

INDYWIDUALNY PROGRAM STAŻU (IPS)

Dotyczy udziału w projekcie

pn. „Zwiększenie konkurencyjności uczniów Zespołu Szkół Elektryczno-Elektronicznych im. prof. Janusza Groszkowskiego w Radomsku na rynku pracy”

INFORMACJA O STAŻYŚCIE		
Imię i nazwisko		
Uczeń	Klasa	
	Kierunek	technik organizacji reklamy/technik reklamy
Kontakt	Numer telefonu	
	Adres e-mail	
INFORMACJA O PRZEDSIĘBIORSTWIE PRZYJMUJĄCYM NA STAŻ		
Nazwa		
Adres	Ulica, nr lokalu	
	Miejscowość	
	Kod pocztowy	
	Województwo	łódzkie
	Powiat	
Opiekun stażu	Imię i nazwisko	
	Stanowisko	
	Numer telefonu	
	Adres e-mail	
CELE I OKRES REALIZACJI STAŻU		
Opis planowanych działań		Monitoring (stopień realizacji)
Cele edukacyjne (kompetencje i umiejętności)	<p>Uczeń po zrealizowaniu zajęć potrafi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • scharakteryzować strukturę organizacyjną agencji reklamowej lub działu promocji w firmie. • zorganizować własne stanowisko pracy zgodnie z zasadami bezpiecznej pracy oraz wymaganiami ergonomii i ochrony środowiska. • projektować i wykonywać środki reklamowe • prowadzić sprzedaż produktów i usług reklamowych • demonstrować usługi reklamowe • opracować ofertę handlową z zakresu sprzedaży usług reklamowych 	

	<ul style="list-style-type: none"> • zaprezentować przygotowaną ofertę • zebrać informacje na temat zleceniodawcy • zebrać informacje niezbędnych do realizacji zadań reklamowych • dobrać środki reklamy • ustalić koszty reklamy • komunikować się ze współpracownikami • pracować w grupie • planować etapy produkcji środków reklamowych • analizować bazy klienta • określać metody i techniki produkcji reklamy • wykorzystywać programy komputerowe w trakcie prac projektowych • prowadzić rozmowę klientem. 	
<p>Treści edukacyjne</p>	<p>1. Organizacja stażu</p> <ul style="list-style-type: none"> • znać normy jakości w produkcji środków reklamowych • przepisy BHP podczas wykonywania powierzonych zadań zawodowych • uniwersalne zasady etyki i etyka zawodowa • zasady dotyczące ergonomii stanowiska pracy, ochrony środowiska i ochrony przeciwpożarowej • gospodarka odpadami niebezpiecznymi • organizacja i wyposażenie stanowiska pracy • organizacja pracy przedsiębiorstwa • zasady odpowiedzialności za swoją pracę • hierarchia służbowa na określonym stanowisku pracy • obieg dokumentacji na stanowisku pracy • tajemnica służbowa • prawa autorskie • kultura osobista miejscu pracy <p>2. Przygotowanie stanowiska do pracy</p> <ul style="list-style-type: none"> • programy użytkowe i narzędziowe • organizacja i wyposażenie stanowiska • urządzenia i maszyny wykorzystywane do produkcji środków reklamowych <p>3. Organizacja i prowadzenie sprzedaży produktów i usług reklamowych</p> <ul style="list-style-type: none"> • rodzaje produktów i usług reklamowych • oferta handlowa • jakość w reklamie • normy jakości • metody kalkulacji cen produktów reklamo- 	

	<p>wych</p> <ul style="list-style-type: none">• wartość produktów reklamowych• podatki od produktów i usług reklamowych• cena w marketingu• dokumenty finansowe dotyczące obsługi klienta• materiały do tworzenia produktów reklamowych• zasady prowadzenia rozmowy sprzedażowej• rozmowa sprzedażowa• zasady obsługi klienta• działania promocyjne przy obsłudze klientów• zasady prezentacji oferty handlowej• wzory dokumentów sprzedaży produktów i usług reklamowych• proces zakupowy konsumenta• obliczenie ceny sprzedaży• marże• przyjmowanie zleceń• czynniki wpływające na postępowanie konsumenta. <p>4. Organizowanie i prowadzenie kampanii reklamowej</p> <ul style="list-style-type: none">• programy komputerowe w reklamie• określanie celów kampanii• zasady projektowania kompleksowych kampanii reklamowych• jakość w reklamie• prezentacja reklamy• bazy danych• realizacja i ocena kampanii reklamowej.• metody badania skuteczności reklamy.• metody badania efektywności reklamy• internet w reklamie• dobór środków i nośników reklamy• brief i jego rodzaje• sposoby prezentowania projektów reklamy• plan medialny• prawo w reklamie• cechy przekazu reklamowego• elementy przekazu reklamowego• slogan reklamowy i jego znaczenie• techniki prezentacji reklamy• kosztorys kampanii reklamowej• dokumentacja kampanii reklamowej• klasyfikacja mediów i środków reklamowych• rodzaje reklam w odniesieniu do różnych	
--	--	--

