PROGRAM STAŻU DLA UCZNIÓW TECHNIKUM W ZAWODZIE ORGANIZACJA REKLAMY W RAMACH PROJEKTU **„FABRYKA INICJATYW BRANŻOWYCH”**

***NUMER PROJEKTU:* RPLD.11.03.01-10-0031/15**

**Projektowanie i wykonywanie produktów i usług reklamowych**

**Efekty kształcenia. Uczeń po zrealizowaniu zajęć potrafi:**

BHP(7)1 zorganizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz wymaganiami ergonomii

A.27.1(9)1 obsłużyć odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji;

A.27.2(3)1 dobrać odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy;

A.27.2(3)2 zaprojektować reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego;

A.27.2(1)1 zaprojektować reklamę zgodnie z oczekiwaniami klienta, ocenić jakość wykonania przydzielonych zadań

A.27.2(1)4 zaprojektować narzędzia promocji dla produktu: public relations, promocję sprzedaży, marketing bezpośredni, sponsoring,

A.27.2(5)2 zaprojektować reklamę produktu z wykorzystaniem programów komputerowych, wprowadzić rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy;

A.27.4(9)1 ustalić standardy jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;

A.27.3(5)5 opracować plan finansowy przebiegu kampanii reklamowej.

**Sprzedaż produktów i usług reklamowych**

**Efekty kształcenia. Uczeń po zrealizowaniu zajęć potrafi:**

BHP(7)1 zorganizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz wymaganiami ergonomii;

A.26.2(3)3 dobrać sposób prowadzenia rozmowy sprzedażowej do typu klienta;

A.26.2(3)4 przeprowadzić rozmowę sprzedażową dostosowaną do typu klienta;

A.26.2(6)3 przygotować we współpracy dokumenty związane ze realizacją zamówienia;

A.26.2(6)4 wykonać czynności związane z realizacją zamówienia klienta dostosowane do formy sprzedaży produktów reklamowych;

A.26.2(8)3 sporządzić fakturę VAT, rachunek, paragon i inne dokumenty dotyczące obsługi klienta w różnych formach

A.26.2(9)2 obsłużyć program komputerowy przydatny do sprzedaży produktów i usług reklamowych;

A.27.1(9)1 obsłużyć odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji;

A.27.4(10)3 sporządzić kosztorys prowadzenia kampanii reklamowej

A.27.3(5)5 opracować plan finansowy przebiegu kampanii reklamowej;

A.26.2(3)4 przeprowadzić rozmowę sprzedażową dostosowaną do typu klienta;

A.26.1(5)2 obliczyć cenę sprzedaży netto i brutto wyrobów reklamowych.

**Planowane zadania**

Uczniowie w trakcie stażu wykonują zadania w rzeczywistych warunkach pracy.

**Warunki osiągania efektów kształcenia, w tym środki dydaktyczne, metody, formy organizacyjne**

Staż powinien umożliwiać konfrontację, poszerzenie wiedzy i umiejętności uzyskanych w szkole. Zadania realizowane przez uczniów w trakcie stażu są skorelowane z treściami programowymi nauczania zrealizowanych 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 stażu uczniowie powinni poznać pracę wszystkich działów przedsiębiorstwa oraz wykonywać zadania na różnych stanowiskach pracy. Uczniowie powinni dokumentować przebieg praktyki zawodowej w dzienniczku praktyk. Bardzo ważne jest kształtowanie odpowiedzialności za wykonywaną pracę oraz wdrażanie do samokontroli, przed przystąpieniem uczniów do wykonywania prac należy zapoznać ich z przepisami obowiązującymi na danym stanowisku pracy.

**Środki dydaktyczne**

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

**Ramowy program stażu**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Blok tematyczny** | **Temat** | **Ilość godzin** |
|  | Bezpieczeństwo i  higiena pracy | 1.Organizowanie stanowiska pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiami  ergonomii, przepisami bezpieczeństwa  i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.  2. Analizowanie praw i obowiązków  pracownika oraz pracodawcy w zakresie  bezpieczeństwa i higieny pracy.  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien zapoznać się z instrukcją BHP  obowiązującą w przedsiębiorstwie. | **8** |
|  | Struktura organizacyjna | 1.Analizowanie struktury organizacyjnej  przedsiębiorstwa.  2. Analizowanie zakresów czynności na  poszczególnych stanowiskach pracy  w przedsiębiorstwie  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien zapoznać się ze strukturą organizacyjną przedsiębiorstwa oraz zakresami czynności na poszczególnych stanowiskach pracy. | **16** |
|  | Rozmowy handlowe  i negocjacje | 1. Rozpoznawanie potrzeb klienta usług  reklamowych.  2. Prowadzenie rozmów handlowych  i negocjacji z potencjalnym klientem  usług reklamowych w języku polskim i  języku obcym.  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien uczestniczyć  w prowadzeniu rozmów handlowych  i negocjacji w sprawie wykonywania usług  reklamowych. | **24** |
|  | Usługi reklamowe | 1. Prezentowanie oferty sprzedaży  produktów i usług reklamowych.  2. Prowadzenie dokumentacji dotyczącej  sprzedaży produktów i usług.  3. Współpracowanie przy realizacji usług  reklamowych z różnymi instytucjami  i specjalistami.  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien uczestniczyć w pracach  związanych z:  prezentacją usług i produktów  reklamowych klientom,  udzielaniem informacji i porad  zainteresowanym klientom usług  reklamowych,  przyjmowaniem zleceń  i przygotowywaniem umów z klientem  usług reklamowych,  współpracą przy realizacji usług  reklamowych z plastykami, grafikami,  autorami tekstów reklamowych,  muzykami i reżyserami, twórcami stron  internetowych, firmami poligraficznymi, drukarniami itp.. | **56** |
|  | Prezentacje  multimedialne | 1.Prezentowanie informacji reklamowej  w formie graficznej, tekstowej  i tabelarycznej.  2. Przygotowywanie prezentacji  multimedialnych usług reklamowych.  3. Wykonywanie reklamowej strony www.  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien uczestniczyć w pracach  związanych z przygotowaniem prezentacji  multimedialnych usług reklamowych,  prezentowaniem informacji reklamowej  i wykonaniem reklamowej strony www. | **24** |
|  | Urządzenia techniczne  i programy  komputerowe | 1. Obsługiwanie programów graficznych  potrzebnych do wykonania reklamy.  2. Obsługiwanie programów do prezentacji  trójwymiarowej (3D).  3. Obsługiwanie automatów i półautomatów  do sitodruku.  4. Obsługiwanie urządzeń poligraficznych  i drukarskich.  5. Obsługiwanie cyfrowego aparatu  fotograficznego, kamery video, itp..  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik po uprzednim przeszkoleniu powinien obsługiwać w/w urządzenia i programy komputerowe. | **16** |
|  | Przepisy prawa  autorskiego i własności  intelektualnej | 1. Stosowanie przepisów prawa autorskiego  i własności intelektualnej.  Uwagi do realizacji tematów:  Uczestnik powinien zapoznać się z przepisami  prawa autorskiego i własności intelektualnej  oraz zasadami etyki zawodowej dotyczącej  przekazu reklamowego stosowanymi  w przedsiębiorstwie. | **6** |
| RAZEM | | | **150 GODZIN** |