作计划如下：

一、制定每周、每月的工作计划。小划到每日。利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场.每日拜访客户不低于6家，“量变才能质变”！

二、制订学习计划。学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接影响到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时根据需要调整自己的学习方向来补充新的能量。业务知识、营销知识、了解行业客户的具体情况！

三、面对竞争激烈的市场，而对于我们汽车行业客户来说，目前市场情况就是服务和价格战，因此服务就显得格外重要了！如何取悦于客户？同等的市场条件下我相信更加专业的技能和优质的服务，将是决定性的因素！因此，我将努力提升自己的专业知识和服务理念！

四、增强自身信心，积极主动地把工作做到点上、落到实处。

以上，就是我对20xx年的一些计划，可能不成熟，希望领导指正。火车跑的快还靠车头带，我希望得到公司领导、部门领导的正确引导和帮助。

20xx崭新的一年，我将以崭新的精神状态投入到工作当中，努力学习，提高工作效率！

广告科职责篇三

呵呵，人真的很奇怪，当有人规定你要写总结了，往往推三阻四不想写，现在好了，没有人管我了，没有人要求我要这么做了，倒总觉得有写的冲动。总结也许的确可以承载岁月流金给你留下的些许痕迹吧。

光阴匆匆岁月如梭，这真是感慨的年纪，伴随青春走过大学。什么事也没发生一样依旧空白，没有谁无故走进谁的生活，没有谁刻意离开谁的空间。一切的相逢，都是缘，一切的相知，都是份。可缘分也没想象中那么浪漫吧。人与事总是那样走进你，又离开了你。有的留下感情，有的留下思念，有的却什么也没留下。

大学开启无限幻想的天堂，广告部是天堂的空中阁楼。幻想这里可以追到梦想，最后发现梦只是虚无，永远无法触及。广告部的一切也曾住进我心房，如今搬家了，剩下伤感跟谁分享。

放下了束缚，终于一切轻松了，不用给谁交代我的工作情况，因为也不会有谁在意你过去的点点滴滴，你已经离去，我只管谈心声，自然也不会有纷纷扰扰了，也许一切也会像一切一样远去，最后也淡了呀！也许真的像她说：事与物始终无情，有情的是人吧！可我始终觉得太难，一个地方它应该也有灵魂，灵魂给你了生命，有朝一日它会在呼唤你归来，它让你无比思念，放下了也还在心头挂念，这就是所谓的魂。

问苍茫大地，我何去何从，没有人答案，也许天真没有错，可天真迷失了方向啊，当信念已经颠倒，是非也不再清晰，曾经看不起眼的都已经是你的偶像了，曾经模仿的对象，也不过是卑微。无法摆脱的虚荣也会如此犯贱，依旧无法改变的懦弱，还是源自对自己的不自信吧！没有变，再听人指挥来指挥去，永远不会变。也该有自己的安排时候了。

陪我走过的日夜，陪我走过的成长，陪我的拒绝堕落，这足够感恩，哪能计较得失，哪能企盼得更多，也许生活就是这样，走得坦荡，不觉得亏欠。

广告科职责篇四

通过集中开展一个月的虚假违法广告整治月活动，将情节严重、影响恶劣、群众反映强烈的. 虚假违法广告得到有效遏制，规范各类广告经营主体（特别是重点媒体单位）的广告经营行为，进一步完善和落实各项广告监管制度，促进广告业的快速、健康发展，优化全市经济环境。

二、整治重点

（一）两种商品：药品、保健食品。严厉查处发布虚假药品、保健食品广告的行为；以新闻形式发布虚假药品、保健食品广告，误导消费者的行为；药品、保健食品广告中使用患者、消费者、专家的名义和形象作证明，尤其是利用社会公众人物、患者、消费者、专家的名义和形象作证明的行为；药品广告夸大功能、保证疗效的行为；保健食品广告宣传治疗作用的行为；药品广告不明显标注通用名称的行为。

（二）两类服务：广播电视医疗资讯服务、电视购物服务。以医生、药师、专家等专业人士作为特约嘉宾进行健康讲座的，不得在节目中宣传治愈率、有效率；不得宣传未经医疗界普遍认定和采用的医疗方法；不得播出专家或医生与患者或家属现场或热线沟通、交流的内容；不得出现被介绍医疗机构的地址、联系方式。

（三）八种形式的虚假违法广告。

1、虚假价格宣传。以“门店装修”、“厂价直销”、“清仓处理”、“换季（转行、转产）亏本处理”、“降价”、“打（公\$文/有约）折”、“优惠”、“大甩卖”等名义进行虚

假宣传，使消费者误认为价格便宜。

2、虚假承诺宣传。以有奖、馈赠、让利、包退包换等形式向消费者做出一定的承诺，达到刺激消费的目的，而广告的内容与相关的附加条件、实际兑现的奖品、赠品的数量、质量、价格不一致，或者根本不兑现承诺。

