**TECHNIK REKLAMY 333907**

**KWALIFIKACJE WYODRĘBNIONE w ZAWODZIE**

PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego

PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową

**CELE KSZTAŁCENIA**

Absolwent szkoły prowadzącej kształcenie w zawodzie technik reklamy powinien być przygotowany do

wykonywania zadań zawodowych:

1) w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego:

a) przygotowania elementów strategii reklamowej,

b) przygotowania elementów kreacji reklamowej,

c) produkcji reklamy;

2) w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

a) planowania kampanii reklamowej,

b) organizowania sprzedaży reklamowej,

c) realizowania kampanii reklamowej,

d) badania przekazu reklamowego.

**EFEKTY KSZTAŁCENIA I KRYTERIA WERYFIKACJI TYCH EFEKTÓW**

Do wykonywania zadań zawodowych w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego

niezbędne jest osiągnięcie niżej wymienionych efektów kształcenia:

|  |
| --- |
| PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego |
| PGF.07.1. Bezpieczeństwo i higiena pracy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) posługuje się pojęciami z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska | 1) wymienia przepisy prawa dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska2) wymienia regulacje wewnątrzzakładowe związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią3) wyjaśnia pojęcia: choroba zawodowa, wypadek przy pracy4) rozróżnia znaki informacyjne związane z przepisami ochrony przeciwpożarowej5) wskazuje zasady postępowania na wypadek pożaru w miejscu pracy6) identyfikuje zastosowanie gaśnic po znormalizowanych oznaczeniach literowych7) wskazuje zasady recyklingu zużytych części urządzeń biurowych i wyposażenia |
| 2) charakteryzuje zadania i uprawnienia instytucji oraz służb działających w zakresie ochrony pracy i ochrony środowiska | 1) wymienia instytucje i służby działające w zakresie ochrony pracy i ochrony środowiska2) wymienia zadania i uprawnienia instytucji i służb działających w zakresie ochrony pracy i ochrony środowiska |
| 3) określa prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy | 1) rozróżnia rodzaje profilaktycznych badań lekarskich2) rozróżnia rodzaje obligatoryjnych szkoleń3) identyfikuje system kar dla pracownika z tytułu nieprzestrzegania przepisów bezpieczeństwa i higieny w trakcie wykonywania pracy4) wskazuje obowiązki pracownika i pracodawcy w zakresie zapobiegania wypadkom przy pracy i chorobom zawodowym3) rozróżnia rodzaje świadczeń z tytułu wypadku przy pracy i chorób zawodowych |

|  |  |
| --- | --- |
| 4) określa skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka | 1) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników chemicznych na organizm człowieka2) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników biologicznych na organizm człowieka3) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników psychofizycznych na organizm człowieka4) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników niebezpiecznych i uciążliwych na organizm człowieka |
| 5) stosuje środki techniczne i ochrony zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych | 1) wskazuje środki ochrony zabezpieczające przed hałasem2) określa wymagania w zakresie oświetlenia, temperatury i mikroklimatu pomieszczeń3) rozpoznaje środki ochrony zapobiegające porażeniu prądem4) rozpoznaje środki ochrony zapobiegające pogorszeniu wzroku i zniekształceniu kręgosłupa5) rozpoznaje środki ochrony zapobiegające upadkom6) stosuje środki ochrony zapobiegające porażeniu prądem7) stosuje środki ochrony zapobiegające pogorszeniu wzroku i zniekształceniu kręgosłupa8) stosuje środki ochrony zapobiegające upadkom |
| 6) organizuje stanowisko pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami i zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska | 1) korzysta z instrukcji obsługi urządzeń podczas wykonywania zadań zawodowych2) wskazuje właściwe zachowania podczas pracy z urządzeniami biurowymi podłączonymi do sieci elektrycznej3) identyfikuje czynniki, które należy brać pod uwagę podczas organizacji przestrzeni biurowej zgodnie z zasadami ergonomii4) określa wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy siedzącej5) określa wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy przy komputerze6) wskazuje obowiązki pracodawcy w zakresie organizacji czasu pracy dla pracownika pracującego na stanowisku komputerowym7) wskazuje sytuacje grożące pożarem na stanowisku pracy |
| 7) udziela pierwszej pomocy w stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego | 1) opisuje podstawowe symptomy wskazujące na stany nagłego zagrożenia zdrowotnego2) ocenia sytuację poszkodowanego na podstawie analizy objawów obserwowanych u poszkodowanego3) zabezpiecza siebie, poszkodowanego i miejsce wypadku4) układa poszkodowanego w pozycji bezpiecznej5) powiadamia odpowiednie służby6) prezentuje udzielanie pierwszej pomocy w urazowych stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego, np. krwotok, zmiażdżenie, amputacja, złamanie, oparzenie7) prezentuje udzielanie pierwszej pomocy w nieurazowych stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego, np. omdlenie, zawał, udar8) wykonuje resuscytację krążeniowo-oddechową na fantomie zgodnie z wytycznymi Polskiej Rady Resuscytacji i Europejskiej Rady Resuscytacji |
| PGF.07.2. Podstawy reklamy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |

