



Projekt „Staże uczniowskie w branży poligraficznej” nr POWR.02.15.00-00-2043/20, współfinansowany jest przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, osi priorytetowej II. Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, w ramach działania: 2.15 Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki

Zasady zapewniania jakości kształcenia praktycznego w zakresie stażu uczniowskiego w branży poligraficznej (PGF) dla zawodu: technik reklamy



RODZAJ PROGRAMU: SPIRALNY
STRUKTURA: MODUŁOWA

Pleszew 2023



WARIANT REALIZACJI PNZ: model uwzględnia dwa warianty realizacji kształcenia praktycznego: szkoła – centrum kształcenia zawodowego (ckz) – pracodawca oraz szkoła – pracodawca

Typ szkoły: Technikum – 5-letni okres nauczania

Podbudowa programowa: 8-klasowa szkoła podstawowa

Branża poligraficzna (PGF)

Zawód: Technik reklamy

SYMBOL CYFROWY ZAWODU 333907

Poziom IV Polskiej Ramy Kwalifikacji określony dla zawodu jako kwalifikacji pełnej

Kwalifikacje wyodrębniona w zawodzie:

PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego

Poziom 4 Polskiej Ramy Kwalifikacji określony dla kwalifikacji cząstkowej

PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową

Poziom 4 Polskiej Ramy Kwalifikacji określony dla kwalifikacji cząstkowej

Autor opracowania: Łukasz Jaśkowiak

Autor opracowania: mgr inż. Jan Ireneusz Palacz

Autor opracowania: mgr Artur Kowalski

Kierownik Projektu: mgr inż. Waldemar Kula

Materiał został przygotowany w ramach projektu „Stáže uczniowskie w branży poligraficznej” nr POWR.02.15.00-00-2043/2020, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020.

Centrum Rozwoju Kompetencji Waldemar Kula, ul. Ogrodowa 13, 63-300 Pleszew



Spis treści

1.	WSTĘP	4
2.	PODSTAWY PRAWNE OPRACOWAŃ	8
3.	ZASADY ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO REALIZOWANEGO U PRACODAWCY WRAZ Z PROPONOWANYMI NARZĘDZIAMI ICH WERYFIKACJI, UMOŻLIWIAJĄCYMI MONITOROWANIE JAKOŚCI STAŻU PRZEZ WSZYSTKIE ZAANGAŻOWANE STRONY	8
4.	STRUKTURA PORTFOLIO NARZĘDZI ZASAD ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO	16
5.	ZAŁĄCZNIKI – WZORY NARZĘDZI BADAWCZYCH	17
	MATRYCA NARZĘDZI MONITOROWANIA I EWALUACJI STAŻU UCZNIOWSKIEGO	17
5.1.	Metryka stażu (RKL - 1)	18
5.2.	Arkusze oceny programu w zakresie spełnienia wymagań polskiej ramy jakości staży i praktyk (RKL - 2)	19
5.3.	Samooceńca kompetencji ucznia przyjętego na staż (RKL - 3)	22
5.4.	Refleksje ucznia po stażu – kwestionariusz wywiadu (RKL - 4)	33
5.5.	Lista kontrolna przydatności programu stażu i wzorów dokumentów (RKL - 5)	34
5.6.	Samooceńca stażu przez ucznia - Arkusz pomiaru kompetencji ucznia po zakończeniu stażu (RKL - 6)	36
5.7.	Ocena stażu przez podmiot przyjmujący ucznia na staż (RKL - 7). Matryca kompetencji.	47
5.8.	Dokumentacja fakultatywna	63
	CV uczestnika stażu	63
	Samooceńca uzyskanego wsparcia w zakresie szkolenia e-learningowego	65
	Lista obecności na stażu uczniowskim	67
	Ocena dokumentacji i współpracy w zakresie kształcenia zawodowego	67
6.	SŁOWNICZEK UŻYTYCH POJĘĆ W OPRACOWANIU ZASAD ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO	73
7.	ZAKOŃCZENIE	75



1. WSTĘP

Model programu realizacji stażu w ramach projektu pn.: „Stáže uczniowskie w branży poligraficznej” nr POWR.02.15.00-00-2043/20, współfinansowanego przez UE ze środków EFS, w ramach PO WER 2014-2020, osi priorytetowej II. Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, w ramach działania: 2.15 Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki, obejmuje rozwiązania uwzględniające zróżnicowaną strukturę przedsiębiorstw (w odniesieniu do mikroprzedsiębiorstw, przedsiębiorstw małych, średnich i dużych). Zawiera zasady zapewniania jakości kształcenia praktycznego realizowanego u pracodawcy wraz z proponowanym narzędziami ich weryfikacji, umożliwiającymi monitorowanie jakości kształcenia praktycznego przez wszystkie zaangażowane strony. Projekt zakłada, że wypracowane w nim wszystkie produkty będą zgodne obowiązującymi przepisami prawa oświatowego i będą uwzględniać przepisy oczekujące na wejście w życie.

