

Praktyka zawodowa klasa IV Dp po szkole podstawowej

Zawód: technik reklamy Kwalifikacja PGF.08 Zarządzanie kampanią reklamową

Klasa: czwarta

Liczba tygodni praktyki zawodowej: 4 tygodnie - 140 godzin

Program nauczania: Program nauczania dla zawodu technik reklamy dopuszczony do użytku w ZSE w Pile od roku szkolnego 2019/2020

Strategia komunikacji marki w praktyce	1. Brief: cele komunikacji i osobowość marki, grupa docelowa, główny przekaz i korzyści, proces przekazywania wytycznych	-określić cele komunikacji i ich charakter (np. cele wizerunkowe, sprzedażowe itp.) -określić osobowość marki - określić grupę docelową działań komunikacyjnych -określić główny przekaz reklamy -określić komunikowane korzyści konsumenckie
Planowanie kampanii reklamowej	1. Cele i strategię kampanii reklamowej Etapy kampanii Planowanie mediów . Budżet kampanii reklamowej	– definiować cele reklamowe wynikające ze strategii marki i z celów marketingowych – stworzyć plan kampanii reklamowej - zaplanować etapy kampanii reklamowej – określić elementy składające się na budżet kampanii – wymienić czynniki składające się na budżet
Sprzedaż kampanii reklamowej	1. Analiza potrzeb i negocjacje sprzedażowe 2. Dokumentacja sprzedażowa	– dokonać analizy potrzeb zleceniodawcy – przygotować prezentację sprzedażowej kampanii reklamowej dla zleceniodawcy – dobrać techniki negocjowania do warunków negocjacji – wypełniać fakturę VAT – stworzyć zamówienie – redagować umowy
Zarządzanie kampanią składającą się z: Audio/Video plus OOH	1. Brief kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH 2. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH 3. Prezentacja kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH	– pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – współpracować w zespole – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań
Zarządzanie kampanią składającą	1. Brief kampanii reklamowej składającej się z:	– pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus

się z: Public Relations plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment	Public Relations plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment	Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment
	2. Plan kampanii reklamowej składającej się z: Public Relation plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment	– określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment – określić terminy wykonania zadań – współpracować w zespole – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – przygotować prezentację kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bepośrednia plus Branded Entertainment
Zarządzanie kampanią multimedialną dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. oraz użytku publicznego	1. Brief kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. 2. Plan kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. 3. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii multimedialnej	– pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – współpracować w zespole – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań – kontrolować jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów – udzielić informacji zwrotnej
	4. Prezentacja kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	– przygotować prezentację kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.
Przetwarzanie informacji z przeprowadzonych badań	1. Planowanie badań	– dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
	2. Opracowanie wyników badań i ocena wyników	– przetwarzać dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej – dokonać analizy wyników badań skuteczności efektywności kampanii reklamowej – dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach cyfrowych

