

Technik organizacji reklamy (333906)

1. **Technik organizacji reklamy:** jest zawodem szerokoprofilowym, łączy w sobie, wiedzę ekonomiczną, plastyczną, psychologiczną i lingwistyczną. Kierunek ten pokazuje jak posługiwać się narzędziami marketingowymi, jak rozwijać i budować wizerunek marki lub produktu, jak przygotować profesjonalną kampanię reklamową z wykorzystaniem różnorodnych technik reklamy wizualnej, sesję fotograficzną i filmową, wystawę czy pokaz. Kształcenie w tym kierunku łączącym wiedzę ekonomiczną, plastyczną, psychologiczną z umiejętnością planowania i organizacji kampanii reklamowych i promocyjnych.
2. **Informacja dodatkowe** *np. o eksperymentach pedagogicznych wprowadzonych w szkole, o innowacjach, specjalizacjach*
3. **Kwalifikacje uzyskiwane w wyniku kształcenia**
 - a) Kwalifikacja 1:
AU.29. Sprzedaż produktów i usług reklamowych
 - b) Kwalifikacja 2:
AU.30. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej
4. **Sylwetka absolwenta** *(co uzyskuje uczeń kończąc szkołę w danym zawodzie, dodatkowe uprawnienia, które może uzyskać w szkole)*

Absolwent kończący szkołę w zawodzie **technik organizacji reklamy** będzie przygotowany do wykonywania zadań zawodowych w zakresie:

- a) organizowania oraz prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych,
 - b) organizowania oraz prowadzenia kampanii reklamowej,
 - c) projektowania oraz wykonywania środków reklamowych
 - d) organizować sesje fotograficzne i filmowe na potrzeby reklamy,
 - e) planować, rezerwować i dokonywać zakupu powierzchni i czasu reklamowego w różnych rodzajach mediów,
 - f) testować projekty i przekazy reklamowe przed ich publikacją,
 - g) oceniać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej,
 - h) tworzyć wizualizacje, identyfikacje firm i produktów (znaki graficzne i logotypy),
 - i) tworzyć teksty, slogany reklamowe i scenariusze reklam radiowych i telewizyjnych.
5. **technik organizacji reklamy znajdzie zatrudnienie w:**
 - a) dziale obsługi klienta,
 - b) zespole do spraw zlecenia,
 - c) dziale publikacji,
 - d) dziale badań rynkowych,
 - e) marketingu i reklamie,
 - f) jako pracownik biura ogłoszeń środków masowego przekazu,
 - g) jako specjalista ds. produkcji,
 - h) jako specjalista ds. kontaktów z prasą i kształtowania opinii publicznej
 6. **Baza dydaktyczna i warunki kształcenia** (opisy, zdjęcia, prezentacje, filmy itp.)

Uczniowie mają możliwość kształcenia się w dobrze wyposażonych pracowniach do zajęć teoretycznych i praktycznych (z przedmiotów ogólnych i zawodowych), korzystania z pracowni multimedialnych i komputerowych odbywania ćwiczeń praktycznych i praktyk zawodowych u pracodawców.