*Załącznik nr 1*

**PROGRAM PRAKTYKI**

|  |  |
| --- | --- |
| nazwa i symbol cyfrowy zawodu | **Technik Reklamy 333907**  |
| nazwa i symbol kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie | **Wykonywanie przekazu reklamowego PGF.07**  |
| stanowisko pracy | **Pracownik reklamy** |
| liczba godzin | 140 |
| dobowy wymiar godzin | 7 |
| tygodniowy wymiar godzin | 35 |

-------------------------------------------------------------------------------------------------------

nazwa pracodawcy

**Zespół Szkół Technicznych i Licealnych w Żaganiu**

-------------------------------------------------------------------------------------------------------

nazwa szkoły

-------------------------------------------------------------------------------------------------------

## imię i nazwisko uczestnika stażu

Zakres treści nauczania, wszystkie albo wybrane treści programu nauczania zawodu w zakresie praktycznej nauki zawodu realizowanego w szkole, do której uczęszcza Uczestnik stażu lub treści nauczania związane z nauczanym zawodem nieobjęte tym programem.

**1. Materiał kształcenia/ umiejętności ucznia:**

***Pracodawca powinien:***

Przeszkolić z zakresu zasad ochrony przeciwpożarowej i przeciwporażeniowej. Zapoznać z zasadami ogólnymi BHP oraz zasadami bezpieczeństwa pracy na wybranych stanowiskach pracy. Organizować stanowiska pracy oraz czynności związanych z realizacją zadania.

***Uczeń powinien:***

Stosować akty prawa związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią . Korzystać z instrukcji obsługi urządzeń technicznych podczas wykonywania pracy biurowej. Dobrać parametry pisma w celu osiągnięcia określonego efektu. Stosować zasady tworzenia przekazu reklamowego w tworzeniu tekstów reklamowych. Rozróżniać rodzaje i funkcje tekstu reklamowego (np. tytuł, body copy, slogan, VoiceOver, reklama audio, post na portalu społecznościowym). Wykonywać teksty reklamowe (np. tytuł, body copy, slogan, VoiceOver, reklama audio, post na portalu społecznościowym, reklama AdWords). Określić etapy strategii reklamowej. Zbierać informacje niezbędne do realizacji strategii reklamowej. Stworzyć strategię reklamową (napisać dokument) i określać sposoby mierzenia postępów w realizacji strategii. Określić budżet reklamowy.Wykonać elementy identyfikacji wizualnej.Wykonać elementy księgi znaku na podstawie określonych założeń. Wykonać projekt graficzny papieru firmowego zgodnie z założeniami. Dokonywać retuszu cyfrowego fotografii. Wykonać projekt billboardu, citylightu, bannera na postawie briefu kreatywnego. Wykonać banner na stronę www wg wytycznych technologicznych. Wykonać projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie wytycznych. Wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej. Wykonać elementy przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych i platformach sprzedażowych (np. sklep internetowy, platforma aukcyjna) Wykonać projekt reklamy przeznaczonej do prezentacji na wyświetlaczach i ekranach cyfrowych (telebimy, tablice led, ekrany cyfrowe itp.) wg wytycznych

**2. Kryteria weryfikacji:**

W trakcie praktyki uczniowie powinni prowadzić dziennik praktyki, dokumentując w nich przebieg praktyki. Zaliczenie praktyki powinno być potwierdzone w dzienniku praktyk przez opiekuna praktyk zawodowych na podstawie obserwacji czynności wykonywanych przez ucznia podczas realizacji zadań oraz sposobu prowadzenia dziennika praktyki zawodowej.

Ocena winna uwzględniać następujące kryteria:

 − dyscyplina,

 − samodzielność pracy,

 − jakość wykonanej pracy i prowadzonej dokumentacji,

 − przestrzeganie przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy