



Technik reklamy to zawód szeroko profilowany, który łączy w sobie wiedzę ekonomiczną, plastyczną, psychologiczną, lingwistyczną oraz informatyczną.

Zdobyte umiejętności umożliwią absolwentom pozyskanie ciekawej pracy w zawodach związanych z reklamą, która jest nieodłącznym elementem gospodarki rynkowej.



<p>Umiejętności, jakie zdobędzie uczeń</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tworzenie reklam zewnętrznych i wewnętrznych za pomocą komputerowych programów graficznych • Prowadzenie kampanii reklamowej • Sprzedaż usług reklamowych • Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej • Przygotowywanie oferty produktów i usług reklamowych oraz prowadzenie sprzedaży tych produktów • Stosowanie podstawowych środków reklamy • Prowadzenie działalności gospodarczej
<p>Zajęcia dodatkowe</p>	<p>Nauka zawodu odbywa się nie tylko w tematycznych pracowniach szkolnych, ale także podczas jednodniowych wycieczek przedmiotowych. Dodatkowe umiejętności, potwierdzone stosownymi certyfikatami, można zdobyć na zajęciach (np. z fotografii) w ramach projektów unijnych.</p>

<p>Praktyki zawodowe</p>	<p>Szkoła organizuje praktyki zawodowe w miejscach, zapewniających rzeczywiste warunki pracy, właściwe dla nauczanego zwołu, w wymiarze 8 tygodni (280 godzin).</p> <p>Uczniowie mają możliwość decydowania, w jakim obiekcie chcą odbywać praktyki.</p> <p>Dodatkową szansę zdobycia doświadczenia zawodowego dają staże u pracodawców, realizowane w ramach projektów unijnych.</p> <p>Od 2014 roku uczniowie mogą odbywać staże zagraniczne w ramach programu Erasmus+.</p>
<p>Możliwości zatrudnienia</p>	<p>Pełnoprofilowe i specjalistyczne agencje reklamowe, działy marketingu i reklamy przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych, biura ogłoszeń środków masowego przekazu.</p>
<p>Stanowiska, na jakich może być zatrudniony absolwent technikum reklamy</p>	<p>Agent reklamowy (pracownik działu obsługi klienta), pracownik zespołu do spraw obsługi zlecenia (account manager), pracownik działu kreatywnego, autor tekstów i sloganów (copywriter), projektant grafiki (art designer), pracownik działu produkcyjnego, pracownik działu planowania publikacji, pracownik działu badań rynkowych, specjalista do spraw marketingu, specjalista do spraw reklamy, specjalista do spraw kontaktów z prasą i kształtowania opinii publicznej (public relations), pracownik biura reklamy, akwizytor.</p>