

A.27 ORGANIZACJA I PROWADZENIE KAMPANII REKLAMOWEJ



OPIS KWALIFIKACJI

W toku kształcenia uzyskuje się wiedzę i umiejętności z zakresu:

- tworzenia przekazu reklamowego - określania celów, doboru odpowiedniego środka przekazu
- różnorodnych metod prezentowania informacji reklamowych - tabelarycznych, graficznych, tekstowych
- wykorzystywania specjalistycznych programów komputerowych do gromadzenia, przetwarzania informacji oraz do opracowywania przekazu reklamowego
- stosowania zasad prawa, etyki, zasad kultury zawodowej

CZYNNOŚCI ZAWODOWE

Zdobycie kwalifikacji uprawnia do:

- pozyskiwania informacji niezbędnych do realizacji konkretnej reklamy
- projektowania środków reklamowych i innych narzędzi promocji - banery, ulotki, reklamy telewizyjne i radiowe, elementy systemu identyfikacji wizualnej firmy
- tworzenia planu medialnego, w tym do oceny projektu przekazu, doboru nośników reklamy, czasu jej emisji, sporządzania planu przebiegu kampanii reklamowej w mediach
- prowadzenia badań rynkowych i reklamowych, weryfikowania oraz interpretowania wyników tych badań



WARUNKI PRACY

- czas pracy: często brak stałych godzin pracy, uzależnione są od terminu wykonania zlecenia
- strój roboczy/służbowy: nie jest wymagany
- środowisko pracy: współpraca z ludźmi, kierowanie pracą zespołową
- charakter pracy: praca umysłowa, praca fizyczna
- miejsce wykonywania pracy: pokoje biurowe, hale targowe, konieczność częstego przemieszczania się (spotkania z klientami)
- czynniki szkodliwe: praca przy sztucznym oświetleniu, promieniowanie monitorów
- narzędzia, urządzenia wykorzystywane w pracy: telefon, komputer z oprogramowaniem graficznym, laptop, kserokopiarka, drukarka, rzutnik multimedialny, tablica interaktywna, deska kreślarska, sztalugi malarskie

MOŻLIWE MIEJSCA ZATRUDNIENIA

agencje reklamowe, działy marketingu, reklamy przedsiębiorstw handlowych i usługowych, biura ogłoszeń, działy promocji środków masowego przekazu, agencje scenariuszowe, biura graficzne, agencje do spraw kontaktów z prasą i kształtowania opinii publicznej (PR), firmy zajmujące się analizami rynkowymi



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



OŚRODEK
ROZWOJU
EDUKACJI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

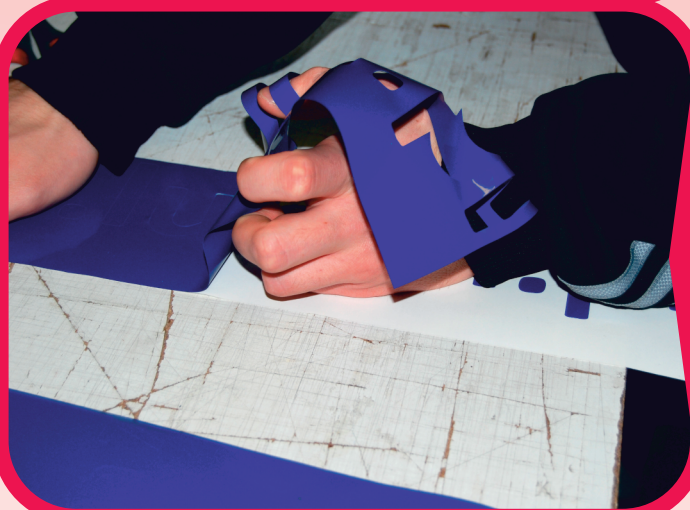


CECHY DOBREGO PRACOWNIKA:

- pracowitość, sumienność, punktualność
- odpowiedzialność za powierzone obowiązki
- samodzielność, umiejętność organizacji pracy
- umiejętność pracy w zespole, komunikatywność
- zaangażowanie, konsekwencja, zdecydowanie
- spostrzegawczość, koncentracja
- podporządkowanie się regułom i normom
- odporność na stres
- ambicja, chęć zdobywania wiedzy

DODATKOWE PRZYDATNE UMIEJĘTNOŚCI:

- kreatywność
- zdolności plastyczne, poczucie estetyki
- znajomość języków obcych
- umiejętności negocjacyjne i organizatorskie
- posiadanie prawa jazdy



WYMAGANIA ZDROWOTNE:

- wysoka sprawność ruchowa
- dobra koordynacja wzrokowo-ruchowa

PRZECIWWSKAZANIA ZDROWOTNE:

- wady wzroku nieskorygowane szklami
- brak widzenia obuocznego
- niedosłuch
- znaczne wady wymowy
- nadmierna pobudliwość
- zaburzenia równowagi
- choroby układów: oddechowego, nerwowego, mięśniowego, kostno-stawowego, ruchu, krążenia

ŚCIEŻKI UZYSKANIA I POTWIERDZANIA KWALIFIKACJI ORAZ MOŻLIWOŚCI DALSZEGO KSZTAŁCENIA

Gimnazjum

Technikum - 4 lata
Egzaminy potwierdzające kwalifikacje A.26, A.27

Technik
organizacji reklamy

Kwalifikację A.27 można uzyskać na Kwalifikacyjnym Kursie Zawodowym (640 h)

PO ZDANIU EGZAMINU MATURALNEGO ISTNIEJE MOŻLIWOŚĆ KONTYNUOWANIA NAUKI MIĘDZY INNYMI NA STUDIACH WYŻSZYCH. PRZYKŁADOWE KIERUNKI ZWIĄZANE Z KWALIFIKACJĄ:

Papiernictwo i poligrafia, Psychologia w biznesie, Reklama, Dialog i doradztwo społeczne, Marketing i zarządzanie, Zarządzanie zasobami ludzkimi, Marketing i komunikacja rynkowa, Analityka społeczna i internetowa, Dziennikarstwo i komunikacja społeczna, Komunikacja wizerunkowa