|  |  |
| --- | --- |
| 1) posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy | 1) wyjaśnia podstawowe pojęcia z zakresu reklamy: branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, GRP(Gross Rating Point), CTR (click through rate), ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) B2B (business to business) B2C (business- to-consumer) |
| 2) charakteryzuje usługi reklamowe | 1) podaje przykłady usług reklamowych, w tym stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki, stworzenie projektu graficznego2) wymienia cechy charakterystyczne wybranej usługi reklamowej |
| 3) charakteryzuje media i formy reklamy | 1) podaje cechy charakterystyczne poszczególnych mediów, takich jak: telewizja, kino, internet i prasa2) wymienia formy reklamy charakterystyczne dla danego medium, np. audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (jingiel), banner na fanpage’u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu |
| 4) charakteryzuje rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą | 1) wymienia rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą: agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja mediowa i dom produkcyjny2) opisuje zakres działalności podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą |
| 5) charakteryzuje struktury organizacyjne specyficzne dla agencji reklamowej | 1) wymienia działy w agencji reklamowej w tym obsługi klienta, strategii, kreacji, produkcji2) opisuje zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej |
| 6) określa rolę reklamy w działaniach biznesowych i marketingowych | 1) określa zadania reklamy w biznesie i marketingu2) określa cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych3) analizuje potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych |
| 7) określa funkcję reklamy w kontekście polityczno-społecznym | 1) rozróżnia reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki |
| 8) określa znaczenie branży reklamowej w gospodarce | 1) opisuje udział reklamy w budowaniu wyników makroekonomicznych2) wskazuje funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi |
| 9) charakteryzuje instytucje branży reklamowej | 1) wymienia organizacje branżowe, np. Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, Rada Etyki Mediów, International Advertising Association2) identyfikuje główne obszary działania organizacji branżowych, takich jak: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Związek Stowarzyszeń, Rada Reklamy, Rada Etyki Mediów, International Advertising Association3) podaje przykłady najważniejszych konkursów branżowych: Cannes Lions, KTR– konkurs kreatywności, EFFIE (Effie Awards) –konkurs efektywności |
| 10) charakteryzuje narzędzia promocji | 1) wyjaśnia znaczenie narzędzi promocji2) rozróżnia typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations)i promocja sprzedaży3) klasyfikuje narzędzia promocji |

|  |  |
| --- | --- |
| 11) rozpoznaje właściwe normy i procedury oceny zgodności podczas realizacji zadań zawodowych | 1) wymienia cele normalizacji krajowej2) wyjaśnia, czym jest norma i wymienia cechy normy3) rozróżnia oznaczenie normy międzynarodowej, europejskiej i krajowej4) korzysta ze źródeł informacji dotyczących norm i procedur oceny zgodności |
| PGF.07.3. Posługiwanie się zasadami tworzenia przekazu reklamowego |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) charakteryzuje przekaz reklamowy | 1) wymienia elementy przekazu reklamowego, np. główny komunikat, korzyści produktowe, argumenty sprzedażowe, symbole2) określa perswazyjną funkcję przekazu reklamowego3) wymienia typy argumentów używanych w przekazie reklamowym: racjonalne i emocjonalne4) rozróżnia argumenty racjonalne i emocjonalne używane w przekazach reklamowym5) określa znaczenie przekazu reklamowego w procesie zwiększania wartości marki |
| 2) charakteryzuje zasady tworzenia przekazu reklamowego | 1) wymienia zasady tworzenia przekazu reklamowego: określenie treści, struktury, kształtu przekazu2) wymienia cechy przekazu reklamowego, np. atrakcyjność, sugestywność, zapamiętywalność, oryginalność, adekwatność dla odbiorców, etyczność3) wymienia etapy tworzenia przekazu reklamowego, np. strategia komunikacji, opracowanie idei przewodniej (big idea), opracowanie konkretnej reklamy |
| 3) tworzy strategię przekazu reklamowego | 1) opisuje specyfikę planowania strategicznego: długoterminowość, orientacja na cele, efektywność2) określa cele komunikacji i sposoby ich realizacji przez reklamę3) określa sposoby mierzenia postępów w realizacji strategii4) omawia elementy kluczowe dla efektywności przekazu reklamowego, np. spójność działań, konsekwencja, koncentracja środków |
| 4) definiuje odbiorców przekazu reklamowego (grupę docelową) | 1) wymienia kryteria opisu grupy docelowej: demografia, socjografia, styl życia, zachowania zakupowe2) opisuje cechy grupy docelowej niezbędne dla zbudowania perswazyjnej komunikacji, np. motywacje, potrzeby, nastawienie wobec marki |
| 5) tworzy listę wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (brief kreatywny) | 1) wymienia elementy struktury briefu, np. wyzwanie, otoczenie biznesowe, cele komunikacyjne, grupa docelowa, główny przekaz, argumentacja, spodziewana reakcja, tonalność2) określa zawartość elementów briefu3) spisuje wytyczne dla planowanych działań reklamowych |
| PGF.07.4. Stosowanie technik wytwarzania elementów przekazu reklamowego |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) stosuje zasady tworzenia tekstów reklamowych | 1) rozróżnia rodzaje i funkcje tekstu reklamowego, np. tytuł, body copy, slogan, Voice Over, reklama audio, post na portalu społecznościowym2) dobiera formę tekstu reklamowego do treści przekazu3) tworzy teksty reklamowe, np. tytuł, body copy, slogan, Voice Over, reklama audio, post na portal społecznościowy, reklama AdWords |

|  |  |
| --- | --- |
| 2) stosuje zasady projektowania graficznego | 1) dobiera formę do treści przekazu2) posługuje się zasadami kompozycji3) dobiera kolorystykę projektu |
| 3) stosuje techniki wykonywania elementów identyfikacji wizualnej | 1) rozróżnia elementy identyfikacji wizualnej, np. logo, sygnet, logotyp, piktogram, brand book2) dobiera formę elementów identyfikacji wizualnej do treści przekazu3) wykonuje elementy identyfikacji wizualnej |
| 4) stosuje reklamy drukowane | 1) rozróżnia formy reklamy drukowanej, np. ogłoszenie prasowe, plakat, opakowanie, druk bezadresowy lub adresowy, ulotka, kalendarz, zaproszenie2) dobiera formę reklamy drukowanej do treści przekazu |
| 5) stosuje zasady typografii | 1) wymienia rodzaje fontów2) dobiera rodzaj, charakter i wielkość fontów do układu graficznego i charakteru prezentowanych treści |
| 6) stosuje techniki grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego | 1) rozróżnia rodzaje grafiki komputerowej2) dobiera programy i narzędzia do wykonywania grafiki komputerowej3) dobiera formę grafiki komputerowej do treści przekazu reklamowego4) wykonuje obiekty grafiki komputerowej5) wykonuje kompozycje graficzno-tekstowe |
| 7) stosuje techniki fotograficzne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego | 1) stosuje zasady przygotowywania fotografii do poszczególnych mediów: druk, fotografia w mediach cyfrowych – online, fotografia w mediach ruchomych2) dobiera styl zdjęcia do przekazu reklamowego3) dobiera sprzęt do wykonania fotografii reklamowej4) wykonuje fotografie do reklamy5) dokonuje retuszu cyfrowego fotografii |
| 8) stosuje techniki multimedialne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego | 1) rozróżnia formy reklamy audio, np. reklama radiowa, podcast, digital audio2) rozróżnia formy reklamy wideo, np. reklama telewizyjna, reklama kinowa, film interaktywny, teledysk, czołówka serialu lub filmu, reklama online wideo, reklama wykorzystująca rzeczywistość VR (Virtual reality)3) dobiera formę reklamy multimedialnej do przekazu reklamowego4) wykonuje scenariusz reklamy audio5) wykonuje storyboard i shootingboard filmu reklamowego6) wykonuje reklamę radiową7) wykonuje reklamę wideo |
| 9) wykorzystuje media cyfrowe w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego | 1) rozróżnia formy reklamy cyfrowej w mediach, np. strona www, kampania online, użycie platform społecznościowych, urządzenia mobilne2) dobiera formy reklamy cyfrowej do treści przekazu3) opisuje specyfikę tworzenia przekazu dostosowanego do urządzeń mobilnych4) zamieszcza elementy przekazu reklamowego na witrynach internetowych, w tym na platformach społecznościowych5) zamieszcza elementy przekazu reklamowego w mediach społecznościowych6) zamieszcza elementy przekazu reklamowego na portalach internetowych7) opisuje sposoby budowania baz odbiorców komunikacji e-mail8) opisuje sposoby segmentacji odbiorców e-mail |