Projekt realizowany będzie we współpracy ze szkołami prowadzącymi kształcenie zawodowe lub Centrami Kształcenia Zawodowego lub Centrami Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego, w których kształcenie prowadzone jest w zawodach branży poligraficznej. Grupą docelową projektu będą szkoły, pośrednio uczniowie szkół kształcących w zawodach w branży poligraficznej oraz instytucje rynku pracy z branży poligraficznej. W ramach projektu zaplanowano do realizacji dwa zadania:

1) Opracowanie modelowych programów realizacji praktycznej nauki zawodu w zakresie staży uczniowskich dla 3 zawodów z branży poligraficznej;

2) Opracowanie zasad zapewniania jakości kształcenia praktycznego w branży poligraficznej oraz narzędzi ich weryfikacji.

Wdrożenie modelowego programu praktycznej nauki zawodu połączonego z weryfikacją uzyskanych efektów kształcenia w przyszłości wpłynie na polepszenie kształcenia w rzeczywistych warunkach pracy oraz na wysokie kompetencje zawodowe absolwentów szkół w branży poligraficznej (PGF) realizujących staże uczniowskie.

Weryfikacja programu stażu, uzyskanych efektów kształcenia oraz organizacji stażu zostanie przeprowadzona w odniesieniu do poprawności programowej oraz zasad zapewniania jakości kształcenia praktycznego w branży poligraficznej. Autorzy



po wsłuchaniu się w głos pracodawców przedstawili narzędzia ich weryfikacji w sposób jasny dla pracodawcy, mając na uwadze ich użyteczność dla wszystkich podmiotów zaangażowanych w realizację programu stażu. Podstawowym odniesieniem do opracowań są zapisy art. 68 ust. 7, art. 69, art. 120, art. 120a, art. 121, 121a ustawy Prawo oświatowe¹, które zostały uwzględnione w opracowaniu programu stażu, zawarciu umowy stażowej, monitorowaniu i ewaluacji stażu uczniowskiego.

Staż uczniowski w odniesieniu do treści programu stażu powinien być implementowany do treści programu nauczania w zakresie praktycznej nauki zawodu realizowanego w szkole, do której uczęszcza stażysta, lub treści nauczania związanej z nauczaniem zawodem poszerzającej ten programem w ramach godzin do dyspozycji dyrektora szkoły, ewentualnie dodatkowych umiejętności zawodowych. Prawo zabezpiecza możliwość zwolnienia ucznia, który odbył staż uczniowski, z obowiązku odbycia praktycznej nauki zawodu w całości lub w części przez dyrektora szkoły, a ponadto zaliczenia w przyszłości do okresu zatrudnienia, od którego zależą uprawnienia pracownicze. Monitorowanie i narzędzia weryfikacji zasad jakości w odniesieniu do zawartości załącznika do umowy odpowiadają na pytanie: Czy i jak podmiot przyjmujący na staż uczniowski i dyrektor szkoły, w uzgodnieniu z uczniem albo rodzicem niepełnoletniego ucznia, ustalali zakres treści nauczania, w jakim uczeń po zrealizowaniu tych treści zostanie zwolniony z obowiązku odbycia praktycznej nauki zawodu, oraz dobowy i tygodniowy wymiar czasu odbywania stażu uczniowskiego?

Szczególnym aspektem udziału ucznia w procesie pracy jest dbałość o zabezpieczenie odpowiedniej jego jakości, jak i dyscypliny pracy. Do stażu uczniowskiego nie mają zastosowania przepisy prawa pracy, z wyjątkiem przepisów art. 183a-183e, art. 131 § 1, art. 132 § 1, art. 133 § 1, art. 134, art. 151⁷, art. 204 i art. 232 ustawy Kodeks pracy², z zastrzeżeniem przepisów ust. 12-14.

Przed rozpoczęciem stażu uczeń musi otrzymać skierowanie wydane przez placówkę dydaktyczną i uzyskać dokumentację badań lekarskich określoną w § 1 rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 26 sierpnia 2019 r. w sprawie badań lekarskich kandydatów do

¹ Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2021 r. poz. 1082 oraz z 2022 r. poz. 655, 1079, 1116, 1383, 1700, 1730 i 2089)

² Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy (Dz. U. z 2022 r. poz. 1510, 1700 i 2140)



szkół ponadpodstawowych³. Zgodnie z przepisami § 4 ust.1 ww. rozporządzenia lekarz przeprowadza badanie lekarskie z uwzględnieniem oceny potencjalnych lub istniejących zagrożeń dla zdrowia, występujących w miejscu odbywania praktycznej nauki zawodu. Zakres i częstotliwość przeprowadzania badań profilaktycznych pracowników określa się na podstawie art. 229 § 8 Kodeksu pracy⁴. Należy pamiętać o szczególnych zapisach prawa oświatowego w przypadku ucznia niepełnosprawnego odbywającego staż uczniowski przedłużenia dobowego wymiaru godzin stażu uczniowskiego dla uczniów w wieku powyżej 18 lat lub system zmianowy - stosuje się wyłącznie za zgodą lekarza sprawującego opiekę nad tym uczniem.

Swój udział w monitorowaniu i ewaluacji stażu będzie miał wyznaczony przez podmiot przyjmujący na staż uczniowski opiekun stażu uczniowskiego, który musi mieć potwierdzone oświadczeniem spełnianie warunku określonego w art. 120 ust. 3a Prawa oświatowego⁵. Spełnienie tego warunku jest obowiązkiem opiekuna stażu uczniowskiego.

