

Zawód: **technik organizacji reklamy**
symbol cyfrowy: **342[01]**

Etap pisemny egzaminu obejmuje:

Część I - zakres wiadomości i umiejętności właściwych dla kwalifikacji w zawodzie

Absolwent powinien umieć:

- 1. Czytać ze zrozumieniem informacje przedstawione w formie opisów, instrukcji, rysunków, szkiców, wykresów, dokumentacji technicznych i technologicznych, a w szczególności:**
 - 1.1. stosować pojęcia i terminy z zakresu marketingu, kompozycji, liternictwa i historii reklamy;
 - 1.2. rozpoznawać metody badań rynkowych;
 - 1.3. rozróżniać instrumenty i środki reklamy w zależności od celu oraz branży towarowej;
 - 1.4. rozróżniać techniki i apele reklamowe;
 - 1.5. rozróżniać mechanizmy rządzące ludzkimi zachowaniami.
- 2. Przetwarzać dane liczbowe i operacyjne, a w szczególności:**
 - 2.1. dobierać metody badań rynkowych oraz interpretować ich wyniki;
 - 2.2. dobierać środki reklamy w zależności od celu reklamy, podmiotu, przedmiotu, środków finansowania, środków przekazu i metod oddziaływania na klienta;
 - 2.3. dobierać apele i techniki reklamowe do celu reklamy, rodzaju produktu i segmentu, odbiorców;
 - 2.4. dobierać kompozycję i technikę druku do publikacji reklamowej;
 - 2.5. wskazywać zasady tworzenia środków reklamy;
 - 2.6. wskazywać czynniki wpływające na skuteczność i efektywność reklamy.
- 3. Bezpiecznie wykonywać zadania zawodowe zgodnie z przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska, a w szczególności:**
 - 3.1. stosować przepisy i zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, przepisy ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska podczas prowadzenia działalności reklamowej;
 - 3.2. wskazywać przepisy prawa dotyczące działalności reklamowej;
 - 3.3. przewidywać zagrożenia występujące podczas prowadzenia działalności reklamowej;
 - 3.4. organizować stanowiska pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii;
 - 3.5. stosować zasady udzielania pierwszej pomocy poszkodowanym podczas prowadzenia działalności reklamowej.

Część II - zakres wiadomości i umiejętności związanych z zatrudnieniem i działalnością gospodarczą

Absolwent powinien umieć:

- 1. Czytać ze zrozumieniem informacje przedstawione w formie opisów, instrukcji, tabel, wykresów, a w szczególności:**
 - 1.1. rozróżniać podstawowe pojęcia i terminy z zakresu funkcjonowania gospodarki oraz prawa pracy, prawa podatkowego i przepisów regulujących podejmowanie i wykonywanie działalności gospodarczej;
 - 1.2. rozróżniać dokumenty związane z zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;
 - 1.3. identyfikować i analizować informacje dotyczące wymagań i uprawnień pracownika, pracodawcy, bezrobotnego i klienta.
- 2. Przetwarzać dane liczbowe i operacyjne, a w szczególności:**
 - 2.1. analizować informacje związane z podnoszeniem kwalifikacji, poszukiwaniem pracy i zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;
 - 2.2. sporządzać dokumenty związane z poszukiwaniem pracy i zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;
 - 2.3. rozróżniać skutki wynikające z nawiązania i rozwiązania stosunku pracy.

Etap praktyczny egzaminu obejmuje wykonanie określonego zadania egzaminacyjnego wynikającego z zadania o treści ogólnej - opracowanie projektu realizacji określonych prac z zakresu przygotowania, wykonania i sprzedaży produktów reklamowych na podstawie dokumentacji.

Absolwent powinien umieć:

1. Analizować dokumentację zlecniodawców dotyczącą zapotrzebowania na usługi reklamowe prowadzące do identyfikacji ich celów oraz opracowania projektu prac związanych z ich przygotowaniem, wykonaniem i sprzedażą.
2. Dobierać treści przekazu reklamowego w zależności od celu i warunków zlecenia.
3. Dobierać media i środki reklamowe w zależności od celu, podmiotu, przedmiotu, sposobów finansowania, treści przekazu i metod oddziaływania na klienta.
4. Kontrolować możliwości wykorzystania mediów w zależności od ich zasięgu, planowanej częstotliwości emisji i warunków zlecenia.
5. Opracowywać projekt wybranych środków reklamowych - ulotki, broszury, plakatu, etykiety, folderu, spotu itp. - w zależności od celu, warunków zlecenia i mediów.
6. Opracowywać harmonogram realizacji działań reklamowych z uwzględnieniem preferencji zlecniodawców i możliwości zaangażowanych mediów.
7. Sporządzać dokumenty związane z przygotowaniem, wykonaniem i sprzedażą produktów reklamowych.

Niezbędne wyposażenie stanowiska do wykonania zadania egzaminacyjnego:

Stanowisko komputerowe: komputer podłączony do sieci lokalnej, drukarka sieciowa z możliwością wydruku w kolorze w formacie A3. Oprogramowanie: pakiet biurowy (edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji), edytor graficzny do opracowywania środków reklamy, pakiet do składu komputerowego. Materiały do przygotowania środków reklamowych. Apteczka.