|  |  |
| --- | --- |
|  | 9) wysyła e-mail do bazy odbiorców za pomocą specjalistycznych narzędzi |
| PGF.07.5. Wykonywanie projektów reklamy zgodnie z wytycznymi |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) wykonuje projekty reklamy zewnętrznej | 1) wymienia rodzaje reklamy zewnętrznej2) dobiera adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej3) wykonuje reklamę zewnętrzną, np. ambient, billboard, event, marketing doświadczeń, materiały i instalacje w punkcie sprzedaży, na ekranach cyfrowych |
| 2) posługuje się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy | 1) odczytuje szkic, makietę, projekt2) odczytuje informacje z briefu niezbędne do wykonania projektów reklamy3) odczytuje dokumentację technologiczną4) ustala parametry technologiczne wyrobu5) przygotowuje kalkulację wykonania reklamy |
| 3) wykonuje projekty reklamy do umieszczenia w mediach cyfrowych | 1) wykonuje elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej2) wykonuje elementy przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych3) wykonuje elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na portalach internetowych4) wykonuje elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych: sklep internetowy, platforma aukcyjna5) wykonuje elementy przekazu, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie: e-mailing, urządzenie mobilne |
| PGF.07.6. Język obcy zawodowy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) posługuje się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych:a) ze stanowiskiem pracy i jego wyposażeniemb) z głównymi technologiami stosowanymi w danym zawodziec) z dokumentacją związaną z danym zawodemd) z usługami świadczonymi w danym zawodzie | 1) rozpoznaje oraz stosuje środki językowe umożliwiające realizację czynności zawodowych w zakresie:a) czynności wykonywanych na stanowisku pracy, w tym związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa i higieny pracyb) narzędzi, maszyn, urządzeń i materiałów koniecznych do realizacji czynności zawodowychc) procesów i procedur związanych z realizacją zadań zawodowychd) formularzy, specyfikacji oraz innych dokumentów związanych z wykonywaniem zadań zawodowyche) świadczonych usług, w tym obsługi klienta |
| 2) rozumie proste wypowiedzi ustne artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie języka obcego nowożytnego, a także proste wypowiedzi pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych:a) rozumie proste wypowiedzi ustne dotyczące czynności zawodowych (np. rozmowy, wiadomości, komunikaty, instrukcje lub filmy instruktażowe, prezentacje), artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie językab) rozumie proste wypowiedzi pisemne dotyczące czynności zawodowych (np. | 1) określa główną myśl wypowiedzi lub tekstu lub fragmentu wypowiedzi lub tekstu2) znajduje w wypowiedzi lub tekście określone informacje3) rozpoznaje związki między poszczególnymi częściami tekstu4) układa informacje w określonym porządku |

|  |  |
| --- | --- |
| napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) |  |
| 3) samodzielnie tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych:a) tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne dotyczące czynności zawodowych (np. polecenie, komunikat, instrukcję)b) tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi pisemne dotyczące czynności zawodowych (np. komunikat, e-mail, instrukcję, wiadomość, CV, list motywacyjny, dokument związany z wykonywanym zawodem – według wzoru) | 1) opisuje przedmioty, działania i zjawiska związane z czynnościami zawodowymi,2) przedstawia sposób postępowania w różnych sytuacjach zawodowych (np. udziela instrukcji, wskazówek, określa zasady)3) wyraża i uzasadnia swoje stanowisko4) stosuje zasady konstruowania tekstów o różnym charakterze5) stosuje formalny lub nieformalny styl wypowiedzi adekwatnie do sytuacji |
| 4) uczestniczy w rozmowie w typowych sytuacjach związanych z realizacją zadań zawodowych – reaguje w języku obcym nowożytnym w sposób zrozumiały, adekwatnie do sytuacji komunikacyjnej, ustnie lub w formie prostego tekstu:a) reaguje ustnie (np. podczas rozmowy z innym pracownikiem, klientem, kontrahentem, w tym rozmowy telefonicznej) w typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowychb) reaguje w formie prostego tekstu pisanego (np. wiadomość, formularz, e-mail, dokument związany z wykonywanym zawodem) w typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowych | 1) rozpoczyna, prowadzi i kończy rozmowę2) uzyskuje i przekazuje informacje i wyjaśnienia3) wyraża swoje opinie i uzasadnia je, pyta o opinie, zgadza się lub nie zgadza z opiniami innych osób4) prowadzi proste negocjacje związane z czynnościami zawodowymi5) pyta o upodobania i intencje innych osób6) proponuje rozwiązania związane z realizacją czynności zawodowych7) stosuje zwroty i formy grzecznościowe,8) dostosowuje styl wypowiedzi do sytuacji |
| 5) zmienia formę przekazu ustnego lub pisemnego w języku obcym nowożytnym w typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowych | 1) przekazuje w języku obcym nowożytnym informacje zawarte w materiałach wizualnych (np. wykresach, symbolach, piktogramach, schematach) oraz audiowizualnych (np. filmach instruktażowych)2) przekazuje w języku polskim informacje sformułowane w języku obcym nowożytnym3) przekazuje w języku obcym nowożytnym informacje sformułowane w języku polskim lub w tym języku obcym nowożytnym4) przedstawia publicznie w języku obcym nowożytnym wcześniej opracowany materiał, np. prezentację |

