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 ihigiena pracy | 1.Organizowanie stanowiska pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiamiergonomii, przepisami bezpieczeństwai higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.2. Analizowanie praw i obowiązkówpracownika oraz pracodawcy w zakresiebezpieczeństwa i higieny pracy.Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien zapoznać się z instrukcją BHPobowiązującą w przedsiębiorstwie. | **8** |
|  | Struktura organizacyjna | 1.Analizowanie struktury organizacyjnejprzedsiębiorstwa.2. Analizowanie zakresów czynności naposzczególnych stanowiskach pracyw przedsiębiorstwieUwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien zapoznać się ze strukturą organizacyjną przedsiębiorstwa oraz zakresami czynności na poszczególnych stanowiskach pracy. | **16** |
|  | Rozmowy handlowei negocjacje | 1. Rozpoznawanie potrzeb klienta usługreklamowych.2. Prowadzenie rozmów handlowychi negocjacji z potencjalnym klientemusług reklamowych w języku polskim ijęzyku obcym.Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien uczestniczyćw prowadzeniu rozmów handlowychi negocjacji w sprawie wykonywania usługreklamowych. | **24** |
|  | Usługi reklamowe | 1. Prezentowanie oferty sprzedażyproduktów i usług reklamowych.2. Prowadzenie dokumentacji dotyczącejsprzedaży produktów i usług.3. Współpracowanie przy realizacji usługreklamowych z różnymi instytucjamii specjalistami.Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien uczestniczyć w pracachzwiązanych z:prezentacją usług i produktówreklamowych klientom,udzielaniem informacji i poradzainteresowanym klientom usługreklamowych,przyjmowaniem zleceńi przygotowywaniem umów z klientemusług reklamowych,współpracą przy realizacji usługreklamowych z plastykami, grafikami,autorami tekstów reklamowych,muzykami i reżyserami, twórcami stroninternetowych, firmami poligraficznymi, drukarniami itp.. | **56** |
|  | Prezentacjemultimedialne | 1.Prezentowanie informacji reklamowejw formie graficznej, tekstoweji tabelarycznej.2. Przygotowywanie prezentacjimultimedialnych usług reklamowych.3. Wykonywanie reklamowej strony www.Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien uczestniczyć w pracachzwiązanych z przygotowaniem prezentacjimultimedialnych usług reklamowych,prezentowaniem informacji reklamoweji wykonaniem reklamowej strony www. | **24** |
|  | Urządzenia technicznei programykomputerowe | 1. Obsługiwanie programów graficznychpotrzebnych do wykonania reklamy.2. Obsługiwanie programów do prezentacjitrójwymiarowej (3D).3. Obsługiwanie automatów i półautomatówdo sitodruku.4. Obsługiwanie urządzeń poligraficznychi drukarskich.5. Obsługiwanie cyfrowego aparatufotograficznego, kamery video, itp..Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik po uprzednim przeszkoleniu powinien obsługiwać w/w urządzenia i programy komputerowe. | **16** |
|  | Przepisy prawaautorskiego i własnościintelektualnej | 1. Stosowanie przepisów prawa autorskiegoi własności intelektualnej.Uwagi do realizacji tematów:Uczestnik powinien zapoznać się z przepisamiprawa autorskiego i własności intelektualnejoraz zasadami etyki zawodowej dotyczącejprzekazu reklamowego stosowanymiw przedsiębiorstwie. | **6** |
| RAZEM | **150 GODZIN** |