

## Zmiany w informatorze technik organizacji reklamy 342[01]

Strona 13 punkt 1.1. otrzymuje brzmienie:

### **1.1. stosować pojęcia i terminy z zakresu marketingu, kompozycji, liternictwa i historii reklamy,**

czyli:

- *stosować pojęcia i terminy z zakresu marketingu, kompozycji, liternictwa i historii reklamy.*

#### **Przykładowe zadanie 1.**

Biorąc pod uwagę model oddziaływania reklamy AIDA, należy tak skonstruować przekaz reklamowy nowej marki perfum, aby zwrócić uwagę konsumenta

- A. i zainteresować go zakupem.
- B. i skłonić go do racjonalnego myślenia.
- C. i zachęcić go do porównania oferty z innymi.
- D. i zmusić go do przekazania informacji kolejnej osobie.

Strona 19 punkt 3. otrzymuje brzmienie:

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

#### **3.1. stosować przepisy i zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, przepisy ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska podczas prowadzenia działalności reklamowej,**

czyli:

- *stosować przepisy prawa w zakresie bhp, np.: istnienia zagrożeń wynikających z używania plotera – przecięcie palców podczas przycinania płyt PCV, zagrożeń wynikających z pracy przy komputerze – ochrona wzroku,*
- *stosować przepisy prawa dotyczące ochrony przeciwpożarowej, np.: umiejętność doboru środków gaśniczych do różnych materiałów palnych, odpowiednie zachowanie się w warunkach wydzielania się gazów toksycznych,*
- *stosować przepisy prawa w zakresie ochrony środowiska w działalności agencji reklamowej, np.: utylizacji odpadów z tworzyw sztucznych.*

#### **Przykładowe zadanie 12.**

Zagrożenie odprysnięcia kawałka obrabianego materiału może wystąpić przy pracy

- A. szlifierki.
- B. plotera do folii.
- C. plotera oporowego.
- D. plotera frezującego.

**3.2. wskazywać przepisy prawa dotyczące działalności reklamowej,**

czyli:

- *wskazywać przepisy prawa dotyczące działalności reklamowej, np.: możliwości wykorzystywania baz danych klientów, ochrona nazwy i znaku towarowego, wykorzystywania reklamy porównawczej.*

**Przykładowe zadanie 13.**

Reklama porównawcza jest dopuszczalna, jeżeli

- A. wprowadza klienta w błąd.
- B. dyskredytuje towary, usługi, znaki towarowe lub oznaczenia przedsiębiorcy.
- C. subiektywnie porównuje jedną lub kilka istotnych i typowych cech towarów.
- D. w sposób rzetelny i dający się obiektywnie zweryfikować porównuje towary.

**3.3. przewidywać zagrożenia występujące podczas prowadzenia działalności reklamowej,**

czyli:

- *przewidywać zagrożenia występujące podczas prowadzenia działalności reklamowej.*

**Przykładowe zadanie 14.**

Miejsce, w którym można bezpiecznie stosować ploter tnący powinno być

- A. suche.
- B. wilgotne.
- C. zapylone.
- D. nasłonecznione.

**3.4. organizować stanowiska pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii,**

czyli:

- *organizować stanowiska pracy dla pracowników reklamy zgodnie z wymaganiami ergonomii.*

**Przykładowe zadanie 15.**

Monitora ekranowego, przeznaczonego do pracy grafika komputerowego, zgodnie z obowiązującymi przepisami BHP, nie powinna charakteryzować.

- A. stabilność obrazu.
- B. przekątna ekranu większa niż 17 cali.
- C. wyrazistość i czytelność znaków na ekranie.
- D. możliwość regulacji jaskrawości i kontrastu.

**3.5. stosować zasady udzielania pierwszej pomocy poszkodowanym podczas prowadzenia działalności reklamowej,**

czyli:

- *wskazać sposób postępowania w nagłych wypadkach, takich jak: uszkodzenie ciała, porażenie prądem, wbicie ciała obcego do gałki ocznej,*

- wskazać sposób udzielenia pierwszej pomocy, w takich sytuacjach jak: porażenie prądem, omdlenie, uszkodzenie ciała.

### Przykładowe zadanie 16.

W przypadku urazu oka przez wbicie obcego ciała w rogówkę należy

- A. przepłukać oko strumieniem wody.
- B. wyciągnąć ciało obce czystym wacikiem.
- C. usunąć ciało obce przez potarcie powieki.
- D. natychmiast przetransportować poszkodowanego do lekarza.

### 2.4. Odpowiedzi do przykładowych zadań

#### Część pierwsza

Zadanie 1	<b>A</b>	Zadanie 5	<b>A</b>	Zadanie 9	<b>B</b>	Zadanie 13	<b>D</b>
Zadanie 2	<b>B</b>	Zadanie 6	<b>C</b>	Zadanie 10	<b>C</b>	Zadanie 14	<b>A</b>
Zadanie 3	<b>D</b>	Zadanie 7	<b>C</b>	Zadanie 11	<b>C</b>	Zadanie 15	<b>B</b>
Zadanie 4	<b>D</b>	Zadanie 8	<b>C</b>	Zadanie 12	<b>D</b>	Zadanie 16	<b>D</b>

Strona 34 punkt 4.1. „Standard wymagań egzaminacyjnych dla zawodu” otrzymuje brzmienie:

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. stosować 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 przepisy i zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, przepisy ochrony przeciwpożarowej oraz ochrony środowiska podczas prowadzenia działalności reklamowej;
- 3.2 wskazywać przepisy prawa dotyczące działalności reklamowej;
- 3.3 przewidywać zagrożenia występujące podczas prowadzenia działalności reklamowej;
- 3.4 organizować stanowiska pracy zgodnie z wymaganiami ergonomii;
- 3.5 stosować zasady udzielania pierwszej pomocy poszkodowanym podczas prowadzenia działalności 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 zleceniodawców 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 zleceniodawców 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 z możliwością wydruku w kolorze w formacie 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.