

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 – K1

A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

461 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

198 godz.

A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

1. Przygotowanie oferty produktów i usług reklamowych

Kursant:

- korzysta z różnych źródeł informacji o produktach i usługach reklamowych;
- rozpoznaje rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- stosuje narzędzia marketingu;
- opracowuje ofertę handlową zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami klientów;
- stosuje metody kalkulacji cen;
- opracowuje cenniki produktów i usług reklamowych;
- przygotowuje prezentację produktów i usług reklamowych z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego.

2. Prowadzenie sprzedaży produktów i usług reklamowych

Kursant:

- tworzy i aktualizuje bazy danych o klientach;
- identyfikuje typy klientów;
- prowadzi rozmowę sprzedażową;
- prezentuje ofertę sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- prowadzi sprzedaż produktów i usług reklamowych zgodnie z przyjętą strategią marketingową;
- realizuje zlecenia i zamówienia na produkty i usługi reklamowe;
- negocjuje oraz przygotowuje umowy sprzedaży produktów i usług;
- prowadzi dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług;
- korzysta z programów komputerowych stosowanych w procesie sprzedaży produktów i usług reklamowych.