Ważnym aspektem jakościowym jest odpowiedź na zapotrzebowanie programu stażu na to, jak podmiot przyjmujący na staż uczniowski zapewnia uczniowi stanowisko pracy wyposażone w niezbędne urządzenia, sprzęt, narzędzia, materiały i dokumentację techniczną, uwzględniające wymagania bezpieczeństwa i higieny pracy, a także bezpieczne i higieniczne warunki odbywania stażu uczniowskiego na zasadach dotyczących pracowników określonych w odrębnych przepisach, w tym w zależności od rodzaju zagrożeń związanych z odbywaniem tego stażu - odpowiednie środki ochrony indywidualnej.

Podmiot przyjmujący na staż uczniowski na zakończenie stażu jest obowiązany wystawić na piśmie zaświadczenie o odbyciu stażu uczniowskiego, które określa w szczególności okres odbytego stażu uczniowskiego, rodzaj realizowanych zadań i umiejętności

³ Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 26 sierpnia 2019 r. w sprawie badań lekarskich kandydatów do szkół ponadpodstawowych lub wyższych i na kwalifikacyjne kursy zawodowe, uczniów i ... tych szkół, ... (Dz. U. z 2019 r. poz. 1651) określa zakres i tryb oraz sposób dokumentowania badań lekarskich

⁴ Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy (Dz. U. z 2022 r. poz. 1510, 1700 i 2140)

⁵ 3a. Praktyczną naukę zawodu może prowadzić osoba, która nie była karana za umyślne przestępstwo przeciwko życiu i zdrowiu, przestępstwo przeciwko wolności seksualnej i obyczajności, przestępstwo przeciwko rodzinie i opiece, z wyjątkiem przestępstwa określonego w art. 209 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny (Dz. U. z 2020 r. poz. 1444 i 1517), przestępstwo określone w rozdziale 7 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu narkomanii, albo wobec której nie orzeczono zakazu prowadzenia działalności związanej z wychowywaniem, leczeniem, edukacją małoletnich lub opieką nad nimi lub zakazu przebywania w określonych środowiskach lub miejscach, kontaktowania się z określonymi osobami, zbliżania się do określonych osób lub opuszczania określonego miejsca pobytu bez zgody sądu. Spełnienie tego warunku jest potwierdzane oświadczeniem osoby prowadzącej praktyczną naukę zawodu.

nabyte w czasie odbywania stażu uczniowskiego. Określone wzory z rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej⁶ ze wskazówkami zapisów merytorycznych zostały dołączone do programu stażu. Wartym uwagi jest fakt funkcjonowania zaświadczenia po zakończeniu nauki w szkole, jako dokumentu prawnego służącego zaliczeniu stażu do okresu zatrudnienia, od którego zależą uprawnienia pracownicze.

Poza aspektami prawnymi i programowymi, opracowanie zasad zapewniania jakości kształcenia praktycznego w branży poligraficznej oraz narzędzi ich weryfikacji jest zogniskowane na uzyskaniu profilu kompetencyjnego uczestnika stażu i jego ewaluacji. Opracowane wnioski i wyniki analizy dokumentów zastanych, monitorowania przebiegu stażu i ewaluacji programu i stażu mają służyć stażystom w pokazaniu elementów jego rozwoju zawodowego, a przyszłym stażystom w polepszeniu jakości staży.

⁶ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 12 sierpnia 2019 r. w sprawie wzoru zaświadczenia o odbyciu stażu uczniowskiego (Dz.U. 2019 poz. 1583 ze zm.).

2. PODSTAWY PRAWNE OPRACOWAŃ

Ustawy:

1. Ustawa z 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2023 r. poz. 900) – art. 68 ust. 7, art. 69, art. 120, art. 120a, art. 121;
2. Ustawa z dnia 07 września 1991 r. o systemie oświaty (Dz.U. 2022 poz. 2230);
3. Ustawa z 26 stycznia 1982 r. Karta Nauczyciela (Dz.U. 2023 poz. 984);
4. Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy (Dz.U. 2022 poz.510), z wyjątkiem przepisów art. 183a-183e, art. 131 § 1, art. 132 § 1, art. 133 § 1, art.134, art. 1517, art. 204 i art. 232;
5. Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226);
6. Ustawa z dnia 10 października 2002 r. minimalnym wynagrodzeniu za pracę (Dz. U. z 2020 r. poz. 2207).

Rozporządzenia

1. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego (Dz.U. z 2019 r. poz. 316, ze zmianami);
2. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz.U. 2019 r. poz. 991, ze zm.);
3. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 12 sierpnia 2019 r. w sprawie wzoru zaświadczenia o odbyciu stażu uczniowskiego (Dz.U. 2019 r. poz. 1583 ze zm.);
4. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu (Dz. U. 2019 r. poz. 391);



5. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 26 sierpnia 2019 r. w sprawie badań lekarskich kandydatów do szkół ponadpodstawowych lub wyższych i na kwalifikacyjne kursy zawodowe, uczniów i słuchaczy tych szkół, studentów, słuchaczy kwalifikacyjnych kursów zawodowych oraz doktorantów (Dz. U. 2019 r. poz. 1651);
6. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych (Dz. U. 2019 r. poz. 373).