|  |  |
| --- | --- |
| 6) wykorzystuje strategie służące doskonaleniu własnych umiejętności językowych oraz podnoszące świadomość językową:a) wykorzystuje techniki samodzielnej pracy nad językiemb) współdziała w grupiec) korzysta ze źródeł informacji w języku obcym nowożytnymd) stosuje strategie komunikacyjne i kompensacyjne | 1) korzysta ze słownika dwujęzycznego i jednojęzycznego2) współdziała z innymi osobami, realizując zadania językowe3) korzysta z tekstów w języku obcym nowożytnym, również za pomocą technologii informacyjno- komunikacyjnych4) identyfikuje słowa klucze, internacjonalizmy5) wykorzystuje kontekst (tam, gdzie to możliwe), aby w przybliżeniu określić znaczenie słowa6) upraszcza (jeżeli to konieczne) wypowiedź, zastępuje nieznane słowa innymi, wykorzystuje opis, środkiniewerbalne |
| PGF.07.7. Kompetencje personalne i społeczne |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) przestrzega zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami w środowisku pracy | 1) rozpoznaje formy i rodzaje komunikacji2) identyfikuje zasady dobrej komunikacji bezpośredniej, np. zasady chronomiki, mimika twarzy, kontakt wzrokowy, gesty, wygląd zewnętrzny, postawa ciała, dotyk, zasady proksemiki, spójności przekazu werbalnego z niewerbalnym, techniki skutecznego słuchania3) wskazuje bariery w komunikowaniu się4) identyfikuje kanały przekazywania informacji, np. korespondencja papierowa i elektroniczna, kontakt bezpośredni i rozmowy telefoniczne, kontakt niewerbalny5) używa form grzecznościowych w komunikacji pisemnej i ustnej6) rozpoznaje zasady budowania dobrych relacji międzyludzkich w pracy biurowej7) rozpoznaje zasady etyczne w pracy biurowej, np, powiernictwo, dobro klienta, odpowiedzialność moralna8) przyjmuje odpowiedzialność za powierzone informacje zawodowe9) wskazuje przepisy prawa związane z ochroną własności intelektualnej10) rozpoznaje kategorie własności intelektualnej występujące w pracy biurowej, np. bazy danych, prawa autorskie, know-how, autorskie dokumenty, znaki towarowe, licencje |
| 2) wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany | 1) rozpoznaje cechy osoby kreatywnej2) identyfikuje czynniki wpływające na kreatywność człowieka, np. osobowość, temperament, empatia, motywacja3) wyjaśnia znaczenie zmiany w życiu człowieka4) identyfikuje źródła zmian organizacyjnych5) porządkuje etapy wprowadzania zmiany6) wymienia przyczyny oporu wobec zmian w środowisku pracy |
| 3) planuje wykonanie zadania | 1) wymienia etapy planowania2) formułuje cel zgodnie z koncepcją wyznaczania celów w dziedzinie planowania3) sporządza listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania zadania4) grupuje zadania według kryterium ważności i pilności5) określa terminy wykonania zadań i rezerwy czasowe6) szacuje budżet planowanego zadania |

|  |  |
| --- | --- |
|  | 7) określa środki i narzędzia do wykonania zadań |
| 4) ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania | 1) wskazuje obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania2) identyfikuje przyczyny i skutki zachowań ryzykownych3) rozpoznaje przypadki naruszania norm i procedur postępowania |
| 5) współpracuje w zespole | 1) formułuje wnioski na podstawie opinii członków zespołu2) ustala warunki współpracy w zespole3) rozpoznaje zachowania destrukcyjne i hamujące współpracę w zespole4) rozpoznaje kluczowe role w zespole5) identyfikuje funkcje konfliktu w organizacji6) rozpoznaje sposoby rozwiązywania konfliktu w zespole |
| 6) stosuje techniki radzenia sobie ze stresem | 1) identyfikuje sytuacje wywołujące stres2) wskazuje przyczyny sytuacji stresowych w pracy biurowej3) rozpoznaje skutki stresu4) rozróżnia techniki radzenia sobie ze stresem |
| 7) aktualizuje wiedzę i doskonali umiejętności zawodowe | 1) wskazuje czynniki wpływające na rozwój zawodowy człowieka2) rozróżnia pojęcia kwalifikacje i kompetencje zawodowe3) identyfikuje elementy kompetencji zawodowych dla pracownika biurowego4) rozróżnia formy i metody doskonalenia zawodowego5) sporządza ścieżkę indywidualnej kariery zawodowej |
| PGF.07.8. Organizacja pracy małych zespołów |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań | 1) rozróżnia zadania indywidualne i zespołowe2) systematyzuje etapy procesu planowania pracy zespołu3) identyfikuje zadania cząstkowe4) identyfikuje zbiory zadań cząstkowych5) sporządza harmonogram realizacji zadania |
| 2) dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań | 1) grupuje zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania w zespole2) rozpoznaje kompetencje osób pracujących w zespole3) przydziela zadania według kompetencji członków zespołu |
| 3) kieruje wykonaniem przydzielonych zadań | 1) wymienia style kierowania2) dobiera styl kierowania do warunków i możliwości zespołu3) wydaje dyspozycje osobom realizującym poszczególne zadania4) identyfikuje czynniki motywacyjne5) rozpoznaje sposoby wzmacniania zachowań pracowników6) identyfikuje zasady efektywnego motywowania pracowników7) dobiera narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników8) rozróżnia poziomy delegowania uprawnień9) wskazuje korzyści z delegowania uprawnień |

|  |  |
| --- | --- |
| 4) monitoruje i ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań | 1) systematyzuje etapy oceny jakości wykonaniaprzydzielonych zadań2) kontroluje jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów3) udziela informacji zwrotnej |
| 5) wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy | 1) rozróżnia usprawnienia techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy2) identyfikuje obszary wymagające usprawnień3) wskazuje rozwiązania techniczne i organizacyjne poprawiające warunki i jakość pracy4) wskazuje czynności związane z wprowadzaniem zmian poprawiających warunki i jakość pracy w organizacji |

