

TECHNIK REKLAMY

Branża reklamowo-komunikacyjna jest jedną z najważniejszych branży XXI wieku. W krajach rozwiniętych sektor komunikacji marketingowej i reklamowej rośnie w tempie znacznie przewyższającym inne sektory gospodarki, co powoduje zwiększenie liczby miejsc pracy dla najlepiej wykształconych pracowników.

Branża marketingowa i reklamowa podlega dynamicznym zmianom, które napędzają rozwój cyfrowych technologii. Analizując rynek pracy można wnioskować ogromne zapotrzebowanie w tej branży, biorąc pod uwagę ilość ofert pracy w całej Polsce. Pracodawcy poszukują ludzi kreatywnych, innowacyjnych i gotowych na rozwój. Specjaliści branży reklamowej mają także duże możliwości samozatrudnienia.

Praca technika reklamy wymaga kreatywności, pasji, twórczego nastawienia do pracy i wrażliwości estetycznej. Powinien biegłe poruszać się w Internecie. Głównym miejscem wykonywania pracy będą pomieszczenia biurowe i pracownie ze specjalistycznym sprzętem jak plotery drukujące i tnące, drukarki wielkoformatowe, skanery, aparaty fotograficzne i urządzenia do produkcji audio.

Po ukończeniu technikum uczeń ma możliwość dalszego kształcenia w wyższych uczelniach na kierunkach multimedia i grafika komputerowa, e-commerce, marketing i nowe media, public relations i nowoczesna komunikacja itp.

Program nauczania technika reklamy zakłada kształcenie w technikum 5-letnim.

Prestiż w edukacji zyskała praktyczna nauka zawodu. Przyczynia się to do podniesienia poziomu umiejętności zawodowych absolwentów szkół, a tym samym zapewnia im możliwość sprostania wyzwaniom wymagającego rynku pracy. W cyklu kształcenia uczeń odbywa dwie miesięczne praktyki zawodowe.

Przedmioty w kształceniu zawodowym teoretycznym: Podstawy reklamy, Strategia przekazu reklamowego, Podstawy fotografii, Projektowanie reklamy, Marketing, Prawo i etyka w reklamie, Organizacja sprzedaży reklamy, Język obcy (angielski) zawodowy

Przedmioty w kształceniu zawodowym praktycznym: Grafika komputerowa i multimedia, Fotografia i multimedia, Pracownia projektowania reklamy, Pracownia ekonomiczno-marketingowa, Zarządzanie kampanią reklamową, Pracownia badań marketingowych.