Zalecenia Rady Unii Europejskiej

1. Zalecenie Rady Unii Europejskiej z dnia 10 marca 2014 r. w sprawie ram jakości staży (Dz.U. UE. 2014/C 88/01);
2. Zalecenie Rady Unii Europejskiej z dnia 15 marca 2018 r. w sprawie europejskich ram jakości i skuteczności przygotowania zawodowego (Dz.U. UE. 2018/C 153/01);
3. Zalecenie Rady Unii Europejskiej z dnia 22 maja 2018 r. w sprawie kompetencji kluczowych w procesie uczenia się przez całe życie (Dz.U. UE. 2018/C 189/01).
4. Zalecenie Rady z dnia 24 listopada 2020 r. w sprawie kształcenia i szkolenia zawodowego na rzecz zrównoważonej konkurencyjności, sprawiedliwości społecznej i odporności (Dz.U.UE.C.2020.417.1).

3. ZASADY ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO REALIZOWANEGO U PRACODAWCY WRAZ Z PROPONOWANYMI NARZĘDZIAMI ICH WERYFIKACJI, UMOŻLIWIAJĄCYMI MONITOROWANIE JAKOŚCI STAŻU PRZEZ WSZYSTKIE ZAANGAŻOWANE STRONY

Celem projektu pn.: „Staże uczniowskie w branży poligraficznej” nr POWR.02.15.00-00-2043/20 jest przygotowanie rozwiązań w zakresie zaangażowania pracodawców w organizację praktycznej nauki zawodu poprzez opracowane ram jakości staży i praktyk dla uczniów realizujących kształcenie praktyczne w przedsiębiorstwach z uwzględnieniem ram staży zawodowych, opracowanie modelowych programów nauczania dla zawodów w branży poligraficznej. Projektem zostały objęte trzy zawody: drukarz offsetowy, technik procesów drukowania i technik reklamy.

Pilotaż programu zakończony ewaluacją da możliwość uwzględnienia uwag i wniosków do wypracowanych materiałów w zakresie stażu uczniowskiego. Pracodawca zyska możliwość wspierania uczniów już w okresie nauki w szkole, wynagradzania wybranych uczniów i ściślejszej współpracy ze szkołą co w konsekwencji doprowadzi do pozyskania kadr zgodnych z potrzebami rozwojowymi przedsiębiorstwa i lokalnego rynku pracy.

Uczeń ma obowiązek odpowiednio przygotować się do kształcenia praktycznego poprzez:

- 1) zapoznanie się z informacjami przekazanymi na spotkaniu przed rozpoczęciem stażu uczniowskiego, wypełnienie arkuszy diagnozujących i ewaluacyjnych;
- 2) odbycie w wyznaczonym terminie szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy;
- 3) przygotowanie dzienniczka kształcenia praktycznego, w którym będzie opisywać wykonane zadania w poszczególnych dniach i działach (zapisy powinny być prowadzone na bieżąco i potwierdzone podpisem przez opiekuna);
- 4) wpływ na przebieg kształcenia praktycznego oraz ich jakość ma wyposażenie (nowoczesność i kompleksowość oraz dostęp do niezbędnych sprzętów).

Opis kompetencji został dokonany w odniesieniu do wykonywanych zadań pracy technika reklamy. Powiązane z działaniami,



które można wykonać lub problemami, które można rozwiązać w opisach stosuje się sformułowanie „potrafi...”. Umiejętności miękkie i kompetencje kluczowe stanowią integralną część poszczególnych opisów.

Kompetencje definiowane są w praktyce pedagogicznej jako: „zakres wiedzy, umiejętności i odpowiedzialności, a także pełnomocnictw i uprawnień nadanych na podstawie kwalifikacji do działania i decydowania oraz wydawania sądów”. Według innej definicji kompetencja to:

- posiadana wiedza z danego zakresu (wiem co),
- umiejętności (wiedza proceduralna – wiem jak i potrafię),
- postawy (chcę i jestem gotów wykorzystać swą wiedzę) i cechy osobowości.

Kwalifikacje są opisywane jako wykaz zidentyfikowanych kompetencji w odniesieniu do potrzeb rynku pracy i wymagań branży poligraficznej. Zapewnieniu jakości kwalifikacji w branży poligraficznej (PGF) opisanych w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji służą: standaryzacja opisu kwalifikacji; opis językiem efektów uczenia się oraz stała walidacja w kontekście ich przydatności na rynku pracy.

Kompetencje to wypadkowa wiedzy, umiejętności i postaw – zdolności, predyspozycje osobowościowe, psychospołeczne oraz poznawcze. Poprzez staż uczniowski uczeń powinien uzyskać również większą pewność siebie.

Kompetencje są elementarnymi komponentami profili kompetencyjnych, a profile kompetencyjne są elementami składowymi modeli kompetencyjnych w organizacjach.

Proponuje się, aby uczestnik stażu uczniowskiego w zawodzie technik reklamy potrafił sporządzić aplikację o staż, wypełnić dokument CV oraz ocenił swoje kompetencje i efektywność stażu, podobnie badania jakości kształcenia praktycznego w zakresie stażu na wszystkich etapach prowadzenia stażu przeprowadzała szkoła danego ucznia, w porozumieniu z przedstawicielem podmiotu przyjmującego ucznia na staż.