Do wykonywania zadań zawodowych w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową niezbędne jest osiągnięcie niżej wymienionych efektów kształcenia:

|  |
| --- |
| PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową |
| PGF.08.1. Bezpieczeństwo i higiena pracy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) określa skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka | 1) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników chemicznych na organizm człowieka2) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników biologicznych na organizm człowieka3) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników psychofizycznych na organizm człowieka4) rozpoznaje skutki oddziaływania czynników niebezpiecznych i uciążliwych na organizm człowieka5) wyjaśnia pojęcia choroba zawodowa, wypadek przypracy |
| 2) stosuje środki ochrony indywidualnej i zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych | 1) wskazuje środki ochrony zabezpieczające przed hałasem2) określa wymagania w zakresie oświetlenia, temperatury i mikroklimatu pomieszczeń3) stosuje środki ochrony zapobiegające porażeniu prądem4) stosuje środki ochrony zapobiegające pogorszeniu wzroku i zniekształceniu kręgosłupa5) stosuje środki ochrony zapobiegające upadkom |
| 3) organizuje stanowisko pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami i zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska | 1) identyfikuje czynniki, które należy brać pod uwagę podczas organizacji przestrzeni biurowej zgodnie z zasadami ergonomii2) określa wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy siedzącej3) określa wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy przy komputerze4) wskazuje zasady ergonomii koncepcyjnej w zakresie kształtowania urządzeń wykorzystywanych w pracy biurowej5) wskazuje obowiązki pracodawcy w zakresie organizacji czasu pracy dla pracownika pracującego przy komputerze6) wskazuje sytuacje grożące pożarem podczas pracy biurowej |

|  |  |
| --- | --- |
| 4) udziela pierwszej pomocy w stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego | 1) opisuje podstawowe symptomy wskazujące na stany zagrożenia zdrowia i życia2) ocenia sytuację poszkodowanego na podstawie analizy objawów obserwowanych u poszkodowanego3) zabezpiecza siebie, poszkodowanego i miejsce wypadku4) układa poszkodowanego w pozycji bezpiecznej5) powiadamia odpowiednie służby6) prezentuje udzielanie pierwszej pomocy w urazowych stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego, np. krwotok, zmiażdżenie, amputacja, złamanie, oparzenie7) prezentuje udzielanie pierwszej pomocy w nieurazowych stanach nagłego zagrożenia zdrowotnego, np. omdlenie, zawał, udar8) wykonuje resuscytację krążeniowo-oddechową na fantomie zgodnie z wytycznymi Polskiej Rady Resuscytacji i Europejskiej Rady Resuscytacji |
| PGF.08.2. Podstawy reklamy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy | 1) wyjaśnia podstawowe pojęcia z zakresu reklamy: branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, GRP(Gross Rating Point), CTR (click through rate), ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) B2B (5business to business) B2C (business-to- consumer) |
| 2) charakteryzuje usługi reklamowe | 1) podaje przykłady usług reklamowych, w tym stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki i stworzenie projektu graficznego2) wymienia cechy charakterystyczne wybranej usługi reklamowej |
| 3) charakteryzuje media i formy reklamy | 1) podaje cechy charakterystyczne poszczególnych mediów: telewizja, kino, internet, prasa, event, mobile2) wymienia formy reklamy charakterystyczne dla danego medium: audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (jingiel), banner na fanpage’u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu |
| 4) charakteryzuje rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą | 3) wymienia rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą: agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja mediowa i dom produkcyjny4) opisuje zakres działalności podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą |
| 5) charakteryzuje struktury organizacyjne specyficzne dla agencji reklamowej | 1) wymienia działy w agencji reklamowej, w tym obsługi klienta, strategii, kreacji, produkcji2) opisuje zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej |
| 6) określa rolę reklamy w działaniach biznesowych i marketingowych | 1) określa zadania reklamy w biznesie i marketingu2) określa cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych3) analizuje potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych |
| 7) określa funkcję reklamy w kontekście polityczno-społecznym | 1) rozróżnia reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki |

|  |  |
| --- | --- |
| 8) określa znaczenie branży reklamowej w gospodarce | 1) opisuje udział reklamy w budowaniu wyników makroekonomicznych2) wskazuje funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi |
| 9) charakteryzuje instytucje otoczenia branży reklamowej | 1) wymienia organizacje branżowe, w tym Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, Rada Etyki Mediów, International Advertising Association2) identyfikuje główne obszary działania organizacji branżowych, takich jak: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, Rada Etyki Mediów, International Advertising Association3) podaje przykłady najważniejszych konkursów branżowych: Cannes Lions, KTR– konkurs kreatywności, EFFIE (Effie Awards) – konkurs efektywnści |
| 10) charakteryzuje narzędzia promocji | 1) wyjaśnia znaczenie narzędzi promocji2) rozróżnia typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży3) klasyfikuje narzędzia promocji |
| 11) rozpoznaje właściwe normy i procedury oceny zgodności stosowane podczas realizacji zadań zawodowych | 1) wymienia cele normalizacji krajowej2) wyjaśnia, czym jest norma i wymienia cechy normy3) rozróżnia oznaczenie normy międzynarodowej, europejskiej i krajowej4) korzysta ze źródeł informacji dotyczących norm i procedur oceny zgodności |
| PGF.08.3. Planowanie kampanii reklamowej |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) stosuje techniki kreatywne w procesie powstawania reklamy | 1) wymienia przykłady technik twórczego myślenia2) stosuje techniki rozwijania umiejętności twórczych3) dobiera techniki twórczego myślenia do zadania w procesie tworzenia reklamy: strategia komunikacji, koncepcja kreatywna, tworzenie nowych nośników |
| 2) wykorzystuje wiedzę z zakresu psychologii reklamy | 1) wskazuje cechy komunikatów, np. spójny, dopasowany do odbiorcy, precyzyjny2) wymienia rodzaje komunikatów perswazyjnych: emocjonalny i racjonalny3) dokonuje analizy zachowania konsumenta4) wykorzystuje motywację emocjonalną odbiorcy reklamy w tworzeniu przekazu reklamowego5) wykorzystuje kolor i kształt jako narzędzie oddziaływania na psychikę odbiorcy reklamy6) dokonuje analizy znaczenia społeczno-kulturowego symboli |
| 3) przestrzega norm etycznych w działalności reklamowej | 1) wymienia zasady określone w kodeksie etyki reklamy2) stosuje normy etyczne w działalności reklamowej3) dokonuje analizy wykorzystania człowieka w reklamie przez pryzmat stosowanych archetypów kulturowych |
| 4) stosuje przepisy prawa w zakresie reklamy | 1) określa specyficzne dla branży reklamowej przepisy prawa2) stosuje przepisy prawa w zakresie reklamy3) określa specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego: sposoby korzystania z wizerunku, licencjonowanie, banki zdjęć |

