

Zawód: **technik organizacji reklamy**  
symbol cyfrowy: **342[01]**

Etap pisemny egzaminu obejmuje:

### **Część I – zakres wiadomości i umiejętności właściwych dla kwalifikacji w zawodzie**

**Absolwent powinien umieć:**

#### **1. Czytać ze zrozumieniem informacje przedstawione w formie opisów, instrukcji, rysunków, szkiców, wykresów, dokumentacji technicznych i technologicznych, a w szczególności:**

- 1.1. rozróżniać podstawowe pojęcia i terminy z zakresu marketingu, kompozycji, liternictwa i historii reklamy;
- 1.2. rozpoznawać metody badań rynkowych;
- 1.3. rozróżniać instrumenty i środki reklamy w zależności od celu oraz branży towarowej;
- 1.4. rozróżniać techniki i apele reklamowe;
- 1.5. rozróżniać mechanizmy rządzące ludzkimi zachowaniami.

#### **2. Przetwarzać dane liczbowe i operacyjne, a w szczególności:**

- 2.1. dobierać metody badań rynkowych oraz interpretować ich wyniki;
- 2.2. dobierać środki reklamy w zależności od celu reklamy, podmiotu, przedmiotu, środków finansowania, środków przekazu i metod oddziaływania na klienta;
- 2.3. dobierać apele i techniki reklamowe do celu reklamy, rodzaju produktu i segmentu, odbiorców;
- 2.4. dobierać kompozycję i technikę druku do publikacji reklamowej;
- 2.5. wskazywać zasady tworzenia środków reklamy;
- 2.6. wskazywać czynniki wpływające na skuteczność i efektywność reklamy.

#### **3. Bezpiecznie wykonywać zadania zawodowe zgodnie z przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska, a w szczególności:**

- 3.1. stosować ogólne przepisy prawa dotyczące reklamy jako instrumentu oddziaływania na społeczeństwo;
- 3.2. wskazywać przepisy prawa dotyczące działalności reklamowej;
- 3.3. stosować przepisy prawa w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska w działalności agencji reklamowej.

### **Część II – zakres wiadomości i umiejętności związanych z zatrudnieniem i działalnością gospodarczą**

**Absolwent powinien umieć:**

#### **1. Czytać ze zrozumieniem informacje przedstawione w formie opisów, instrukcji, tabel, wykresów, a w szczególności:**

- 1.1. rozróżniać podstawowe pojęcia i terminy z zakresu funkcjonowania gospodarki oraz prawa pracy, prawa podatkowego i przepisów regulujących podejmowanie i wykonywanie działalności gospodarczej;
- 1.2. rozróżniać dokumenty związane z zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;
- 1.3. identyfikować i analizować informacje dotyczące wymagań i uprawnień pracownika, pracodawcy, bezrobotnego i klienta.

#### **2. Przetwarzać dane liczbowe i operacyjne, a w szczególności:**

- 2.1. analizować informacje związane z podnoszeniem kwalifikacji, poszukiwaniem pracy i zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;

- 2.2. sporządzać dokumenty związane z poszukiwaniem pracy i zatrudnieniem oraz podejmowaniem i wykonywaniem działalności gospodarczej;
- 2.3. rozróżniać skutki wynikające z nawiązania i rozwiązania stosunku pracy.

Etap praktyczny egzaminu obejmuje wykonanie określonego zadania egzaminacyjnego wynikającego z zadania o treści ogólnej:

Opracowanie projektu realizacji określonych prac z zakresu przygotowania, wykonania i sprzedaży produktów reklamowych na podstawie dokumentacji.

**Absolwent powinien umieć:**

1. Analizować dokumentację zlecniodawców dotyczącą zapotrzebowania na usługi reklamowe prowadzące do identyfikacji ich celów oraz opracowania projektu prac związanych z ich przygotowaniem, wykonaniem i sprzedażą.
2. Dobierać treści przekazu reklamowego w zależności od celu i warunków zlecenia.
3. Dobierać media i środki reklamowe w zależności od celu, podmiotu, przedmiotu, sposobów finansowania, treści przekazu i metod oddziaływania na klienta.
4. Kontrolować możliwości wykorzystania mediów w zależności od ich zasięgu, planowanej częstotliwości emisji i warunków zlecenia.
5. Opracowywać projekt wybranych środków reklamowych – ulotki, broszury, plakatu, etykiety, folderu, spotu itp. – w zależności od celu, warunków zlecenia i mediów.
6. Opracowywać harmonogram realizacji działań reklamowych z uwzględnieniem preferencji zlecniodawców i możliwości zaangażowanych mediów.
7. Sporządzać dokumenty związane z przygotowaniem, wykonaniem i sprzedażą produktów reklamowych.

**Niezbędne wyposażenie stanowiska do wykonania zadania egzaminacyjnego:**

Stanowisko komputerowe: komputer podłączony do sieci lokalnej, drukarka sieciowa kolor format A3.  
Oprogramowanie: pakiet biurowy (edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny, program do prezentacji), edytor graficzny do opracowywania środków reklamy, pakiet do składu komputerowego. Materiały do przygotowania środków reklamowych. Apteczka.