3、虚假信誉宣传。一是利用人们认牌购物的心理，除按法律规定和_批准的各类带有评比性质的企业营销信息发布活动以外，在广告中使用排序、推荐、认定、上榜、抽查检验、统计、公布市场调查结果等对企业及其商品、服务进行排序或综合评价的内容。二是违背客观事实，在广告中对外谎称“驰名商标”、“著名商标”、“名牌商品”、“知名品牌”、“通过质量认证”、“无公害产品”、“免检产品”、“消费者信得过产品”、“获XX奖”等。

4、虚假性能、功能宣传。一是用公众难以理解的专业化术语、神秘化语言、表示科技含量的语言等对某种产品（服务）的相关特征进行描述，使人产生误解；二是直接或间接地夸大宣传产品（服务）的成份、质量、性能、用途、功效等。

5、虚假数据宣传。广告主凭空捏造产品销量、成分含量、市场调查结果以及涉及性能、功能方面的数据或者使用模糊的、含混不清的数据概念来误导公众。

6、在房地产广告中进行违法的承诺宣传。含有升值、投资回报、为入住者办理户口、就业、升学事项的承诺。

7、未依法经过审查或登记擅自发布的广告。如未经工商行政管理部门登记领取《户外广告登记证》发布户外广告，未依法经过有关广告审查机关审查发布药品、医疗器械、农药、种子、兽药、烟草等广告。

8、利用新闻报道或专版、专刊、专题节目等形式变相地发布

的虚假违法广告。

广告科职责篇五

随着国内广告市场的开放，拥有先进管理经验、科学管理体系、丰富品牌服务经验的国际广告公司，迅速在国内本土市场扩大规模，今天本站小编给大家找来了广告公司个人工作总结，希望能够帮助到大家。

广告并不是一个容易的行业，其实广告人是孤独而被遗忘的。在针对哈佛大学生所做的实验录像带中我们可以发现，其实我们所说的广告，有75%的人是忽略的，所以如何运用技巧唤醒人们对广告的关注，是广告人必须要注意的。

广告有基本必须的元素

1. 由美术构成并且有一定的水准。
2. 文字方面朗朗上口，简洁有利。
3. 必须要能表达出来，并在恰好的时间点上。

要做一个最好的salesman，ad绝对不是一个艺术，它是一门生意，只是用比较美术的方式呈现。而这其中也包含了：要有策略；要有系统结构；要有风格。而这也是令广告人最兴奋的地方。像nike的风格相当强烈而吸引人；目前手机广告风格只能说是一个简单的销售讯息。

可口可乐案例

1. 可口可乐在1960年该做的广告都做了，然后开始进行推广通路：如何让每一个地方，想喝可乐时就有可乐喝。

2. 可口可乐根据不同的渠道去调整配送方法。当渠道都有了，该如何去做和消费者有意义的相关广告活动或节目。像是在圣诞节时，可口可乐把圣诞老公公的衣服从原来的黄色，转变成大家熟悉的红色，这才是品牌创意在生活上所带来的意义。

之前奥美作飞利浦刮胡刀的广告，便将刮胡刀和父亲节联想在一起，以至于现在的父亲节便和刮胡刀结合在一起。所以作广告时，不是在说明其产品的特性，而是在做一个策略，并赋予一个style[]也就是品牌在生活上的感觉。

1. 最重要的是获得注意。否则，75%的广告没有人会去注意。而且，这也是广告最原始的意义。

2. 邀请阅听人进入广告世界。在现今多媒体发达，网络发展快速，需要更多手法。例如送赠品等。

3. 要有结构内容，否则无法成立。

投入广告，它所带来的超乎你的想象。广告并非独立于创意边缘，它是客户重要的行销伙伴。广告在为一个目的工作，讯息要引人入胜，内容要可信。当然，品牌为基本考量。75%的哈佛学生没注意，在一般人也许高达90%所以我们要如何能beoutstanding.

广告的目标

1. 消费者：解决消费者问题

2. 产品本身：消费者记的是消费经验，使用的好处和坏处，它是否改变了生活的某部分。

3. 竞争对手：在市场上的同类竞争。

要多和消费者沟通和调查，做好广告工作计划，了解市场状况，广告是个问题产业，要解决问题建知名度、个性、价格、通路…等。人是广告最重要的因素，分析问题、原因，针对问题并且响应，要做一个广告。广告要说服谁(目标消费群)，产品将给你什么好处，赋予 style 而作广告，最难的便是赋予 brand style. 在广告影片中我们发现，杀虫剂广告都有小孩在旁边以显示产品的安全性，而在卫生纸广告方面，则以小狗的形象讨好观众。而日本帮提卫生纸广告则是以一个男人为主轴，在妻子离开身边后的七支一系列广告，说卫生纸和男人间细腻的关系，显示商品特色，一方面也增加使用时机及用量等。如何让商品有感情的呈现是相当重要的，这来自于如何找到和消费者相关的地方。

