

**Program nauczania praktyki zawodowej dla uczniów Technikum Reklamy
w Zespole Szkół im. Jarosława Iwaszkiewicza w Sochaczewie
(T ponadpodstawowe_2019/333907)**

1. Informacje o zawodzie

Celem kształcenia zawodowego technika reklamy jest przygotowanie uczących się do realiów współczesnego świata, wykonywania pracy zawodowej i aktywnego dostosowania się do dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. Jest to zawód, w którym ogromne znaczenie ma kształcenie przez całe życie, dlatego uczący musi mieć świadomość ciągłej aktualizacji wiedzy i doskonalenia własnych umiejętności zawodowych.

Technik organizacji reklamy przygotowuje informacje niezbędne do realizacji zadań reklamowych, opracowuje wnioski z programów badań rynkowych, pozyskuje klientów do współpracy z firmą, uczestniczy w rozmowach handlowych, prezentuje usługi reklamowe, uczestniczy w tworzeniu i realizacji kampanii reklamowych, biegle posługuje się Internetem oraz specjalistycznymi oprogramowaniem do tworzenia różnych produktów reklamowych. W zawodzie wskazana jest: komunikatywność, łatwość nawiązywania kontaktów, umiejętność prowadzenia negocjacji, stosowanie zasad prawa, etyki i kultury zawodowej, kreatywność, cierpliwość, wrażliwość artystyczną, zmysł plastyczny.

2. Szczegółowe cele kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy

Absolwent szkoły kształcącej w zawodzie technik organizacji reklamy powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- ✓ prezentacji informacji reklamowych w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określenia ich przydatności do wykonania reklamy;
- ✓ doboru środków służących do opracowania przekazu reklamowego;
- ✓ doboru środków prezentacji przekazu reklamowego;
- ✓ stosowania programów komputerowych do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;
- ✓ stosowania przepisów prawa oraz przestrzegania zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego;
- ✓ projektowania różnych form środków reklamowych i innych narzędzi promocji;
- ✓ stosowania różnych form i środków projektowania reklamy;
- ✓ stosowania przepisów prawa autorskiego i własności intelektualnej;
- ✓ Prezentowania projektów reklamy produktów i usług;
- ✓ doboru materiału i narzędzi do wykonywania środków reklamowych;
- ✓ przygotowywania reklamy w wersji drukowanej i elektronicznej.

Do wykonywania zadań zawodowych niezbędne jest osiągnięcie efektów kształcenia określonych w podstawie programowej kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy:

- ✓ efekty kształcenia wspólne dla wszystkich zawodów (BHP, PDG, JOZ, KPS, OMZ);
- ✓ efekty kształcenia wspólne dla zawodów w ramach obszaru poligraficznego (PGF);
- ✓ efekty kształcenia właściwe dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie:
 - **PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego**
 - **PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową.**

3. Praktyka zawodowa

W kształceniu technika organizacji reklamy przewiduje się 4 tygodnie (160 godzin) praktyki zawodowej w cyklu kształcenia. Praktyka zawodowa w Zespole Szkół im. Jarosława Iwaszkiewicza realizowana jest jednorazowo w pełnym wymiarze w klasie III.

3.1. Cel praktyki zawodowej

Praktyka zawodowa powinna umożliwiać konfrontację, poszerzenie wiedzy i umiejętności uzyskanej w szkole. Zadania realizowane przez uczniów w trakcie praktyki zawodowej są skorelowane z treściami programowymi zrealizowanymi w szkole. Celem praktyki zawodowej jest pogłębianie oraz doskonalenie umiejętności opanowanych w szkole, w rzeczywistych warunkach pracy. W trakcie realizacji programu praktyki uczniowie powinni doskonalić umiejętności wykonywania określonych zadań na poszczególnych stanowiskach pracy. Wskazane jest dostosowywanie sposobu realizacji programu praktyki zawodowej do specyfiki przedsiębiorstwa. Podczas praktyki uczniowie powinni poznać pracę wszystkich działów przedsiębiorstwa związanego z działalnością reklamową oraz wykonywać zadania na różnych stanowiskach pracy. Uczniowie powinni dokumentować przebieg praktyki zawodowej w dzienniczku praktyk. Bardzo ważne jest doskonalenie kompetencji personalnych i społecznych: odpowiedzialności za wykonywaną pracę oraz wdrażanie do samokontroli, przed przystąpieniem uczniów do wykonywania prac, należy zapoznać ich z przepisami obowiązującymi na danym stanowisku pracy.

3.2. Środki i metody dydaktyczne

Uczniowie będą wykonywali zadania zawodowe w przedsiębiorstwie zajmującym się organizacją reklamy odpowiednio wyposażonym, w rzeczywistych warunkach pracy.

