

Kwalifikacyjne kursy zawodowe to nowoczesne kształcenie zawodowe dające możliwość przygotowania się do uzyskania wykształcenia na poziomie technika niezależnie od posiadanego wykształcenia.

W kwalifikacyjnych kursach zawodowych mogą uczestniczyć wszystkie zainteresowane osoby **bez względu na wykształcenie**. Warunkiem jest skończenie 18 roku życia lub 16 lat i mają opóźnienie w cyklu kształcenia w związku z sytuacją życiową czy zdrowotną. Przy zapisie wymagamy jedynie dowodu osobistego.

Kierunki w ramach kwalifikacyjnych kursów zawodowych prowadzone są według programu nauczania uwzględniającego **podstawę programową MEN**. Po zakończeniu każdej z kwalifikacji, absolwent uzyskuje **zaświadczenie o ukończeniu kursu**. Następnie przystępuje do **zewnętrznego egzaminu zawodowego** potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie w zakresie danej kwalifikacji i po jego zdaniu otrzymuje od Okręgowej Komisji Egzaminacyjnej **świadectwo potwierdzające kwalifikacje w zawodzie**.

KWALIFIKACYJNY KURS ZAWODOWY W RAMACH ZAWODU TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY

Kwalifikacja – K2

A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

598 godz.

W tym efekty kształcenia wspólne dla wszystkich zawodów oraz efekty kształcenia wspólne dla zawodów w ramach obszaru administracyjno--usługowego stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów

196 godz.

A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej.

1. Tworzenie przekazu reklamowego

Kursant:

- określa cele przekazu reklamowego;
- dobiera narzędzia promocji;
- pozyskuje oraz przetwarza informacje niezbędne do realizacji reklamy;
- prezentuje informacje reklamowe w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określa ich przydatność do wykonania reklamy;
- określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy;
- przygotowuje zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej;
- dobiera środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego;
- dobiera środki prezentacji przekazu reklamowego;
- stosuje programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;

- stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego.

2. Projektowanie środków reklamowych

Kursant:

- projektuje różne formy środków reklamowych i innych narzędzi promocji;
- projektuje elementy systemu wizualnej identyfikacji firmy;
- stosuje różne formy i środki projektowania reklamy;
- stosuje przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej;
- wykorzystuje programy komputerowe w trakcie prac projektowych;
- prezentuje projekty reklamy produktów i usług.

3. Tworzenie planu medialnego

Kursant:

- ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją;
- dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;
- dobiera media do przyjętej strategii reklamy;
- ustala czas emisji reklamy w mediach na podstawie określonych wskaźników;
- sporządza plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach zgodnie z przyjętym budżetem;
- organizuje emisję reklamy w mediach;
- sporządza dokumenty dotyczące emisji reklamy w mediach;
- stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących emisji reklamy w mediach.

4. Przygotowywanie środków reklamowych

Kursant:

- planuje etapy produkcji środków reklamowych;
- wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa do realizacji określonych zadań;
- sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych;
- określa metody i techniki produkcji reklamy;
- dobiera materiały i narzędzia do wykonywania środków reklamowych;
- sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych;
- obsługuje urządzenia techniczne i korzysta z programów komputerowych do wykonywania środków reklamowych;
- przygotowuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej;
- przestrzega standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;
- prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych;
- przestrzega zasad etyki zawodowej podczas produkcji środków reklamowych oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie.

5. Badanie skuteczności reklamy

Kursant:

- opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy;

- ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów;
- określa efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników;
- ocenia skuteczność reklamy na podstawie badań rynkowych;
- prowadzi badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych;
- prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy.