

## **Program Ogólnopolskiej Olimpiady Wiedzy i Umiejętności z Zakresu Reklamy pt. „Kreatywni w reklamie”**

1. Olimpiada Wiedzy i Umiejętności z Zakresu Reklamy pt. „Kreatywni w reklamie” jest olimpiadą tematyczną, która obejmuje zagadnienia z kilku dziedzin, związanych z branżą reklamową: reklama, marketing, ekonomia i zarządzanie, psychologia, grafika i fotografia, prawo i etyka, innowacyjność.
2. Głównym celem olimpiady jest rozbudzanie ciekawości reklamą, inspirowanie uczniów do aktywności w poszukiwaniu wiedzy i informacji o tym, czym jest współczesna reklama, co ją kształtuje, zmienia i dokąd zmierza oraz poszerzenie współdziałania środowiska akademickiego i nauczycieli szkół ponadpodstawowych w zakresie kształcenia uzdolnionej młodzieży w kierunku reklamy.
3. Program Olimpiady skorelowany jest z podstawą programową kształcenia i obejmuje zagadnienia jednostek efektów kształcenia właściwych dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie technik reklamy.
4. Program Olimpiady obejmuje także wybrane zagadnienia zawarte w programach przedmiotów z zakresu reklamy, które wykładane są w szkołach wyższych.
5. Uczniowie biorący udział w zawodach II i III stopnia olimpiady powinni wykazać się wiedzą i umiejętnościami z zakresu reklamy wykraczającymi poza podstawę programową dla szkół ponadpodstawowych.
6. Zakres tematyczny Olimpiady:

### **Reklama i komunikacja**

Historia reklamy, podstawowe pojęcia z zakresu reklamy, usługi reklamowe, media i formy reklamy, komunikat reklamowy, strategia komunikacji reklamowej i mix kreatywny, przekaz reklamowy, zasady tworzenia przekazu reklamowego, techniki wytwarzania elementów przekazu reklamowego, wykonywanie projektów reklamy, planowanie kampanii reklamowej, realizowanie kampanii reklamowej, analiza skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, badanie skuteczności i efektywności reklamy, event – najważniejsze pojęcia i klasyfikacja

### **Marketing**

Istota i podstawy marketingu, produkt jako instrument marketingu mix, miejsce i rola cen w marketingu mix, dystrybucja jako obszar w marketingu mix, znaczenie promocji w marketingu mix, segmentacja rynku, organizacja marketingu w przedsiębiorstwie, działania marketingowe a system prawny, badania i analizy marketingowe, strategia marketingowa, plan marketingowy (cele, strategie, wdrażanie) informacje marketingowe, budowanie wizerunku i tożsamości firmy, działania marketingowe w Internecie, efektywność działań marketingowych, kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych, nowe obszary marketingu

### **Grafika komputerowa i fotografia w reklamie**

Grafika wektorowa, grafika rastrowa, zasady projektowania grafiki dla reklamy, liternictwo i typografia, poligrafia w reklamie, programy do obróbki zdjęć, komputerowa obróbka zdjęć, techniki grafiki komputerowej, techniki fotograficzne i multimedialne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego, formy reklamy cyfrowej w mediach

## **Prawo, psychologia i etyka w reklamie**

Przepisy prawa w zakresie reklamy, normy i procedury stosowane podczas realizacji zadań zawodowych, ogólne założenia psychologii reklamy, psychologia konsumenta, psychologia przekazu reklamowego, normy etyczne w działalności reklamowej, aspekty prawne organizacji eventów.

## **Działalność gospodarcza w reklamie**

Elementy rynku, mikro i makrootoczenie przedsiębiorstwa, tworzenie i działalność przedsiębiorstwa reklamowego, struktury organizacyjne agencji reklamowej, zarządzanie i kierowanie firmą, zarządzanie jakością, planowanie i analiza ekonomiczna, rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą, instytucje branży reklamowej, znaczenie branży reklamowej w gospodarce, bezpieczeństwo i higiena pracy, kompetencje personalne i społeczne, organizacja pracy małych zespołów.

## **Literatura:**

Dabner D., Szkoła projektowania graficznego, Arkady, 2019

Kargiel A., Piłka R., Joanna Śliżewska J., Zadrożna D., Zielińska A., Wykonywanie przekazu reklamowego. Kwalifikacja PGF.07. Podręcznik do nauki zawodu technik reklamy. Część 1, WSiP Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2021

Kargiel A., Piłka R., Joanna Śliżewska J., Zadrożna D., Zielińska A., Wykonywanie przekazu reklamowego. Kwalifikacja PGF.07. Podręcznik do nauki zawodu technik reklamy. Część 2, WSiP Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2022

Kargiel A., Piłka R., Konarzewska J., Repetytorium i testy. Technik reklamy. Kwalifikacja PGF07, WSiP Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2020

Musiałkiewicz J., Podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej, Ekonomik, Warszawa 2013

Nowacka A., Nowacki R., Marketing w działalności reklamowej, Difin, Warszawa 2015,

Pańczyk M., Marketing w działalności agencji reklamowej, EMPI<sup>2</sup>, Poznań 2015

Pańczyk M., Podstawy reklamy. Część 1. Kwalifikacja PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego, EMPI<sup>2</sup>, Poznań 2020

Pańczyk M., Podstawy reklamy Część 2. Kwalifikacja PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego, EMPI<sup>2</sup>, Poznań 2020

Pańczyk M., Sprzedaż produktów reklamowych, EMPI<sup>2</sup>, Poznań 2015

Pańczyk M., Zarządzanie kampanią reklamową. Kwalifikacja PGF.08., EMPI<sup>2</sup>, Poznań 2021

Tomaszewska A., Wykonywanie projektów reklam, Ekonomik, Warszawa 2022

Zaborowski L., Sprzedaż produktów i usług reklamowych, Ekonomik, Warszawa 2016