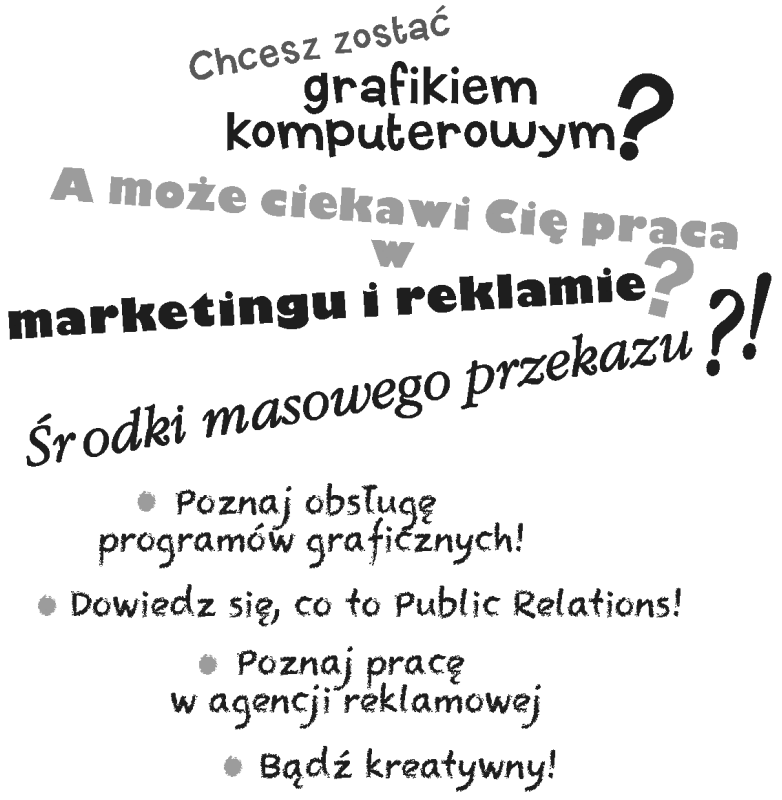
Kształcenie w tym zawodzie ma na celu przygotowanie do pracy w:
- dziale obsługi klienta,
- zespole do spraw zlecenia,
- dziale publikacji,
- dziale badań rynkowych,
- marketingu i reklamie,
- jako pracownik biura ogłoszeń środków masowego przekazu,
- jako specjalista ds. produkcji,
- jako specjalista ds. kontaktów z prasą i kształtowania opinii publicznej (**Public Relations),**
- projektowaniu graficznym (przy użyciu pakietu programów firmy Adobe) na potrzeby reklamy.

Technik reklamy to zawód szerokoprofilowany, który łączy w sobie wiedzę ekonomiczną, plastyczną, psychologiczną, lingwistyczną oraz informatyczną. Podstawowym celem kształcenia w tym zawodzie jest przygotowanie absolwenta do organizowania oraz prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych, organizowania oraz prowadzenia kampanii reklamowej, a także projektowania oraz wykonywania środków reklamowych. Po skończeniu szkoły, technik reklamy będzie ekspertem w:

- przygotowywanie elementów strategii reklamowej,
- przygotowanie elementów kreacji reklamowej,
- produkcja reklamy,
- planowanie kampanii reklamowej,
- organizowanie sprzedaży reklamowej,
- realizowanie kampanii reklamowej,
- badanie przekazu reklamowego.

Absolwenci kierunku mogą być zatrudniani w agencjach reklamowych, biurach ogłoszeń, mediach, agencjach, studiach graficznych i drukarniach. Mogą również podjąć pracę jako specjaliści d/s kontaktów z prasą i kształtowania opinii publicznej w prasie, radiu i telewizji lub prowadzić działalność gospodarczą na własny rachunek.

Należy podkreślić, że rynek reklamy w Polsce znajduje się wciąż w fazie rozwoju. Nowopowstające firmy, jak również istniejące już na rynku, zainteresowane są zatrudnieniem specjalistów związanych z organizacją reklamy. Praca w reklamie jest pracą ciekawą, kreatywną oraz stwarzającą ciągle nowe wyzwania. Jest to zawód, w którym ogromne znaczenie ma kształcenie przez całe życie, dlatego uczący musi mieć świadomość ciągłej aktualizacji wiedzy i doskonalenia własnych umiejętności zawodowych.