|  |  |
| --- | --- |
| 5) opracowuje strategię komunikacji marki | 1) określa cele komunikacji i ich charakter, w tym cele wizerunkowe, sprzedażowe2) opisuje grupę docelową działań komunikacyjnych3) określa potrzebę konsumentów, w tym konsumencki insight4) określa główny przekaz reklamy5) określa komunikowane korzyści konsumenckie6) dobiera argumenty wspierające komunikowanie korzyści7) określa osobowość marki8) określa charakter i ton przekazu9) tworzy listę wytycznych (brief) |
| 6) opracowuje plan kampanii reklamowej | 1) definiuje cele reklamowe wynikające ze strategii marki i z celów marketingowych2) określa cele kampanii reklamowej3) tworzy strategie reklamowe na podstawie założonych celów4) planuje etapy kampanii reklamowej5) określa budżet kampanii reklamowej6) tworzy plan mediów7) optymalizuje parametry kampanii medialnej: budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu8) tworzy plan kampanii reklamowej |
| 7) sprzedaje zleceniodawcy kampanię reklamową | 1) dokonuje analizy potrzeb zleceniodawcy2) dokonuje syntezy potrzeb zleceniodawcy3) dokonuje analizy planu kampanii reklamowej w kontekście potrzeb zleceniodawcy4) przygotowuje prezentację sprzedażowej kampanii reklamowej dla zleceniodawcy5) przedstawia zleceniodawcy przygotowany dla niego projekt kampanii reklamowej6) uzasadnia projekt w świetle pytań i zarzutów zleceniodawcy |
| PGF.08.4. Realizowanie kampanii reklamowej |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) zarządza informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej | 1) gromadzi informacje w celu realizacji kampanii reklamowej2) dokonuje analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej3) syntetyzuje informacje w celu realizacji kampanii reklamowej4) udostępnia przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej |
| 2) zarządza procesem realizacji kampanii reklamowej | 1) określa zadania w ramach planu kampanii reklamowej2) rozdziela zadania w ramach kampanii zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem3) monitoruje postęp realizacji zadań4) weryfikuje jakość przygotowanych elementów kampanii reklamowej5) realizuje emisję kampanii reklamowej6) przygotowuje raport dla zleceniodawcy podsumowujący stan realizacji kampanii reklamowej |
| PGF.08.5. Dokonywanie analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |

|  |  |
| --- | --- |
| 1) planuje badania skuteczności i efektywności kampanii reklamowej | 1) rozróżnia pojęcia skuteczności (dotarcie) i efektywności (zmiana postaw) reklamy2) wymienia metody i techniki badań skuteczności i efektywności reklamy, w tym cati, cawi, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, desk research 3) dobiera metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej4) konfiguruje oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej |
| 2) opracowuje oraz interpretuje wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej | 1) przetwarza dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej2) dokonuje analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej3) dokonuje analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach cyfrowych: dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych4) interpretuje wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej5) ocenia skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników |
| 3) prezentuje wnioski z badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej | 1) przygotowuje wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji2) prezentuje wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej |
| 4) opisuje skuteczność i efektywność kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE | 1) planuje kolejność czynności związanych z przystąpieniem do konkursu efektywności EFFIE2) przygotowuje potencjalne zgłoszenie do konkursu efektywności EFFIE |
| PGF.08.6. Język obcy zawodowy |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) posługuje się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych) umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych:a) ze stanowiskiem pracy i jego wyposażeniemb) z głównymi technologiami stosowanymi w danym zawodziec) z dokumentacją związaną z danym zawodeme) z usługami świadczonymi w danym zawodzie | 1) rozpoznaje oraz stosuje środki językowe umożliwiające realizację czynności zawodowych w zakresie:a) czynności wykonywanych na stanowisku pracy, w tym związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa i higieny pracyb) narzędzi, maszyn, urządzeń i materiałówkoniecznych do realizacji czynności zawodowychc) procesów i procedur związanych z realizacją zadań zawodowychd) formularzy, specyfikacji oraz innych dokumentów związanych z wykonywaniem zadań zawodowyche) świadczonych usług, w tym obsługi klienta |

