

Technik reklamy (numer zawodu 333907) podstawa programowa 2019

Technik organizacji reklamy (numer zawodu 333906) podstawa programowa 2017

W trakcie nauki uczniowie zdobywają następujące kwalifikacje zawodowe

podstawa programowa 2017

AU.29. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

AU.30. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

Po zadaniu obydwu kwalifikacji i ukończeniu szkoły otrzymasz dyplom Technika organizacji reklamy

podstawa programowa 2019

PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego

PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową.

Po zdaniu obydwu kwalifikacji i ukończeniu szkoły otrzymasz dyplom Technika reklamy

Opis zawodu

Zadania zawodowe technika reklamy (technik organizacji reklamy) obejmują: technik reklamy (technik organizacji reklamy) tworzy, produkuje oraz sprzedaje usługi reklamowe, przygotowuje oferty produktów i usług reklamowych, prowadzi sprzedaż produktów i usług reklamowych, tworzy przekaz reklamowy, wykonuje projekty reklamy, organizuje i prowadzi kampanie reklamowe tworzy plan medialny, bada skuteczność i efektywność reklamy.

Absolwent technikum w zawodzie technik reklamy (technik organizacji reklamy) powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

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

Technik reklamy (technik organizacji reklamy) będzie współpracować z różnymi osobami. Powinien potrafić zarządzać pracą zespołu lub projektem, dlatego pracownik branży reklamowej musi posiadać nie tylko kompetencje twarde (specjalistyczne) w zakresie wiedzy oraz umiejętności, ale również wysokie kompetencje miękkie. W pracy niezbędne będą umiejętności społeczne i interpersonalne np. nawiązywania kontaktów, przekonywania i negocjowania. Praca technika reklamy (technik organizacji reklamy) wymaga kreatywności, nieustannego samorozwoju, wrażliwości estetycznej. Wskazana jest znajomość języka angielskiego, który jest podstawowym językiem używanym przez branżę reklamową na całym świecie. W pracy będzie używać różnego rodzaju urządzeń technicznych i komputerów. Powinien biegle poruszać się w Internecie. Przydawać się będzie znajomość specjalistycznego oprogramowania do tworzenia różnych produktów reklamowych. Od osoby pracującej w branży reklamowej wymaga się dużej kultury osobistej z racji bezpośrednich kontaktów z klientami. Głównym miejscem wykonywania pracy będą pomieszczenia biurowe, ale konieczność kontaktowania się ze zleceniodawcami oraz innymi osobami pracującymi nad projektem reklamowym wymagać będzie częstego przemieszczania się. Osoba chcąca uczyć się w zawodzie technik reklamy (technik organizacji reklamy) powinna posiadać następujące predyspozycje: komunikatywność, łatwość nawiązywania kontaktów, umiejętność prowadzenia negocjacji, stosowanie zasad prawa, etyki i kultury zawodowej,

kreatywność, cierpliwość, wrażliwość artystyczną, zmysł plastyczny, pełną sprawność fizyczną.