

Program stażu zawodowego Technikum Nr 3

Zawód: technik organizacji reklamy 333906

I. Organizacja stażu zawodowego:

Czas trwania: dla jednego uczestnika wynosi 150 godzin

Realizacja: lata 2017 - 2021

II. Cel główny stażu zawodowego

Zwiększenie umiejętności i kwalifikacji zawodowych uczniów poprzez udział w stażach zorganizowanych u pracodawców. Praca w rzeczywistych warunkach na stanowisku w branży reklamowej. Przygotowanie uczniów do wejścia na rynek pracy oraz podniesienie kompetencji absolwentów.

III. Cele/umiejętności szczegółowe/kompetencje, które uzyska stażysta

Kwalifikacja A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

- korzystać z różnych źródeł informacji o produktach i usługach reklamowych;
- rozpoznawać rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- stosować narzędzia marketingu;
- opracować ofertę handlową zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami klientów;
- stosować metody kalkulacji cen;
- opracować cenniki produktów i usług reklamowych;
- przygotować prezentację produktów i usług reklamowych z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego;
- tworzyć i aktualizować bazy danych o klientach;
- identyfikować typy klientów;
- prowadzić rozmowę sprzedażową;
- prezentować ofertę sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- prowadzić sprzedaż produktów i usług reklamowych zgodnie z przyjętą strategią marketingową;
- realizować zlecenia i zamówienia na produkty i usługi reklamowe;
- negocjować oraz przygotować umowy sprzedaży produktów i usług;
- prowadzić dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług;
- korzystać z programów komputerowych stosowanych w procesie sprzedaży produktów i usług reklamowych.

Kwalifikacja (A.27.) Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

- dobierać narzędzia promocji;
- pozyskiwać oraz przetwarzać informacje niezbędne do realizacji reklamy;

- prezentować informacje reklamowe w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określać ich przydatność do wykonania reklamy;
- określać mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy;
- przygotować zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej;
- dobierać środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego;
- dobierać środki prezentacji przekazu reklamowego;
- stosować programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;
- stosować przepisy prawa oraz przestrzegać zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego;
- projektować różne formy środków reklamowych i innych narzędzi promocji;
- projektować elementy systemu wizualnej identyfikacji firmy;
- stosować różne formy i środki projektowania reklamy;
- stosować przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej;
- wykorzystywać programy komputerowe w trakcie prac projektowych;
- prezentować projekty reklamy produktów i usług;
- oceniać projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją;
- dobierać nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;
- dobierać media do przyjętej strategii reklamy;
- ustalać czas emisji reklamy w mediach na podstawie określonych wskaźników;
- sporządzać plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach zgodnie z przyjętym budżetem;
- organizować emisję reklamy w mediach;
- sporządzać dokumenty dotyczące emisji reklamy w mediach;
- stosować przepisy prawa oraz przestrzegać zasad etyki zawodowej, dotyczących emisji reklamy w mediach;
- planować etapy produkcji środków reklamowych;
- wykorzystywać wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa do realizacji określonych zadań;
- sporządzać harmonogram przygotowania środków reklamowych;
- określać metody i techniki produkcji reklamy;
- dobierać materiały i narzędzia do wykonywania środków reklamowych;
- sporządzać zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych;
- obsługiwać urządzenia techniczne i korzystać z programów komputerowych do wykonywania środków reklamowych;
- przygotować reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej;
- przestrzegać standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;
- prowadzić dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych;
- przestrzegać zasad etyki zawodowej podczas produkcji środków reklamowych oraz stosować przepisy prawa w tym zakresie;
- opracować oraz interpretować wyniki badań rynku reklamy;
- oceniać jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów;
- określać efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników;
- oceniać skuteczność reklamy na podstawie badań rynkowych;

IV. Ramowy rozkład tematyczny stażu:

| Dział | Treści programowe | Ilość godzin |
|---|---|--------------|
| 1. Wprowadzenie i zapoznanie stażysty z firmą | <ul style="list-style-type: none"> - Zapoznanie z organizacją pracy, harmonogramem i dyscypliną pracy. - Przeszkolenie w zakresie bhp i przepisów przeciwpożarowych. - Zapoznanie z obowiązującymi regulaminami wewnętrznymi. - Struktura organizacji firmy. - Przedmiot działania. - Forma prawna firmy. - System identyfikacji firmy. | 6 |
| 2. Sprzedaż produktów i usług reklamowych | <ul style="list-style-type: none"> - Organizacja stanowiska pracy. - Prowadzenie rozmów sprzedażowych z klientami. - Zasady negocjacji. - Dokumenty dotyczące realizacji zamówień. - Obsługa programów komputerowych stosowanych w przedsiębiorstwie. - Standardy jakości. - Plan finansowy przebiegu kampanii reklamowej. - Obliczanie ceny sprzedaży. - Sporządzanie faktury VAT, rachunku, paragonu i innych dokumentów dotyczących obsługi klienta w różnych formach sprzedaży produktów i usług reklamowych; - Prowadzenie rozmowy sprzedażowej dostosowanej do typu klienta; - Obliczenie ceny sprzedaży netto i brutto wyrobów reklamowych. | 32 |
| 3. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej | <ul style="list-style-type: none"> - Projektowanie reklamy produktu z wykorzystaniem programów komputerowych. - Rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy. - Projektowanie reklamy, narzędzi promocji. - Standardy jakości. - Materiały do wykonywania reklam: baner, PCV, plexi, folia itd.). - Rodzaje nośników reklam (tablica, billboard, ulotka, samochody itd.). - Organizacja stanowiska pracy zgodnie z przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz wymaganiami ergonomii. - Obsługa programów komputerowych stosowanych w przedsiębiorstwie. - Druk wielkoformatowy. - Rodzaje ploterów i maszyn drukujących. - Spot reklamowy. - Reklama internetowa. - Reklama prasowa. | 112 |

| | | |
|-------|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none">– Materiały do wykonywania reklam: baner, PCV, plexi, folia itd.).– Rodzaje nośników reklam (tablica, billboard, ulotka, samochody itd.).– Druk wielkoformatowy.– Rodzaje ploterów i maszyn drukujących.– Spot reklamowy.– Reklama internetowa.– Reklama prasowa.– Plan finansowy przebiegu kampanii reklamowej.– Kosztorys prowadzenia kampanii reklamowej;– Programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji;– Zasady etyki zawodowej i przepisy prawa dotyczące produkcji środków reklamowych | |
| Razem | 150 godzin | |

Opracowała:

Dorota Kalota
kierownik kształcenia praktycznego w Zespole Szkół Technicznych w Słupsku