在 kgi 银行的广告里，我们看到了不同以往的表现风貌。泰国广告多专业，其创意也较受肯定，亚洲广告就属新加坡及泰国最具潜力，天真、幽默而且毫无禁忌。相较之下，大陆的广告则受到许多限制，担心及顾忌太多，不该用现在的观念，去限制广告未来的发展。广告是在反映人生，而许多不可能的现象，在以后回头来看，都是非常巧妙创意。一个好的创意去激发人对环境的热情与幽默，一个产品所带来的广告，绝对超越你的想象。在国外作公益广告是要强调效果的，要让更多人拿出钱来支持此公益事业，这才是重要的。因此主讲人表示，它不愿在大陆作公益广告，因为有太多道德观的束缚若是在表现创意，或是达不到真正实质的广告效益，则浪费了纳税人做公益广告的钱。

光阴似箭，转眼在某某广告公司工作一个月有多了！翻看一个月的工作日志，回忆这忙碌充实而又紧张、愉快的一个多月。

今年对我具有特别的意义，因为今年是我从学校踏上社会工作的一年，也是我踏上这个行业的第一个月。这是我职业生涯的一个转折点，我对此特别难忘的一年，尽我最大的努力去做好我的工作。通过一个月来的不断的学习，以及和上级领导及同事的帮助，我已经基本可以融入了公司这个大家庭

中，个人的工作技能也在学习之余和提高。虽然工作中还存在这样那样的不足之处，但应该说这个月也付出了不少，也收获了很多，我自己感到成长了，也逐渐成熟稳重了。这一个月的工作情况总结如下：

一、以踏实的工作态度，按部就班的做好公司的检查工作

二、尽心尽职，做好公司的各项的工作。

三、本着以质量为主，客户为上，高效的工作思想精神。

一个月以来，无论是在思想认识上还是工作能力上都有了较大的进步，但差距和不足还是存在的。面对新的任务新的压力，我也应该以新的面貌，更加积极主动的态度去迎接新的挑战，在岗位上发挥更大的作用，取得更大的进步。

明天总是充满着希望，我们这个朝气蓬勃的团队同年轻的同事一起成长，共同奋斗，一定能实现公司的目标和个人理想。

我们广告公司20xx年3月开业，自开业以来，截止到**日为止，共承接了广告业务件，实现利润**万元。这些，对于刚刚踏入广告界，万里长征刚刚迈出第一步的我们公司来说，是非常令人高兴的成绩！

下面我总结一下从三月份到目前我都做了哪些工作。

一、

二、

三、

以上这些工作的完成，直接促进了我们公司各项经济指标的完成，获得了利润。然而我个人认为，我们目前做得还很不

够。公司是我们的事业平台，所以我希望真正做些能推动事业发展的事。找出我们目前存在的问题和弊端，然后我们大家一起端掉这些绊脚石，让公司站稳，把公司做大！下面我就来谈谈自己的想法！

一，问题：我们目前在专业技术上与营销服务方面，都还只能算是门外汉。由于我公司没有一个员工曾从事过广告行业、也没有人具有发展业务经验，有些单我们不敢做，因为我们水平不够，有些单我们做不下来，同样因为我们水平不够！我想，这就是束缚企业发展的最大弊端！

解决方案：强化业务学习！在许多大企业里，建设学习型组织，培养学习型员工，已经成了促进企业持续发展的目标。既然我们把广告业作为我们的安身立命之本，希望在这一行干出点成绩来，那么我们就不能满足本现在状态，而是要积极学习相关技术知识，营销知识等等，具体学什么，怎么学！我认为，学习的途径可以通过以下几种：1，自学。根据自己的业务分工，自学业务知识；2，集体学。我们可以找出一些营销知识，大家每周共同学习一两次；3，培训。公司请讲师给大家集体培训。

二，问题：目前，我们公司存在着工作疲沓、行动散漫、做事懒惰的现象。工作积极性不高，主动性也比较差，都抱着等靠要思想。尤其是对自己要求不严，不注意小节。工作中满足于在家等着业务上门，不能主动走出门去找业务，缺乏主动性和创造性，在实际工作中表现为习惯于单凭老方式老办法想问题，习惯于凭主观意志去办事，工作毫无主动性和创造性。工作效率不高，工作效果不佳。

解决方案：提高执行力！克服懒散的问题，解决懒于学习、懒于思考的毛病，拿出求真务实、锐意进取的热情，勤于思考、敢于创新，对工作不推诿、不怠慢、不摆架子，对问题不推、不拒、不压。力求以奋发有为的精神状态高质量、高效率的完成工作！

三，目前公司存在一些制度执行不力，有制度不执行的问题。

解决方案：认真研究制度的可行性及可操作性。使其能充分起到约束、管理、规范和帮组企业经营的功能。下一步狠抓制度和工作的贯彻和落实。要做到有关制度和工作在制订时简单、明了、易于操作、便于监督，同时工作流程、责任人等明确清晰。

以上是我的肺腑之言，希望在下一阶段工作中，我们依然同心同德，努力学习，认真工作，把我们的公司做大做强！