

FIȘA POSTULUI

Denumirea instituției publice: Universitatea de Arte din Târgu-Mureș
Compartimentul: rectorat
Denumirea postului: administrator financiar I.
COR: 263111
Numele și prenumele angajatului:
Gradul profesional al ocupantului postului: superioare
Nivelul postului: de execuție, didactic auxiliar

I. ESTE SUBORDONAT: Rectorului

II. RELAȚII FUNCȚIONALE:

1. Implementează și monitorizează activitățile de promovare a imaginii Universității în mediul online, pe baza planului de comunicare agreat de conducerea UAT.
2. Colaborează cu specialistul de Relații Publice și cu editorul foto-video al Universității pentru elaborarea conceptului de comunicare, elaborarea materialelor audiovizuale necesare, implementarea și monitorizarea acțiunilor de comunicare în mediul online.
3. Administrează site-ul universității, al Teatrului Studio și al Institutului de cercetări teatrale și multimedia, precum și paginile de social-media aferente.

III. PREGĂTIRE ȘI EXPERIENȚĂ:

1. Studii: superioare
2. Experiență: minim 3 ani în comunicare, preferabil 1 an experiență pe un post asemănător
3. Cunoașterea programelor de editare a conținutului foto-audio-video
4. Cunoașterea noilor tendințe și schimbări ale platformelor online de promovare
5. Cunoașterea limbii engleze – nivel avansat

IV. OBIECTIVELE POSTULUI:

1. Contribuie la dezvoltarea imaginii UAT în mediul online și la promovarea ofertei promoționale a Universității, prin elaborarea, implementarea și monitorizarea conținuturilor specifice pentru fiecare canal.
2. Gestionează unitar mesajele distribuite pe canalele online interne și externe (social media, website, intranet etc.).

3. Contribuie la elaborarea și implementarea planului de comunicare agreat de conducerea Universității pe termen scurt, mediu și lung, sub coordonarea specialistului de Relații Publice.

RESPONSABILITĂȚI ȘI SARCINI:

1. Realizează texte specifice și materiale de comunicare online pentru website-ul instituției;
2. Realizează campanii de promovare, texte specifice și materiale de comunicare online pentru rețelele social media ale Universității, cu personalizarea conținuturilor conform specificității fiecărei rețele în parte;
3. Efectuează cercetare și documentare pentru menținerea fluxului de conținuturi necesare unei prezențe constante a UAT în mediul online;
4. Contribuie la elaborarea, implementarea și monitorizarea conceptului de promovare a brandului Universității pe termen scurt, mediu și lung (mesaj, slogan, vizualuri etc.) și a planului de comunicare aferent;
5. Realizează, editează și implementează conținuturile necesare comunicării online (machete grafice, text, fotografii, clipuri audio-video);
6. Monitorizează periodic impactul acțiunilor de comunicare online, prin statistici specifice fiecărui canal în parte și adaptează comunicarea online în funcție de aceste rezultate;
7. Gestionează feedback-ul și dialogul cu publicul-țintă pe rețele de socializare și de canalele de comunicare online interne și externe (social media, website, intranet etc.);
8. Participă la întâlnirile cu colegii din celelalte departamente pentru luarea deciziilor care privesc activitatea de comunicare online;
9. Monitorizează activ comunicarea online realizată de alte organizații similare;
10. Gestionează bugetul alocat sponsorizării conținutului online.
11. Realizează periodic (semestrial / anual) rapoarte către conducerea Universității privind evoluția comunicării online și propune măsurile necesare creșterii impactului acesteia.