|  |  |
| --- | --- |
| 2) rozumie proste wypowiedzi ustne artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie języka obcego nowożytnego, a także proste wypowiedzi pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych:a) rozumie proste wypowiedzi ustne dotyczące czynności zawodowych (np. rozmowy, wiadomości, komunikaty, instrukcje lub filmy instruktażowe, prezentacje), artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie językab) rozumie proste wypowiedzi pisemne dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) | 1) określa główną myśl wypowiedzi lub tekstu lub fragmentu wypowiedzi lub tekstu2) znajduje w wypowiedzi lub tekście określone informacje3) rozpoznaje związki między poszczególnymi częściami tekstu4) układa informacje w określonym porządku |
| 3) samodzielnie tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych:a) tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne dotyczące czynności zawodowych (np. polecenie, komunikat, instrukcję)b) tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi pisemne dotyczące czynności zawodowych (np. komunikat, e-mail, instrukcję, wiadomość, CV, list motywacyjny, dokument związany z wykonywanym zawodem – według wzoru) | 1) opisuje przedmioty, działania i zjawiska związane z czynnościami zawodowymi2) przedstawia sposób postępowania w różnych sytuacjach zawodowych (np. udziela instrukcji, wskazówek, określa zasady)3) wyraża i uzasadnia swoje stanowisko4) stosuje zasady konstruowania tekstów o różnym charakterze5) stosuje formalny lub nieformalny styl wypowiedzi adekwatnie do sytuacji |
| 4) uczestniczy w rozmowie w typowych sytuacjach związanych z realizacją zadań zawodowych – reaguje w języku obcym nowożytnym w sposób zrozumiały, adekwatnie do sytuacji komunikacyjnej, ustnie lub w formie prostego tekstu:a) reaguje ustnie (np. podczas rozmowy z innym pracownikiem, klientem, kontrahentem, w tym rozmowy telefonicznej) w typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowych:b) reaguje w formie prostego tekstu pisanego (np. wiadomość, formularz, e-mail, dokument związany z wykonywanym zawodem) w typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowych | 1) rozpoczyna, prowadzi i kończy rozmowę2) uzyskuje i przekazuje informacje i wyjaśnienia3) wyraża swoje opinie i uzasadnia je, pyta o opinie, zgadza się lub nie zgadza z opiniami innych osób4) prowadzi proste negocjacje związane z czynnościami zawodowymi5) pyta o upodobania i intencje innych osób6) proponuje, zachęca7) stosuje zwroty i formy grzecznościowe8) dostosowuje styl wypowiedzi do sytuacji |
| 5) zmienia formę przekazu ustnego lub pisemnego w języku obcym nowożytnym typowych sytuacjach związanych z wykonywaniem czynności zawodowych | 1) przekazuje w języku obcym nowożytnym informacje zawarte w materiałach wizualnych (np. wykresach, symbolach, piktogramach, schematach) oraz audiowizualnych (np. filmach instruktażowych)2) przekazuje w języku polskim informacje sformułowane w języku obcym nowożytnym3) przekazuje w języku obcym nowożytnym informacje sformułowane w języku polskim lub tym języku obcym nowożytnym4) przedstawia publicznie w języku obcym nowożytnym wcześniej opracowany materiał, (np. prezentację) |

|  |  |
| --- | --- |
| 6) wykorzystuje strategie służące doskonaleniu własnych umiejętności językowych oraz podnoszące świadomość językową:a) wykorzystuje techniki samodzielnej pracy nad językiemb) współdziała w grupiec) korzysta ze źródeł informacji w języku obcym nowożytnymd) stosuje strategie komunikacyjne i kompensacyjne | 1) korzysta ze słownika dwujęzycznego i jednojęzycznego2) współdziała z innymi osobami, realizując zadania językowe3) korzysta z tekstów w języku obcym nowożytnym, również za pomocą technologii informacyjno- komunikacyjnych4) identyfikuje słowa klucze i internacjonalizmy5) wykorzystuje kontekst (tam, gdzie to możliwe), aby w przybliżeniu określić znaczenie słowa6) upraszcza (jeżeli to konieczne) wypowiedź, zastępuje nieznane słowa innymi, wykorzystuje opis, środki niewerbalne |
| PGF.08.7. Kompetencje personalne i społeczne |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) przestrzega zasad kultury osobistej i etyki w środowisku pracy | 1) identyfikuje zasady dobrej komunikacji bezpośredniej, np. zasady chronomiki, mimika twarzy, kontakt wzrokowy, gesty, wygląd zewnętrzny, postawa ciała, dotyk, zasady proksemiki, spójności przekazu werbalnego z niewerbalnym, techniki skutecznego słuchania2) identyfikuje kanały przekazywania informacji w biurze, np. korespondencja papierowa i elektroniczna, kontakt bezpośredni i rozmowy telefoniczne, kontakt niewerbalny3) używa form grzecznościowych w komunikacji pisemnej i ustnej4) rozpoznaje zasady budowania dobrych relacji międzyludzkich w pracy biurowej5) rozpoznaje zasady etyczne w pracy, np. powiernictwo, dobro klienta i odpowiedzialność moralna6) przyjmuje odpowiedzialność za powierzone informacje zawodowe7) wskazuje przepisy prawa związane z ochroną własności intelektualnej8) rozpoznaje kategorie własności intelektualnej występujące w pracy biurowej, np. bazy danych, prawa autorskie, know-how, autorskie dokumenty, znaki towarowe i licencje |
| 2) wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany | 1) rozpoznaje cechy osoby kreatywnej2) identyfikuje czynniki wpływające na kreatywność człowieka, np. osobowość, temperament, empatia, motywacja3) wyjaśnia znaczenie zmiany w życiu człowieka4) identyfikuje źródła zmian organizacyjnych5) porządkuje etapy wprowadzania zmiany6) identyfikuje metody przezwyciężania oporu przy wprowadzaniu zmian w organizacji |
| 3) planuje wykonanie zadania | 1) wymienia etapy planowania2) formułuje cel zgodnie z koncepcją wyznaczania celów w dziedzinie planowania3) sporządza listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania zadania4) grupuje zadania według kryterium ważności i pilności5) określa terminy wykonania zadań i rezerwy czasowe6) szacuje budżet planowanego zadania7) określa środki i narzędzia do wykonania zadań |

|  |  |
| --- | --- |
| 4) ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania | 1) wskazuje obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania2) identyfikuje przyczyny i skutki zachowań ryzykownych3) rozpoznaje przypadki naruszania norm i procedur postępowania |
| 5) współpracuje w zespole | 1) formułuje wnioski na podstawie opinii członków zespołu2) ustala warunki współpracy w zespole3) rozpoznaje zachowania destrukcyjne i hamujące współpracę w zespole4) rozpoznaje kluczowe role w zespole5) identyfikuje funkcje konfliktu w organizacji6) rozpoznaje sposoby rozwiązywania konfliktu w zespole |
| 6) stosuje techniki radzenia sobie ze stresem | 1) identyfikuje sytuacje wywołujące stres2) wskazuje przyczyny sytuacji stresowych w pracy biurowej3) rozpoznaje skutki stresu4) rozróżnia techniki radzenia sobie ze stresem |
| 7) aktualizuje wiedzę i doskonali umiejętności zawodowe | 1) wskazuje czynniki wpływające na rozwój zawodowy człowieka2) rozróżnia pojęcia: kwalifikacje i kompetencje zawodowe3) identyfikuje elementy kompetencji zawodowych dla pracownika biurowego4) rozróżnia formy i metody doskonalenia zawodowego5) sporządza ścieżkę indywidualnej kariery zawodowej |
| PGF.08.8. Organizacja pracy małych zespołów |
| Efekty kształcenia | Kryteria weryfikacji |
| Uczeń: | Uczeń: |
| 1) planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań | 1) rozróżnia zadania indywidualne i zespołowe2) systematyzuje etapy procesu planowania pracy zespołu3) identyfikuje zadania cząstkowe4) identyfikuje zbiory zadań cząstkowych5) sporządza harmonogram realizacji zadania |
| 2) dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań | 1) grupuje zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania2) rozpoznaje kompetencje osób pracujących w zespole3) przydziela zadania według kompetencji członków zespołu |
| 3) kieruje wykonaniem przydzielonych zadań | 1) wymienia style kierowania2) dobiera styl kierowania do warunków i możliwości zespołu3) identyfikuje zasady efektywnego motywowania zespołu4) dobiera narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników5) rozróżnia poziomy delegowania uprawnień6) wskazuje korzyści z delegowania uprawnień |
| 4) monitoruje i ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań | 1) systematyzuje etapy oceny jakości wykonania przydzielonych zadań2) kontroluje jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów3) udziela informacji zwrotnej |

5) wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy

1) rozróżnia usprawnienia techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy

2) identyfikuje obszary wymagające usprawnień

3) wskazuje rozwiązania techniczne i organizacyjne poprawiające warunki i jakość pracy

4) wskazuje czynności związane z wprowadzaniem zmian poprawiających warunki i jakość pracy w organizacji

**WARUNKI REALIZACJI KSZTAŁCENIA w ZAWODZIE TECHNIK REKLAMY**

Szkoła prowadząca kształcenie w zawodzie zapewnia pomieszczenia dydaktyczne z wyposażeniem odpowiadającym technologii i technice stosowanej w zawodzie, aby zapewnić osiągnięcie wszystkich efektów kształcenia określonych w podstawie programowej kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego oraz umożliwić przygotowanie absolwenta do wykonywania zadań zawodowych.

**Wyposażenie szkoły niezbędne do realizacji kształcenia w kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego**

Pracownia grafiki komputerowej i multimediów wyposażona w:

– stanowiska komputerowe dla nauczyciela i uczniów (jedno stanowisko dla jednego ucznia), podłączone

do sieci lokalnej z dostępem do internetu, z systemem operacyjnym,

- pakiet oprogramowania biurowego,

- oprogramowanie do tworzenia i obróbki grafiki komputerowej,

- oprogramowanie do obróbki zdjęć,

- oprogramowanie do obróbki audio i wideo,

- głośniki i mikrofon,

- projektor multimedialny (jeden na pracownię),

- sieciową drukarkę drukującą w kolorze w formacie A3 (jedna na pracownię),

- skaner (jeden na pracownię),

- kamery cyfrowe,

- cyfrowe aparaty fotograficzne,

- urządzenia do cyfrowej rejestracji audio,

- flipchart,

- literaturę zawodową.

- studia przypadków działań reklamowych

**Wyposażenie szkoły niezbędne do realizacji kształcenia w kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:**

Pracownia zarządzania kampanią reklamową wyposażona w:

– stanowiska komputerowe dla nauczyciela i uczniów (jedno stanowisko dla jednego ucznia), podłączone do sieci lokalnej z dostępem do internetu, z systemem operacyjnym, pakietem oprogramowania biurowego,

─ projektor multimedialny (jeden na pracownię),

─ sieciową drukarkę w kolorze w formacie A4 (jedna na pracownię),

─ skaner (jeden na pracownię),

─ flipchart,

─ literaturę zawodową.

Miejsce realizacji praktyk zawodowych: przedsiębiorstwa branży reklamowej, działy marketingu organizacji oraz inne podmioty stanowiące potencjalne miejsce zatrudnienia absolwentów szkół prowadzących kształcenie w zawodzie.

Liczba tygodni przeznaczonych na realizację praktyk zawodowych: 8 tygodni (280 godzin).

**MINIMALNA LICZBA GODZIN KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO DLA KWALIFIKACJI WYODRĘBNIONYCH w ZAWODZIE1)**

PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa jednostki efektów kształcenia | Liczba godzin |
| PGF.07.1. Bezpieczeństwo i higiena pracy | 30 |
| PGF.07.2. Podstawy reklamy | 120 |
| PGF.07.3. Posługiwanie się zasadami tworzenia przekazu reklamowego | 120 |
| PGF.07.4. Stosowanie technik wytwarzania elementów przekazu reklamowego | 210 |
| PGF.07.5. Wykonywanie projektów reklamy zgodnie z wytycznymi | 210 |
| PGF.07.6. Język obcy zawodowy | 30 |
| Razem | 720 |
| PGF.07.7. Kompetencje personalne i społeczne2) |
| PGF.07.8. Organizacja pracy małych zespołów2) |

|  |
| --- |
| PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową |
| Nazwa jednostki efektów kształcenia | Liczba godzin |
| PGF.08.1. Bezpieczeństwo i higiena pracy | 30 |
| PGF.08.2. Podstawy reklamy3) | 1203) |
| PGF.08.3. Planowanie kampanii reklamowej | 150 |
| PGF.08.4. Realizowanie kampanii reklamowej | 150 |
| PGF.08.5. Dokonywanie analizy skuteczności i efektywności kampaniireklamowej | 120 |
| PGF.08.6. Język obcy zawodowy | 30 |
| Razem | 480+1203) |
| PGF.08.7. Kompetencje personalne i społeczne2) |
| PGF.08.8. Organizacja pracy małych zespołów2) |

1) w szkole liczbę godzin kształcenia zawodowego należy dostosować do wymiaru godzin określonego w przepisach w sprawie ramowych planów nauczania dla publicznych szkół, przewidzianego dla kształcenia zawodowego w danym typie szkoły, zachowując minimalną liczbę godzin wskazanych w tabeli dla efektów kształcenia właściwych dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie.

2) Nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać uczniom

warunki do nabywania kompetencji personalnych i społecznych oraz umiejętności w zakresie organizacji pracy małych zespołów.

3) Wskazana jednostka efektów kształcenia nie jest powtarzana w przypadku, gdy kształcenie zawodowe odbywa się w szkole

prowadzącej kształcenie w tym zawodzie.