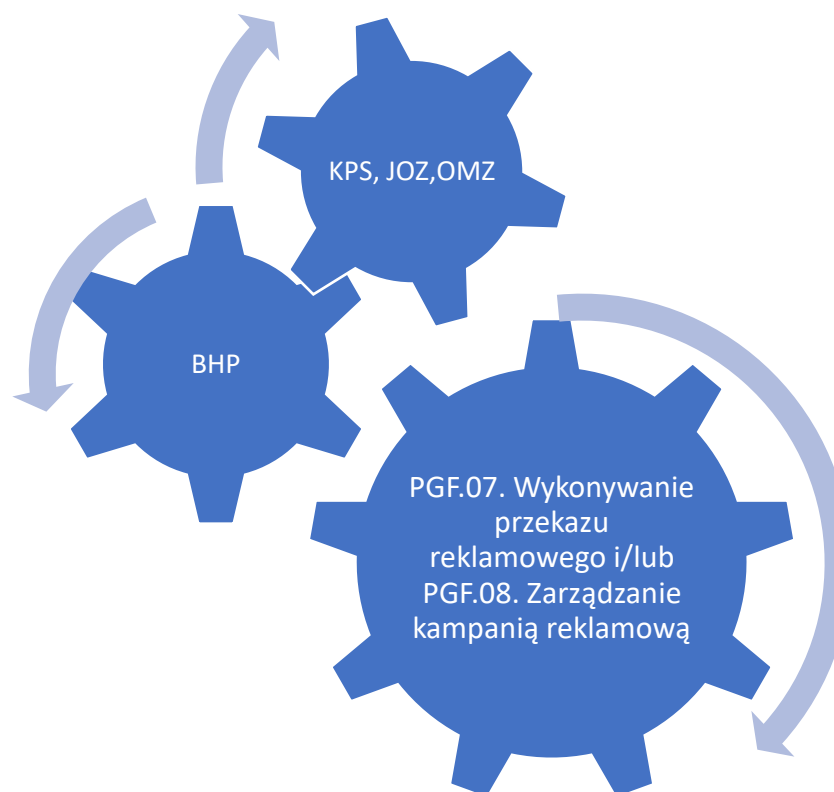
Uczestnik stażu powinien odpowiednio przygotować się do realizacji kształcenia praktycznego, pozyskać informacje o podmiocie przyjmującym go na staż, programie kształcenia praktycznego i dokumentacji stażu, projekcie umowy wraz z załącznikami. Ważnym elementem jest wypełnienie I samooceny kompetencji zawodowych przed odbyciem szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz przygotowanie dzienniczka stażu, w którym będą zapisywane wykonane zadania w poszczególnych dniach i potwierdzone podpisem jego opiekuna.

Pierwsze badania obejmują zagadnienia związane z programem nauczania zawodu technika reklamy i zawartą umową o staż, kolejne będą diagnozowały wybrane zakresy prowadzenia stażu i jego dokumentowania, a w końcowym etapie przeprowadzona zostanie ewaluacja i monitorowane będą treści zapisane w zaświadczeniu z odbytego stażu.

Z uwagi na możliwość zaliczenia realizowanych treści programu nauczania zawodu technika reklamy w zakresie praktycznej nauki zawodu, realizowanego w szkole, do której uczęszcza, narzędzia jakości zostały przygotowane tak, aby były pomocne dyrektorowi szkoły w ich zaliczeniu, a pracodawcy w opisie wymaganym określonym prawem, jednolitym w kraju wzorem zaświadczenia z odbytego stażu. W ramach opracowywanych zasad zapewniania jakości stażu uczniowskiego realizowanego u pracodawców oraz narzędzi ich weryfikacji zostały wykorzystane polskie i europejskie doświadczenia w zakresie tworzenia zasad i narzędzi zapewniania jakości, w tym Polskie Ramy Jakości Staży i Praktyk, europejskie ramy staży zawodowych oraz rozwiązania wypracowane w projekcie TRIFT (www.trift.eu), które zostaną zweryfikowane w pilotażu trwającym przez okres jednego semestru szkolnego.

Korelacja celów stażu z celami kształcenia w zawodzie technik reklamy w zakresie kwalifikacji: PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego i/lub PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

:



Poprawnie prowadzony monitoring realizacji programu kształcenia daje gwarancję weryfikacji efektów kształcenia podczas stażu pod kątem ich adekwatności i skuteczności oraz elastycznego korygowania i dostosowania realizacji zadań zawodowych do indywidualnych potrzeb ucznia.

Określenie zasad jakości kształcenia praktycznego w czasie stażu ma podejście różniące się od przyjętego w podstawach programowych kształcenia w zawodzie stopniem szczegółowości oraz modułowym sposobem uporządkowania obszarów kompetencji i w miejsce oceniania szkolnego - przedstawieniem kolejnych stopni rozwoju kompetencji.



Celem tworzenia matryc kompetencyjnych jest w niniejszym opracowaniu ujęcie treści określonych w podstawach programowych w sposób bardziej zrozumiały dla pracodawców i ucznia poprzez przedstawienie kompetencji zawodowych.

