

广告业年终总结 广告部工作总结(大全6篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇总结呢？下面是我给大家整理的总结范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

广告业年终总结 广告部工作总结篇一

“一年之计在于春，一天之计在于晨”我们历经斑斓的画卷——春天，走过炽热的夏季，获取硕果累累的秋天，冬季——果树花芽也能安全越冬，才能使来年花开满树。又是一个新的一年即将演奏，新的希望、新的开始、新的辉煌、新的创造，我们努力奋斗。回首过去，对于平面部的每个成员而言，感到的是一种欣慰、成长，当然我们都有缺陷，我们一起去尽心尽力、全力以赴，弥补我们的不足，或许我们都不能做到十全十美，但是我们需要用心做好，为之不愧。然而，成功的光环和失败的辛酸终究会因为岁月风雨的侵蚀而渐渐的消失，一个成就也只能是依次奋斗的里程碑，一个失败是我们成功的奠基石！明天会怎样？后天又会怎样？我们的工作也不会因此而停滞不前，我们的工作还需要继续做下去，而且会更加努力，在原来的基础上继续努力做好各项事情，这是我们的工作，是作为平面部全体员工的职责；当然部门领导会在带头的作用下，做好每件工作，倾献自己，有目标、有计划的进行。

总结过去一年的工作经验，我们要做好充分的准备，迎接新的挑战，争取获得更大的进步，提升公司的知名度和影响力。为了落实搞好平面部的工作，新的一年中平面部仍将继续开展头脑风暴会、读书会、培训会等，以充分调动大家的积极

性，为大家营造一个良好的能力提升氛围。平面部还将采取一系列的措施加以监督和管理，相信在大家共同努力下，平面部在策划、创意、设计、执行力等将会迈上一个新的台阶。

一、 部门组建及人员编制：

项工作顺畅运行，稳固员工队伍。

2、 建立和完善公司薪酬和绩效考核管理体系，

协作型团队。

平面部组织架构

创意总监：

1. 负责审核、评估、接受或驳回业务端的“广告策略单”。
- 2、 与公司业务总监一起和客户沟通前期思路构想达成共识。
3. 提出可探寻的“策略方向”，搭建整体构思思路，为策划、文案撰写提案思路。
4. 选派适合的（创意）人才进行工作。
5. 创造积极且具有建设性的竞争条件，寻求创意突破。
6. 适时地充分运用各种资源，为创意作品加分及添妆。
- 7、 提供广告创意概念，酝酿广告创意点子，策略、创作思路、设计构想、制作完稿等指导，保驾护航为方案全盘通过。

部门经理：

1. 具备部门管理和协调能力，执行部门设计日常事务管理。
2. 负责管理平面部设计执行，同时参与完成新项目提案。
3. 监督和管理并考核平面设计部组员。
4. 协调客户和组员设计中遇到不可以解决的问题，为客户提供满意的设计稿件。
5. 负责应聘设计师把关，对部门的不合理化进行组建和整合。
6. 建设优良的设计师团队，并合理储备人才。

策划：

1. 执行创意总监思路，撰写策划方案。
 2. 负责项目的定位与策划报告的撰写。
 3. 负责品牌、产品推广与执行，并撰写品牌、产品推广策略制定。
 4. 负责各个阶段的推广计划，制定相应的推广策划方案。
 5. 负责项目外部公共场地公关活动的组织、策划、实施工作。
 6. 根据公司经营发展战略，制定年度、季度、月度推广策略方案。
-
1. 承接创意总监思路，与平面设计共同完成所负责客户之创意表现。
 2. 与平面设计师成为生命共同体，产生最佳之创意火花，追求图文并茂。