Po skończonej szkole będziesz umiał:

- organizować sesje fotograficzne i filmowe na potrzeby reklamy,
- przygotowywać produkcje filmów reklamowych i reklam radiowych,
- organizować produkcje dźwiękowych nagrań reklamowych,
- planować, rezerwować i dokonywać zakupu powierzchni i czasu reklamowego w różnych rodzajach mediów,
- testować projekty i przekazy reklamowe przed ich publikacją,
- oceniać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej,
- tworzyć wizualizacje, identyfikacje firm i produktów (znaki graficzne i logotypy),
- tworzyć teksty, slogany reklamowe i scenariusze reklam radiowych i telewizyjnych,
- obsługiwać programy graficzne: Ilustrator, Photoshop, CorelDraw,
- organizować działalność wystawienniczą oraz sprzedaż reklamy,
- organizować promocje sprzedaży towarów i usług reklamowych,
- współpracować z klientami, firmami polskimi i zagranicznymi,
- oceniać komunikacyjną, artystyczną i estetyczną wartość przygotowanych reklam,
- sporządzać budżet kampanii reklamowej,
- pozyskiwać informacje o aktualnych trendach w reklamie,
- porozumiewać się w języku obcym w zakresie niezbędnym do wykonywania zadań zawodowych,
- przestrzegać przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska,
- organizować stanowisko pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii,
- przestrzegać przepisów prawa dotyczących działalności gospodarczej,
- przestrzegać przepisów prawa dotyczących wykonywanych zadań zawodowych,
- udzielać pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy,
- kierować zespołem pracowników,
- korzystać z różnych źródeł informacji oraz z doradztwa specjalistycznego,
- przygotować projekt z uwzględnieniem różnych technik druku.

Zawód przeznaczony jest dla osób:

- komunikatywnych,
- kreatywnych, ale cierpliwych,
- cechujących się umiejętnością przekonywania i negocjowania,
- otwartych na nowe doświadczenia,
- odpowiedzialnych i systematycznych w działaniu,
- stosujących się do zasad prawa, etyki i kultury zawodowej,
- posiadających zdolność koncentracji i podzielność uwagi,
- spostrzegawczych,
- łatwo nawiązujących kontakty,
- cechujących się umiejętnością prowadzenia negocjacji,
- operatywnych w działaniu,
- cechujących się wrażliwością artystyczną i zmysłem plastycznym,
- posiadających nie tylko kompetencje twarde (wiedzę), ale również miękkie,
- posiadających umiejętności organizatorskie oraz pracy w zespole,
- cechujących się wysoka kulturą osobistą, uczciwością,
- otwartych na innowacje organizacyjno-techniczne i technologiczne,
- gotowych do stałego podnoszenia swoich kwalifikacji.

Do podjęcia nauki na tym kierunku zachęcamy wszystkich zainteresowanych kształceniem w branży poligraficznej. Nauka trwa 5 lat. W klasie trzeciej i czwartej uczniowie odbywają 4 – tygodniowe praktyki zawodowe w renomowanych jednostkach organizacyjnych.

Absolwent otrzymuje świadectwo ukończenia szkoły. **Może przystąpić do egzaminu maturalnego.**

Po zdaniu egzaminu maturalnego może kontynuować naukę na wyższej uczelni.

Szkoła przygotowuje ucznia do zdawania egzaminu zawodowego kwalifikacjami - etapami.

Nasza szkoła jest ośrodkiem egzaminacyjnym i organizuje egzaminy dla naszych absolwentów.

Po zdaniu egzaminu z danej kwalifikacji, zdający otrzyma nowy dokument - świadectwo potwierdzające kwalifikację w zawodzie. Osoba, która zdobędzie świadectwa potwierdzające uzyskanie kwalifikacji PGF.07. i PGF.08. oraz ukończy szkołę, otrzyma dyplom potwierdzający kwalifikacje zawodowe w wyuczonym zawodzie oraz certyfikowane suplementy do dyplomu (**Europass**) w języku polskim i angielskim umożliwiające podjęcie pracy w zawodzie nawet za granicą.

W zawodzie technik reklamy kształcimy w dwóch kwalifikacjach:

- **PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego**
- **PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową.**

Absolwent szkoły kształcącej w zawodzie technik reklamy będzie przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- przygotowania oferty produktów i usług reklamowych,
- prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych,
- organizacji i prowadzenia kampanii reklamowej,
- tworzenia przekazu reklamowego,
- projektowania środków reklamowych,
- tworzenia planu medialnego,

- przygotowywania środków reklamowych,
- badania skuteczności reklamy,
- podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej.