



Program praktyki zawodowej

Zawód: Technik reklamy
Kwalifikacja: PGF.08 - Zarządzanie kampanią reklamową
Klasa: czwarte
Liczba tygodni praktyki w klasie 4: 4
Łączna liczba tygodni praktyki w cyklu kształcenia: 8
Program nauczania: Program nauczania dla zawodu technik reklamy dopuszczony do użytku w ZSE w Pile od roku szkolnego 2019/2020

Dział programowy	Podstawowe wymagania programowe Uczeń potrafi:
I. 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
II. 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
III. Sprzedaż kampanii reklamowej	1. Analiza potrzeb i negocjacje sprzedażowe - dokonać analizy potrzeb zleceniodawcy - przygotować prezentację sprzedażowej kampanii reklamowej dla zleceniodawcy - dobrać techniki negocjowania do warunków negocjacji
	2. Dokumentacja sprzedażowa - wypełniać fakturę VAT - tworzyć zamówienie - redagować umowy
IV. Zarządzanie kampanią składającą się	1. Brief 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



z: Audio/Video plus OOH	2. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH oraz prezentacja kampanii składającą 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
V. Zarządzanie kampanią składającą się z: Public Relations plus Reklama	1. Brief kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment - pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment - zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment

bezpośrednia plus Branded Entertainment	2. Plan kampanii reklamowej składającej się z: Public Relation plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment - określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia 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 bezpośrednia plus Branded Entertainment
VI. Zarządzanie kampanią multimedialną dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. oraz użytku publicznego	1. Brief i plan kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. - 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. 2. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii multimedialnej - 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
	3. Prezentacja kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. - przygotować prezentację kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.
VII. 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

.....

(pieczęć i podpis dyrektora szkoły)