3、具备一切文字表现（平面、刊物□dm□命名□cf等）撰写执行的经验。

4、与业务人员商讨市场现况，及“广告策略”之认同。

5、与设计师共同负责完成创意表现之稿件以及提案说明。

6、掌握创意概念之撰写。

7、提案书中有关创意部份文案撰写与编制。

组长：

1. 具备小组管理能力和协调能力。

2、在小组中发挥创作能力和指导能力，领悟创意意图。

3、负责交付设计及构成人员之工作衔接，开始独立承担个案之创意视觉表现。

4、承接创意总监的指导，与撰文共同完成所负责客户之创意表现。

5、与策划、文案共同负责完成创意表现之稿件以及提案说明。

6、具备一切视觉设计（平面、立体、包装、电视广告影片cf等）表现与制作执行的经验。

7、训练及指导组内设计人员

二、部门工作流程：

1、平面设计部设计流程框架

2、平面设计部设计完稿交付框架

二、 部门任务

策划、文案、管理人员为4人，建立人才激励机制，使人能尽其才。

案组；三组：包年组）。

3、 落实部门工作计划建设

4、 协助公司其它部门的工作任务及公司内部设计稿件。

广告业年终总结 广告部工作总结篇二

金鹏图语广告全年计划完成销售额xx元；实际完成xx元，未完成全年销售计划。

20xx年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德·克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿10年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。同时积极参加集团及公司组织的培训，对管理大纲、公司规章制度、房地产基本知识、电话营销、媒介营销、商务礼仪等有了较深刻的理解和掌握，从而提升了工作能力，丰富了经验，开阔了视野，对公司的企业文化及经营理念有了更进一步的认识。

20xx年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客

户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生了较大影响。

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。

作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

回顾这半年的工作中自己发现还有很多的不足与缺憾：首先，在工作中由于经验不足，工作方法过于简单，在处理一些问题上不够冷静、沉着。其次，在业务理论水平和管理能力上还有待于进一步提高。再次，广告专业知识方面，需要大量的学习的充实完善自己的知识库。这些不足，有待于下步的工作中加以改进和学习。

在20xx年的工作中，我决心做到：首先，我要加强学习专业知识，学习工作和管理经验，不断提高业务素质和管理水平，使自己的全面素质上升一个新的层次。其次，加强责任与危机意识，提高完成工作的标准。为公司的新年度的工作再上新台阶，更上一层楼贡献自己的力量。再次，广告公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是09年工作的重中之重。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒

体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

广告业年终总结 广告部工作总结篇三

来到公司已经x年多了，感谢公司领导和同事对我的关心、帮助、支持与信任。回首一年的工作，还有许多不足之处，今后在工作中还需不断地努力不断地学习。

新的一年又开始了，在我们昂首期待未来的时候，有必要对过去一年的工作做一个回顾，总结以往的经验教训，虚心求教，不断学习，以待在新的一年有所改进。

- 1、空闲时提高对软件的熟练度，和提高设计水准。
- 2、培养自身的良好“习惯”和执行力。
- 3、提高对工艺以及材料的认识。
- 4、培养团队意识。稿件设计完成后需要制作才会形成一件成品，是需要我们这个整体团队完成。
- 5、培养沟通能力。设计部作为和客户直接交谈整体设计理念和构思的一个职位，如果没有一个良好的沟通能力的话你很难和客户沟通设计稿件的各个事项。

新的.一年我们设计部不仅需要做到这些改变，而作为一名出色的平面设计人员，工作能力的提高还是重中之重。在接下

来的工作中还需要不断的学习，提高自身的设计创意水平，同时我们也会以全新的面貌全新的精神去投入到工作中，为鑫珑洋的明天奠定更坚实的基础。

最后，祝xxx广告蒸蒸日上！也祝每一位同事身体健健康康，快快乐乐。

广告业年终总结 广告部工作总结篇四

四月底开始参加中视瑞德公司为期一周的集中业务培训，由于公司业务是针对中央人民广播电台的，而且工作地点将会在中央人民广播电台，所以有一点小兴奋，但又保持着学生的那点虚心和严谨。由于我是应届毕业生，本身对企业的经营管理等都很陌生，所以公司在业务培训中加入了企业发展历程的介绍，以及企业文化和公司内部规章制度的讲解。

