



TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY

Okres nauki: 4 lata
Podbudowa: gimnazjum

Absolwent po potwierdzeniu dwóch kwalifikacji:

AU.29. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

AU.30. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

uzyskuje tytuł technika organizacji reklamy.

Jest to zawód wymagający łączenia w sobie, między innymi wiedzy ekonomicznej, plastycznej, psychologicznej i lingwistycznej. Reklama jest zjawiskiem ściśle związanym z gospodarką rynkową i stanowi jej integralną część.

Kształcenie w zawodzie technika organizacji reklamy zapewnia osiągnięcie wiedzy i umiejętności w zakresie wyszukiwania klientów zainteresowanych konkretnymi usługami reklamowymi oferowanymi przez biuro lub agencje reklamową, promowania usług reklamowych, pozyskiwania zleceń i pośrednictwa w ich wykonaniu, gromadzenia informacji o firmach konkurencyjnych, uczestniczenia w wykonaniu zleceń, proponowania nowych usług na podstawie znajomości rynku usług reklamowych.

Przygotowanie praktyczne do zawodu uczniowie otrzymują w czasie zajęć w firmie symulacyjnej Mariposa, szkolnych pracowniach komputerowych oraz w czasie praktyk zawodowych w agencjach reklamowych, przedsiębiorstwach prywatnych, bankach i urzędach.

Uzyskane kwalifikacje pozwolą na zatrudnienie w agencjach reklamowych, działach marketingu i reklamy przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych, biurach ogłoszeń środków masowego przekazu, działach promocji środków masowego przekazu, agencjach scenariuszowych i studiach graficznych, studiach produkcyjnych, agencjach do spraw kontaktów z prasą.

Model absolwenta

Technik organizacji reklamy to osoba, którą charakteryzuje: umiejętność szybkiego tempa pracy, przechodzenia z jednej czynności do innej, wyobraźnia twórcza, wrażliwość estetyczna, kreatywność i abstrakcyjność myślenia, łatwość i jasność wypowiedzenia się w mowie i piśmie, cierpliwość, samodzielność.

Absolwent szkoły przygotowany jest do:

- ✓ pozyskiwania klientów do współpracy z agencjami reklamowymi i mediami,
- ✓ gromadzenia informacji niezbędnych do realizacji zadań reklamowych,
- ✓ tworzenia przekazów reklamowych dla potrzeb różnych typów mediów,
- ✓ zlecania i wykorzystywania wyników badań o charakterze reklamowym,
- ✓ organizacji działań promocyjnych przedsiębiorstwa,
- ✓ produkcji przekazów reklamowych dla potrzeb różnych typów mediów,
- ✓ prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