W opracowaniu wykorzystano europejskie i polskie ramy odniesienia w zakresie jakości kształcenia zawodowego, w tym doświadczenia z Projektu TRIFT, który opierał się na wykorzystaniu 'macierzy kompetencji' opracowanych w ramach projektu VQTS (*Vocational Qualifications Transfer System*). W modelu tym opracowano sposób prezentowania kompetencji zawodowych i ich stopniowego przyrostu. Ponadto odwołano się propozycjami do najnowszego Zalecenia Rady z dnia 24 listopada 2020 r. w sprawie kształcenia i szkolenia zawodowego na rzecz zrównoważonej konkurencyjności, sprawiedliwości społecznej i odporności. Zalecenie proponuje, by europejskie ramy odniesienia na rzecz zapewniania jakości w kształceniu i szkoleniu zawodowym (ramy EQAVET) były stosowane w krajowych systemach zapewniania jakości, we wszystkich środowiskach zaangażowanych w organizowanie i prowadzenie kształcenia i szkolenia zawodowego. W dokumencie tym m.in. zaleca się, aby państwa członkowskie podjęły działania na rzecz wdrożenia polityki kształcenia i szkolenia zawodowego, która wyposaża osoby młode i osoby dorosłe w wiedzę, umiejętności i kompetencje pozwalające rozwijać się na zmieniającym się rynku pracy i w zmieniającym się społeczeństwie, [...]; przyczyniły się do osiągnięcia do 2025 r. na szczeblu UE następujących celów, które stanowią element odpowiednich europejskich ram monitorowania, w tym w obszarze kształcenia i szkolenia oraz polityki społecznej i zatrudnienia:

- odsetek zatrudnionych absolwentów kształcenia i szkolenia zawodowego powinien wynosić co najmniej 82%,
- odsetek niedawnych absolwentów kształcenia i szkolenia zawodowego korzystających z możliwości uczenia się w rzeczywistych warunkach pracy w trakcie kształcenia i szkolenia zawodowego wynoszący 60%. Cel ten odnosi się do wszystkich form uczenia się w rzeczywistych warunkach pracy, a przez to będzie przyczyniał się także do poszerzenia możliwości w zakresie przygotowania zawodowego, które mogą być wspierane w ramach gwarancji dla młodzieży [...].

W Załączniku II do zalecenia opisane są kryteria, które warto brać pod uwagę przy planowaniu i prowadzeniu kształcenia i szkolenia zawodowego. Należą do nich m.in.:

- udział wszystkich zainteresowanych (także pracodawców), aby przyjmowane do realizacji cele kształcenia były opisane w sposób pozwalający na ich bieżące monitorowanie,
- w toku realizacji przyjętych celów kształcenia i szkolenia zawodowego uwzględnia się potrzebę stałego rozwoju umiejętności kadr (w tym nauczycieli), wspiera się m.in. wymianę doświadczeń, dobre praktyki, dialog między szkołą i pracodawcami,
- bieżąca i końcowa ocena, czy zakładane rezultaty zostały osiągnięte, w tym warto brać pod uwagę poziom zadowolenia osób, który biorą udział w kształceniu⁷.

W realizacji stażu, prowadzeniu dzienniczka stażu jego uczestnicy muszą mieć na względzie finalne zakończenie stażu uczniowskiego i współpracy w ramach przyjętych modeli: **szkoła – centrum kształcenia zawodowego (ckz) – pracodawca oraz szkoła – pracodawca**. W tym procesie musi być miejsce na stawianie otwartych pytań oraz na swobodne tematyczne rozmawianie.

