

Program nauczania praktyki zawodowej dla uczniów Technikum Organizacji Reklamy w Zespole Szkół im. Jarosława Iwaszkiewicza w Sochaczewie (T_2017/333906)

1. Informacje o zawodzie

Technik organizacji reklamy przeprowadza analizy marketingowe, zbiera informacje na temat zleceńodawców i ich oczekiwań, 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.

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:

- ✓ organizowania oraz prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- ✓ organizowania oraz prowadzenia kampanii reklamowej;
- ✓ projektowania oraz wykonywania środków reklamy.

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 administracyjno-usługowego stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie PKZ i PKZ(AU.p);
- ✓ efekty kształcenia właściwe dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie:
 - **AU.29. Sprzedaż produktów i usług reklamowych,**
 - **AU.30. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej.**

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 osiągnięte w trakcie praktyki zawodowej

3.4.1. W zakresie sprzedaży produktów i usług reklamowych uczeń potrafi:

- ⇒ korzysta z różnych źródeł informacji o produktach i usługach reklamowych;
- ⇒ rozpoznaje rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- ⇒ stosuje narzędzia marketingu;
- ⇒ opracowuje ofertę handlową zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami klientów;
- ⇒ stosuje metody kalkulacji cen;
- ⇒ opracowuje cenniki produktów i usług reklamowych;
- ⇒ przygotowuje prezentację produktów i usług reklamowych z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego.
- ⇒ tworzy i aktualizuje bazy danych o klientach;
- ⇒ identyfikuje typy klientów;
- ⇒ prowadzi rozmowę sprzedażową;
- ⇒ prezentuje ofertę sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- ⇒ prowadzi sprzedaż produktów i usług reklamowych zgodnie z przyjętą strategią marketingową;
- ⇒ realizuje zlecenia i zamówienia na produkty i usługi reklamowe;
- ⇒ negocjuje oraz przygotowuje umowy sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- ⇒ prowadzi dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- ⇒ korzysta z programów komputerowych stosowanych w procesie sprzedaży produktów i usług reklamowych.

3.4.2. W zakresie projektowania i wykonywania produktów i usług reklamowych uczeń potrafi:

- ⇒ określa cele przekazu reklamowego;
- ⇒ dobiera narzędzia promocji;
- ⇒ pozyskuje oraz przetwarza informacje niezbędne do realizacji reklamy;
- ⇒ prezentuje informacje reklamowe w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określa ich przydatność do wykonania reklamy;
- ⇒ określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy;
- ⇒ przygotowuje zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej;
- ⇒ dobiera środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego;
- ⇒ dobiera środki prezentacji przekazu reklamowego;
- ⇒ stosuje programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;
- ⇒ stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego;
- ⇒ projektuje różne formy środków reklamowych i innych narzędzi promocji;
- ⇒ projektuje elementy systemu wizualnej identyfikacji firmy;
- ⇒ stosuje różne formy i środki projektowania reklamy;
- ⇒ stosuje przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej;
- ⇒ wykorzystuje programy komputerowe w trakcie prac projektowych;
- ⇒ prezentuje projekty reklamy produktów i usług.
- ⇒ ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją;
- ⇒ dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;
- ⇒ dobiera media do przyjętej strategii reklamy;
- ⇒ ustala czas emisji reklamy w mediach na podstawie określonych wskaźników;
- ⇒ sporządza plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach zgodnie z przyjętym budżetem;
- ⇒ organizuje emisję reklamy w mediach;
- ⇒ sporządza dokumenty dotyczące emisji reklamy w mediach;
- ⇒ stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących emisji reklamy w mediach;
- ⇒ planuje etapy produkcji środków reklamowych;
- ⇒ wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa do realizacji określonych zadań;
- ⇒ sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych;
- ⇒ określa metody i techniki produkcji reklamy;
- ⇒ dobiera materiały i narzędzia do wykonywania środków reklamowych;
- ⇒ sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych;
- ⇒ obsługuje urządzenia techniczne i korzysta z programów komputerowych do wykonywania środków reklamowych;
- ⇒ przygotowuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej;

- ⇒ przestrzega standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;
- ⇒ prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych;
- ⇒ przestrzega zasad etyki zawodowej podczas produkcji środków reklamowych oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie;
- ⇒ opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy;
- ⇒ ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów;
- ⇒ określa efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników;
- ⇒ ocenia skuteczność reklamy na podstawie badań rynkowych;
- ⇒ prowadzi badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych;
- ⇒ prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy.

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 postępkach 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 \(szkoła ponadgimnazjalna\)](#).