

Praktyka zawodowa klasa IV Technik Reklamy

Zawód: technik reklamy

Kwalifikacja PGF.08 Zarządzanie kampanią reklamową

Klasa: czwarta

Liczba godzin praktyki zawodowej: 140 godzin

Liczba tygodni praktyki zawodowej: 4 tygodnie

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 <ul style="list-style-type: none">- 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 <ul style="list-style-type: none">- 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 <ul style="list-style-type: none">- dokonać analizy potrzeb zleceniodawcy- przygotować prezentację sprzedażową kampanii reklamowej dla zleceniodawcy- dobrać techniki negocjowania do warunków negocjacji
	2. Dokumentacja sprzedażowa <ul style="list-style-type: none">- wypełniać fakturę VAT- tworzyć zamówienie- redagować umowy
IV. Zarządzanie kampanią składającą się z: Audio/Video plus OOH	1. Brief kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH <ul style="list-style-type: none">- 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
	2. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH oraz prezentacja kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH <ul style="list-style-type: none">- 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 <ul style="list-style-type: none">- 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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. <ul style="list-style-type: none"> - 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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. <ul style="list-style-type: none"> - przygotować prezentację kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.
VII. Przetwarzanie informacji z przeprowadzonych badań	1. Planowanie badań <ul style="list-style-type: none"> - dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
	2. Opracowanie wyników badań i ocena wyników <ul style="list-style-type: none"> - 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