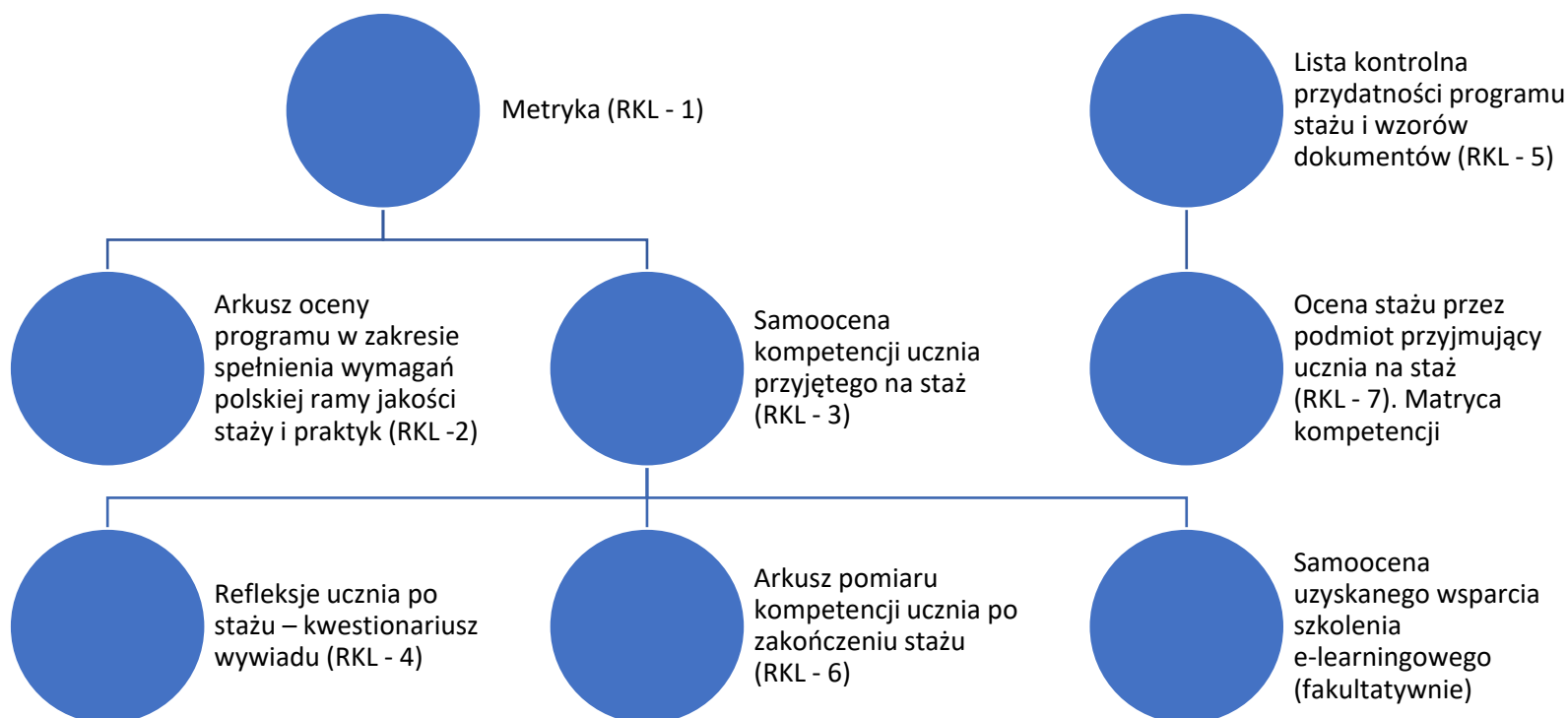
Opracowanie wyników stażu powinno wskazać uczestnikowi stażu jego słabe i mocne strony oraz propozycje uzupełnienia luki kompetencyjnej, jaka zostanie ujawniona w zakresie osiągnięcia na danym etapie kształcenia oczekiwanych efektów uczenia się w zawodzie technik reklamy. Z tym kierunkiem kształcenia są związane stanowiska pracy charakterystyczne dla: specjalisty ds. social media, specjalisty ds. marketingu, projektanta grafiki (art designer), grafika kreatywnego, fotografa, scenarzysty, copywritera, pracownika działu kreatywnego, pracownika działu planowania publikacji, pracownika działu promocji, pracownika działu koncepcji. W miarę możliwości można poszerzyć lub przybliżyć zakres zadań realizowanych w ramach stanowisk pracy występujących u pracodawcy przyjmującego ucznia na staż, charakterystycznych dla pokrewnych z technikiem reklamy grupy zawodów - 333901 Menedżer artystyczny; 333903 Promotor marki (trendsetter); 333904 Sprzedawca reklam internetowych; 333905 Tajemniczy klient (mystery shopper) oraz innych zawodów w branży z grupy zawodów - 732 Robotnicy poligraficzni (7321 Pracownicy przy pracach

⁷Zalecenie Rady z dnia 24 listopada 2020 r. w sprawie kształcenia i szkolenia zawodowego na rzecz zrównoważonej konkurencyjności, sprawiedliwości społecznej i odporności (Dz.U.UE.C.2020.417.1).



przygotowawczych do druku; 732101 Fotograf poligraficzny; 732102 Fotograf w drukarni filmowej; 732107 Montażysta reprodukcyjny; 732190 Pozostali pracownicy przy pracach przygotowawczych do druku).

4. STRUKTURA PORTFOLIO NARZĘDZI ZASAD ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO



5. ZAŁĄCZNIKI – WZORY NARZĘDZI BADAWCZYCH

MATRYCA NARZĘDZI MONITOROWANIA I EWALUACJI STAŻU UCZNIOWSKIEGO

Przedmiot badania narzędzi	Narzędzie	Szkoła uczeń	Szkoła nauczyciel	Podmiot przyjmujący ucznia - staż	Narzędzie/ Uwagi
1. INFORMACJE O UCZNIU, SZKOLE I PODMIOCIE PRZYJMUJĄCYM UCZNIĄ NA STAŻ					
Dokumentacja szkolna uczestnika stażu	Dziennik lekcyjny		X		Dokumentacja przebiegu nauczania
Dokumentacja szkolna	Tygodniowy rozkład zajęć Plan nauczania praktycznej nauki zawodu		X		Dokumentacja oddziału uczestnika stażu
Metryka stażu	Metryka (RKL - 1)	X		X	Narzędzie nr 1
2. PROGRAM NAUCZANIA I ORGANIZACJA STAŻU UCZNIOWSKIEGO					
Dokumentacja szkolna	Program nauczania zawodu		X		Dokumentacja dla zawodu uczestnika stażu
Ocena stopnia spełnienia ram jakości i skuteczności przygotowania zawodowego	Ocena programu (RKL - 2)		X		Narzędzie nr 2
Samoocena kompetencji ucznia przyjętego na staż	Arkusz pomiaru kompetencji ucznia przyjętego na staż (RKL - 3)	X			Narzędzie nr 3
Kadra i jej kompetencje	Arkusz badania dokumentacji i współpracy w zakresie kształcenia zawodowego			X	Narzędzie fakultatywne
Dokumentacja stażu	Umowa o staż uczniowski Dzienniczek stażu uczniowskiego Zaświadczenie z odbytego stażu uczniowskiego	X		X	Narzędzia będące załącznikiem do umowy wraz z programem stażu uczniowskiego