3.3. Formy organizacyjne praktyki zawodowej

Uczniowie będą wykonywali zadania zawodowe w rzeczywistych warunkach pracy. Dominująca forma organizacyjna pracy uczniów: indywidualna, z uwzględnieniem rozwijania umiejętności współpracy w zespole.

3.4. Efekty kształcenia osiągnane w trakcie praktyki zawodowej

3.4.1. W zakresie wykonywania przekazu reklamowego uczeń potrafi:

- ⇒ posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy;
- ⇒ określać rolę i funkcje reklamy w różnych kontekstach;
- ⇒ stworzyć przekaz reklamowy i reklamę;
- ⇒ wykonać projekty reklam, posługując się dokumentacją;
- ⇒ zarządzać procesem tworzenia reklamy, w tym współpracować w zespole;

- ⇒ wykazać się kreatywnością i otwartością na zmiany oraz przestrzegać zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami;
- ⇒ zarządzać małymi zespołami;
- ⇒ zorganizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami prawa i zasadami ergonomii, określać zagrożenia występujące w środowisku pracy oraz skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka, a także stosować środki techniczne i ochrony zbiorowej do wykonywania zadań zawodowych;
- ⇒ aktualizować swoją wiedzę i doskonalić swoje umiejętności zawodowe;
- ⇒ wprowadzać rozwiązania poprawiające warunki i jakość pracy;
- ⇒ określać warunki i organizację pracy zapewniające wymagany poziom ochrony zdrowia i życia przed zagrożeniami występującymi w środowisku pracy, a także zadania i uprawnienia instytucji oraz służb działających w zakresie ochrony pracy w Polsce;
- ⇒ udzielać pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia.

3.4.2. W zakresie zarządzania kampanią reklamową uczeń potrafi:

- ⇒ posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy;
- ⇒ określać rolę i funkcje reklamy w różnych kontekstach;
- ⇒ zarządzać procesem tworzenia reklamy;
- ⇒ współpracować w zespole tworzącym reklamę oraz zarządzać małymi zespołami;
- ⇒ wykazać się kreatywnością i otwartością na zmiany oraz przestrzegać zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami;
- ⇒ wykorzystać wiedzę z zakresu psychologii w procesie powstawania reklamy;
- ⇒ opracować strategię komunikacji marki;
- ⇒ opracować plan kampanii reklamowej oraz zarządzać procesem jej realizacji;
- ⇒ wyciągać wnioski z badań reklamy i je prezentować;
- ⇒ sprzedać zleceniodawcy kampanię reklamową;
- ⇒ zorganizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami prawa i zasadami ergonomii, określać zagrożenia występujące w środowisku pracy oraz skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka, a także stosować środki techniczne i ochrony zbiorowej do wykonywania zadań zawodowych;
- ⇒ aktualizować swoją wiedzę i doskonalić swoje umiejętności zawodowe;
- ⇒ wprowadzać rozwiązania poprawiające warunki i jakość pracy;
- ⇒ stosować techniki kreatywne, przepisy prawa, normy etyczne;
- ⇒ zarządzać informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej;
- ⇒ planować i realizować badania reklamy;
- ⇒ określać warunki i organizację pracy zapewniające wymagany poziom ochrony zdrowia i życia przed zagrożeniami występującymi w środowisku pracy;
- ⇒ a także zadania i uprawnienia instytucji oraz służb działających w zakresie ochrony pracy w Polsce;
- ⇒ udzielać pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia.

4. Ocena praktyki zawodowej

W procesie oceniania uczniów brane są pod uwagę następujące kryteria: wygląd zewnętrzny, kulturę osobistą i zawodową, zdyscyplinowanie i punktualność, pracowitość, dokładność i rzetelność w wykonywaniu powierzonych obowiązków, samodzielność podczas wykonywania zadań, odpowiedzialność za powierzone mienie, zainteresowanie wykonywaną pracą. Ważne z punktu widzenia funkcjonowania na rynku pracy jest uwzględnienie w ocenie efektów kształcenia w obszarze kompetencje personalne i społeczne (KPS), zwłaszcza przestrzeganie zasad kultury i etyki.

Na zakończenie praktyki zawodowej opiekun praktyk powinien wpisać w dzienniku praktyki opinię o pracy i postępach ucznia wraz z nabytymi przez niego umiejętnościami zawodowymi oraz propozycję oceny końcowej.

5. Szczegółowe zasady organizacji, realizacji i oceny praktyki zawodowej zawarte są w [Regulaminie Praktycznej Nauki Zawodu Zespole Szkół im. Jarosława Iwaszkiewicza w Sochaczewie \(szkoła ponadpodstawowa\)](#).