



Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej
Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie

INFORMACJA O ZAWODZIE

COPYWRITER

Lublin 2010r.

Zawód: Copywriter

Copywriter to zawód związany z branżą reklamy. Osoba na tym stanowisku pisze teksty wykorzystywane w reklamach prasowych, radiowych i telewizyjnych, w materiałach promocyjnych takich jak: ulotki, broszury, katalogi, wymyśla krótkie wiersze i piosenki, tworzy scenariusze filmów reklamowych, wybiera podkłady muzyczne. Wymyśla również nazwy nowych produktów, nowych firm, portali i domen internetowych.

Głównym celem jego pracy jest przekonanie konsumentów do zakupu reklamowanych produktów czy usług. Podstawowym zadaniem natomiast jest stworzenie pomysłu na reklamę oraz nadanie temu pomysłowi odpowiedniego kształtu językowego. Copywriter ściśle współpracuje nad koncepcją reklamy z art directorem (odpowiedzialnym za warstwę wizualną reklamy) tworząc tzw. team kreatywny.

Wykształcenie i predyspozycje zawodowe:

Rodzaj wykształcenia w tym zawodzie nie ma aż tak dużego znaczenia gdyż liczy się przede wszystkim talent i kreatywność, jest to zawód dla osób, które posiadają tzw. lekkie pióro. Niemniej ukończenie niektórych kierunków sprzyja wykonywaniu zawodu copywritera, są to min. filologia, dziennikarstwo, socjologia, psychologia, ekonomia umożliwiające wybór specjalizacji związanej z reklamą. Przygotowując się do pracy w tym zawodzie można również kształcić się na kierunkach artystycznych lub w szkołach promocji i reklamy na poziomie wyższym lub policealnym. Liczy się także zdobywanie doświadczenia w branży poprzez staże w agencjach reklamowych, osiągnięcia w zakresie twórczej pracy nad tekstem, zainteresowanie reklamą i marketingiem, znajomość języka angielskiego.

Copywriter powinien być przede wszystkim osobą twórczą, posiadać giętkość i płynność słowną. Mieć szeroką wiedzę z różnych dziedzin życia, interesować się nowymi sytuacjami i zjawiskami, stale doskonalić się w sztuce pisania.

Ponadto powinien się odznaczać umiejętnością współpracy z innymi, dobrą organizacją pracy pod presją czasu, odpornością na krytykę i umiejętnością przekonywania do swoich pomysłów.

Rozwój zawodowy:

Awansem zawodowym dla copywritera może być przejście z małej agencji do większej polskiej agencji lub sieciowej agencji międzynarodowej.

W agencji copywriter po kilku latach doświadczenia może awansować na stanowisko szefa kreacji (creative director), a kolejnym etapem rozwoju zawodowego staje się najczęściej założenie własnej agencji reklamy.

Zarobki:

Jako copywriter można pracować na etacie, podpisując umowę o dzieło lub prowadząc działalność gospodarczą.

Junior copywriter w małej polskiej agencji (do 10 pracowników) zarabia brutto 2500 zł, w średniej 3000-4000 zł. Senior copywriter w dużej polskiej agencji lub międzynarodowej agencji sieciowej od 4000-6000 zł.

Dość popularna w tym zawodzie jest praca jako freelancer (wolny strzelec) – zarobki zależą od rodzaju konkretnego zlecenia.

Opracowano na podstawie źródeł:

http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90440,6260498,Jak_sprzedac_kota_w_worku____.html?as=2&startsz=x

<http://www.cdzdm.pl/Nietypowe%20%20pomysly%20na%20prace.pdf>

<http://praca.wp.pl/sid,23248,stanowiska.html>