公司的工作分为版权部和编目部，培训结束后我被分到了任务较重的版权部。版权部的一位主管是已经毕业两年的一位学姐，所以得到的了一些照顾和关心，对于刚刚步入工作岗位的我更多的是幸运。我心里明白我要以良好的工作态度以及较强的工作能力和勤奋好学来适应公司的工作，完成公司的任务。简短的业务培训，既紧张，又新奇，收获也很多。通过实习，使我对瑞德公司的生产、管理工作以及发展前景有了深层次的感性与理性的认识。在工作中遇到问题各种各样，并不是每一种情况都能把握。在这个时候要想把工作做好一定要有良好的学习能力，通过不断的学习从而掌握相应技术，来解决工作中遇到的每一个问题。这样的学习能力，一方面来自向师傅们的学习，向工作经验丰富的人学习。另一方面就是自学的能力，在没有另人帮助的情况下自己也能通过努力，寻找相关途径来解决问题。

下面来简单的介绍一下我的部门——版权部的工作。版权工作分为版权著录、版权校对和版权审核。目前都是以cd和盒式带为工作对象。

1、版权著录。所谓版权著录简单来说，就是提取与版权有关的权利人信息，然后著录到电台内部的版权系统，向下一级校对环节提交数据。著录的要领是客观著录，著录人不做任何主观判断。在工作量上来说，此环节是工作量最重的。几十万条数据都是这几个人著录，不得不佩服他们的忍耐力。

2、版权校对。就是对著录人著录的数据与cd或者盒式带上的数据进行校对，并对错误的数据进行修改，作完该环节后向下一级审核环节提交数据。校对环节属于中间环节，认真在此环节显得尤为重要，经常会遇到数据的漏著、多著和错著，甚至会遇到完全没有著录的现象，这就要求此环节的工作人员细心的找出错误，加以修改。

和二审。昨晚该环节后，要把数据提供给电台，由电台组织专家进行抽检，合格后数据导入到电台的媒资系统。此环节虽然工作量轻松，但是前面两个环节所做数据正确与否，完全取决于该环节，重不重要不言而喻。

1、工作无大小，只是分工不同，贡献无多少，要看用心没用心。工作中需要的认真做好本职的事，戒骄戒躁，忌做言语的巨人，行动的矮子。

2、工作中需要细心留意，反思总结，从而加强对工作的认知能力继而做出工作的最优流程。有的时候不一定把事情做到最细才是最好的，要综合考虑多方面的因素。

3、广结人脉。因为你是个新来的，什么都不知道，所以你需要每个人的帮助。尽管很多时候你不知道这个人对你将来有没有用，或者是这个人很难接触，你都要想尽一切办法来接近他们，了解他们的谈话，慢慢插入他们的谈话，进入他们的圈子。这个至关重要！良好的人际关系是我们顺利工作的保障。在工作之中不只是同计算机打交道，更重要的是同人的交往。所以一定要掌握好同事之间的交往原则和社交礼仪。

4、学无止境，学校学的知识毕竟有限而且理论与实际的差距过大，工作中会遇到很多以前没接触过的新事物、新问题、新情况，应将所有的这些及其解决的过程当成学习的经历。

5、有目标的做事。这点非常重要，因为别人基本上让你做的事情都是十分基础的事情，但这个时候你要有自己的一个判断，我为什么要做这件事情，目的是什么，要达到什么样的标准，什么的手段比较好，是不是教给我的手段就一定是最好的，从中我又能学到什么？毕竟实习一方面我是帮公司创造价值，另一方面我也要自己也要得到我想要学到的东西。如果很盲目，自己慢慢就迷失了，只知道自己低头做事情，但最后自己学到多少呢？问问自己，微乎其微。