	<p>kryteriów podziału: medium, zasięg, funkcja</p> <ul style="list-style-type: none"> • zasięg geograficzny reklamy • podmiot i przedmiot reklamy. <p>5. Projektowanie i wykonywanie środków reklamowych</p> <ul style="list-style-type: none"> • obsługa programów komputerowych stosowanych w reklamie. • tworzenie nośników reklamy. • projektowanie reklamy. • sposoby prezentowania projektu reklamy. • wykonanie reklamy. • projektowanie reklamy, narzędzi promocji. • standardy jakości. • materiały do wykonywania reklam: baner, PCV, plexi, folia itd.). • rodzaje nośników reklam (tablica, billboard, ulotka, samochody itd.). • druk wielkoformatowy. • rodzaje ploterów i maszyn drukujących. • spot reklamowy. • reklama internetowa. • system identyfikacji wizualnej • reklama prasowa. • materiały do wykonywania reklam: baner, PCV, plexi, folia itd.). • rodzaje nośników reklam (tablica, billboard, ulotka, samochody itd.). • druk wielkoformatowy. • rodzaje ploterów i maszyn drukujących. • spot reklamowy. • reklama internetowa • reklama prasowa • zasady kompozycji • rodzaje druków • kroje pisma • formy i typografia tekstów • aranżacja wystaw, wnętrz • przygotowanie stoisk targowych 	
<p>Zakres obowiązków stażysty</p>	<p>Uczestnik projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przestrzega ustalonego przez pracodawcę rozkładu czasu stażu • sumiennie i starannie wykonuje zadania objęte programem stażu oraz stosuje się do poleceń pracodawcy i opiekuna, o ile nie są one sprzeczne z prawem 	

	<ul style="list-style-type: none"> • przestrzega przepisów i zasad obowiązujących pracowników zatrudnionych w zakładzie pracy, w szczególności regulaminu pracy, tajemnicy służbowej, zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz przepisów przeciwpożarowych • dba o dobro zakładu pracy oraz zachowuje w tajemnicy informacje, których wyjawienie mogłoby narazić pracodawcę na szkodę • prowadzi dokumentację zgodną z wymogami projektu • niezwłocznie po otrzymaniu od pracodawcy opinii dotyczącej stażu przedkłada ją beneficjentowi. 	
Zasady dot. wyposażenia stanowiska pracy	Stanowiska pracy powinny być wyposażone w sposób umożliwiający realizację założonych celów.	
Procedury wdrażania stażysty do pracy	<ul style="list-style-type: none"> • przydzielenie stażyście opiekuna stażu • zapoznanie stażysty z miejscem odbywania stażu, pracownikami, wyposażeniem zakładu, regulaminem pracy • zapoznanie stażysty z treściami nauczania, szczegółowymi celami kształcenia i harmonogramem działań • przedstawienie stażyście dokumentacji stażu i sposobu prowadzenia • przeprowadzenie ogólnego i stanowiskowego szkolenia bhp 	
Predyspozycje psychofizyczne, zdrowotne, dotychczasowe kwalifikacje	Zainteresowania techniczne, wyobraźnia przestrzenna, podzielność uwagi, zrównowazenie, wytrwałość, cierpliwość, dobra koordynacja słuchowo-wzrokowa, zdolność koncentracji uwagi, zamiłowanie do dokładnej pracy i porządku, spostrzegawczość, samodzielność, sumienność, cierpliwość, szczególna dyscyplina, dokładność i skrupulatność w wykonywaniu zadań.	
Dodatkowe koszty związane z realizacją stażu (śr. 3500 zł, max. 5000 zł)	Zwrot kosztów dojazdu: Wydatki pracodawcy refundowane z projektu. <ul style="list-style-type: none"> • Koszt szkolenia • Koszty zakupu odzieży roboczej [spódnica/ bluzka; spodnie koszula] • Koszty eksploatacji materiałów i narzędzi – środki nietrwałe 	
Planowany okres realizacji stażu	Od 16.11.2020 –do 31.07.2021 r.	

(od-do)			
Uwagi (dot. miejsca wykonywania stażu, narzędzi pracy, itp.)			
HARMONOGRAM REALIZACJI STAŻU			
Etapy	Zadanie	Planowany czas trwania zadania (w godz.)	Miejsce realizacji zadania
I	Organizowanie pracy zgodnie z zasadami i przepisami bhp, ppoż i ochrony środowiska. /Przeszkolenie w zakresie bhp i ppoż.	5	
II	Zapoznanie ze strukturą firmy, organizacją i dyscypliną pracy. Charakterystyka przedmiotu działań. Forma prawna firmy. System identyfikacji firmy	5	
III	Rozpoznawanie sprzętu i oprogramowania stosowanego w firmie	5	
IV	Pozyskiwanie klientów do współpracy z firmą	20	
V	Przeprowadzanie analiz marketingowych	10	
VI	Przygotowanie kampanii reklamowej	25	
VII	Projektowanie środków reklamowych (działań PR)	35	
VIII	Realizacja środków reklamowych	35	
IX	Ocena przebiegu, efektów i korzyści przeprowadzonej kampanii reklamowej.	10	
RAZEM		150	-
Podpis Stażysty*	Podpis i pieczęć osoby upoważnionej do reprezentowania Przedsiębiorstwa Przyjmującego na Staż	Podpis i pieczęć Dyrektora ZSE-E w Radomsku	

UWAGA:

* W przypadku, gdy stażysta nie jest osobą pełnoletnią wymagany jest podpis rodzica/opiekuna prawnego.