乏；遇事考虑问题不够全面，做事不够果断，有些拘泥于细节。在以后的工作中，我会时刻注意自我反思，发现自己的可取之处，给自己信心，找出自己的不足之处，加以改正，养成良好的工作习惯，努力拉近自己与一个职业化人才之间的距离。既然步入职场，就要遵守职业操守，除了遵守本公司的规定外，由于是在中央人民广播电台工作，还要遵守中央电台的规定。有些资料是电台的内部资料，因此，要遵守保密原则而且禁止资料外带，防止资料丢失。不得不佩服这一国家级电台的管理之严。

由于是刚刚面临毕业的学生，所以公司的管理层给予了充分的关心和便利。自己从一个毫无生活规律、自由散漫的学生向着职场化的工作人员转变，需要一个过渡，中视瑞德公司的这份工作充当了这个“桥梁”，很感谢一起参加培训的同学和主管。感恩也是我在工作中学到得另一个品质。

广告业年终总结 广告部工作总结篇五

20xx年是我们广告部业务开展的开局之年，做好广告创收工作，对开创市场、媒体运营管理有着至关重要的意义，做好20__年广告创收工作，对于我自己也具有十分重要的特殊

意义。因此，我要调整好工作思路、增强责任意识，充分认识并做好今年广告创收工作。

一、 制定每月、每季度的工作计划。

充分利用现有资源，尽最大努力、最大限度的开拓广告市场。鉴于目前我们的终端数量有限的情况在争取投放的同时，也会为未来的市场多做铺垫工作，争取有更多大投放量、长期投放的客户参与进来。根据终端数量的增长情况，有针对性地调整工作策略、开发新的领域。

1、在第一季度，以市场铺垫、推动市场为主，扩大*公司的知名度及推进速度告知，因为处于双节的特殊时期，很多单位的宣传计划制定完成，节后还会处于一个广告低潮期，我会充分利用这段时间补充相关知识，加紧联络客户感情，以期组成一个强大的客户群体。适当的寻找小一些的投放客户将广告投放进来，但我预计对方会有要求很低的折扣或者以货抵广告费的情况。

2、在第二季度的时候，因为有“五一劳动节”的关系，广告市场会迎来一个小小的高峰期，并且随着天气的逐渐转热，夏季饮品、洗浴用品、防蚊用品等的广告会作为投放重点开发。

3、第三季度的“十一”“中秋”双节，广告市场会给后半年带来一个良好的开端，白酒、保健品、礼品等一些产品会加入广告行列。并且，随着我公司终端铺设数量的增加，一些投放量大的、长期的客户就可以逐步渗入进来了，为年底的广告大战做好充分的准备。

4、年底的广告工作是一年当中的顶峰时期，加之我们一年的终端铺设、客户推广，我相信是我们广告部最热火朝天的时间。随着冬季结婚人群的增加，一些婚庆服务、婚庆用品也会加入广告行列，双节的广告气氛也会在这种环境下随之而

来。

我会充分的根据实际情况、时间特点去做好客户开发工作，并根据市场变化及时调节我的工作思路。争取把广告额度做到最大化！

二、制订学习计划。

做市场开拓是需要根据市场不停的变化局面，不断调整经营思路的工作，学习对于业务人员来说至关重要，因为它直接关系到一个业务人员与时俱进的步伐和业务方面的生命力。我会适时的根据需要调整我的学习方向来补充新的能量。产品知识、营销知识、投放策略、数据、媒体运作管理等相关广告的知识都是我要掌握的内容，知己知彼，方能百战不殆(在这方面还希望公司给与我们业务人员支持)。

另外，在xx年年末的时候，我报考了*大学的专业，因为我了解到其中有很多的做影视前期、后期及管理的课程，广告部的管理、编播也会有很多这方面的工作，我将系统地、全面的进行学习，以便理论结合实际。好让自己在广告部能够发挥更大的作用。

三、加强自己思想建设，增强全局意识、增强责任感、增强团队意识。

积极主动地把工作做到点上、落到实处。我将尽我最大的能力减轻领导的压力。以上，是我对20xx年的一些设想，可能还很不成熟，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、业务能力。

广告业年终总结 广告部工作总结篇六

光阴似箭，充满机遇与挑战的20xx年已经过去，我们迎来了崭新的20xx年。在这一年里，我在公司领导和同事帮助下，工作的各方面有一定的进步，同时我深深的感到：作为“金鹏人”、“广告人”有种深厚而浓烈的感情。

金鹏图语广告全年计划完成销售额1000000元；实际完成176194.4元，未完成全年销售计划。

20xx年，广告公司的工作是“以天鸿项目为主，积极拓展新的营销业务工作”。在天鸿项目上，业务发展部协助公司完成天鸿项目二期的各项工作，主要有：天鸿二期的认筹、天鸿凯旋城“理查德·克莱德曼”演奏会、天鸿房展会、天鸿上海展会、天鸿招远分销处等工作。

其他项目工作主要有：招商银行离岸业务推介会等各项工作，东山、向阳办事处图册的设计、区政府图册的设计与制作、酒业公司经销商会、海尔纽约人寿10年颁奖晚会、百年电力手提袋、区政府软件发布会、职业学院图册、蓬莱海关关庆十周年、山海云天开盘等。同时积极参加集团及公司组织的培训，对管理大纲、公司规章制度、房地产基本知识、电话营销、媒介营销、商务礼仪等有了较深刻的理解和掌握，从而提升了工作能力，丰富了经验，开阔了视野，对公司的企业文化及经营理念有了更进一步的认识。

20xx年，我在日常工作中逐渐的掌握了各种活动的组织、操作流程及现场布置，以及活动所能涉及的每一个细节，提高了在活动方面专业知识和有效经验，也真正的体会到“为客户创造价值”的分量，但是，作为业务发展部的经理，所需要掌握的知识面和操作经验既广且杂，这是我自身存在的不足，需要继续强化学习力和积累管理工作经验。

广告公司在烟台是一竞争激烈而且不成熟的行业，存在操作

透明度高、价格竞争的初级市场状况，对于我司的业务产生了较大影响。

20xx年，业务发展部在拓宽外协单位的同时，不断提升自己的专业水平及对客户服务的产品质量，并建立并执行“提醒式”服务系统，在一定的程度上，有效的遏制价格竞争的趋势。但是，在广告业业务和操作透明度越来越高的前提下，公司多次出现活动方案被“套”的现象和丢单现场，由此我加强学习关于印刷及活动的相关知识，尽可能的了解这个领域的的所有问题，完善自身的素质，在专业知识上领先于其他的广告公司，为公司树立良好的企业形象。

广告公司的工作比较复杂，特别是活动方面，需要协调、联系的工作比较多，在这些工作中我注重与设计、各个外协单位的建立融洽的关系，以便于开展工作。加强自身的执行力，提高工作效率。作为业务发展部经理，由于对外合作的工作较多，接触的事务比较复杂，要顺利完成工作，提高工作效率，就必须坚守工作流程和公司的各项规定，违反制度的事情坚持不做，只要做到这一点，才能称得上是为公司负责、为部门负责，更是为自己负责。

公司的业务发展的主流方向，一直悬而未决，成为业务发展的一个桎梏，解决广告公司发展方向是09年工作的重中之中。这也将是完成公司全年计划利润指标的完成的大前提，寻找自有媒体，以创意指导制作，有效地与其他兄弟公司进行整合，将是我努力的方向。

总结：

“市场是最坏的教练，还没有等我们热身就已经开始竞赛，竞赛结果的好坏相当一部分因素在于我们的悟性和主观能动性。

同时，市场也是最好的教练，不需训练就能教会我们技能和

发展的契机，关键的是市场参与者的眼光是否长远、品格是否经得起考验。

我们已经经历了足够的市场磨练，坚信通过我们共同的奋斗，找一个“支点”【自有媒体】去撬动市场，打造“势能”【活动组织执行】以便放大营销惯性，进行整合【对内服务兄弟公司】形成“拳头”能量!我们就一定能在疲软、透明度、市场混乱的广告行业里建功立业!