3. EWALUACJA					
Refleksje ucznia po stażu	Kwestionariusz wywiadu (RKL - 4)	X			Narzędzie nr 4
Stopień wykorzystania programu modelowych dokumentów stażu	Lista kontrolna przydatności programu stażu i wzorów dokumentów (RKL - 5)			X	Narzędzie nr 5
Samocena stażu przez ucznia	Arkusz pomiaru kompetencji ucznia po zakończeniu stażu (RKL - 6)	X			Narzędzie nr 6
Ocena stażu przez podmiot przyjmujący ucznia na staż	Matryca kompetencji (RKL - 7)			X	Narzędzie nr 7
Stosowanie narzędzi nauki zdalnej i samodoskonalenia zawodowego	Samocena uzyskanego wsparcia w zakresie szkolenia e-learningowego	X			Dokumentacja fakultatywna

5.1. Metryka stażu (RKL - 1)

Opis podmiotu przyjmującego ucznia na staż. (RKL - 1)

Szanowni Państwo,
podmiot współpracujący ze szkołą/CKP/CKZ(nazwa) w organizacji praktycznej nauki zawodu i stażu uczniowskiego proszony jest o podanie danych dla celów analizy potrzeb i możliwości kształcenia oraz współpracy ze szkołą.

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	

Nazwa kwalifikacji				
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż				
Liczba pracowników zatrudnionych w podmiocie przyjmującym ucznia na staż	1- 10	11 - 50	51-250	251 i więcej
Liczba uczniów przyjętych na PNZ i staże w ostatnich 4 latach	2018 -	2019 -	2020 -	2021 -
Opiekun stażu				
Czas trwania stażu				

Data i podpis osoby sporządzającej informację

5.2. Arkusz oceny programu w zakresie spełnienia wymagań polskiej ramy jakości staży i praktyk (RKL - 2)

Szanowni Państwo,

wypełnienie załączonego arkusza badania pozwoli na dokonanie oceny programu stażu w zakresie spełnienia wymagań polskiej ramy jakości staży i praktyk.

Swoją odpowiedź należy podać w polu poprzez zaznaczenie znakiem „X”.

L.p.	Kryterium oceny	TAK	NIE
	Przygotowanie do realizacji programu stażu i rekrutacja		
1.	Proces rekrutacji do programu jest przeprowadzany rzetelnie.		
2.	Program stażu dostępny jest w formie spisane dokumentu.		
3.	Program jest omówiony w zdefiniowanej grupie odbiorców.		
4.	Miejsce pracy stażysty jest odpowiednio przygotowane.		



5.	Proces podjęcia stażysty funkcjonuje w formie spisanego dokumentu.		
Umowa			
6.	Między zaangażowanymi w program stronami zostaje zawarta pisemna umowa.		
Walog edukacyjny programu stażu			
7.	Program ma zdefiniowane cele edukacyjne.		
8.	Program ma zdefiniowane treści edukacyjne.		
9.	Program ma zdefiniowany zakres obowiązków.		
Opieka i wsparcie dla ucznia			
10.	Opiekunowie wyznaczani są na etapie przygotowań do realizacji programu.		
11.	Opiekun wprowadza stażystę w zakres obowiązków oraz zasady i procedury obowiązujące w podmiocie przyjmującym ucznia na staż.		
12.	Opiekun monitoruje realizację przydzielonego w programie stażu zakresu obowiązków oraz celów edukacyjnych.		
13.	Opiekun udziela informacji zwrotnej praktykantowi na temat osiągniętych wyników i stopnia realizacji zadań.		
Czas trwania, wynagrodzenie i opieka socjalna			
14.	Program stażu ma jasno określony czas trwania		
15.	Ogólne ubezpieczenie zdrowotne oraz ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków są zapewnione praktykantowi podczas trwania programu.		
Ocena programu – omówiono sprawy			
16.	Po ukończeniu programu praktykant otrzymuje pisemne zaświadczenie		
17.	Pracodawca umożliwi stażystę ocenę programu praktyki w formie pisemnej.		

Za pośrednictwem tej metody badawczej mamy nadzieję poznać zdanie środowiska szkolnego oraz pracodawców i dokonać oceny wdrożenia zasad ram jakości staży.

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	



Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	
Osoba sporządzająca/funkcja	

Data, podpis osoby sporządzającej (RKL -2)

Informacja:

Pozyskane dane będą wykorzystane do oceny spełnienia zasad jakości, w zakresie:

- 1) Umowa w formie pisemnej - przed rozpoczęciem przygotowania zawodowego powinna zostać zawarta pisemna umowa definiująca prawa i obowiązki ucznia zawodu, pracodawcy, w zakresie warunków uczenia się i warunków pracy;
- 2) Cele dydaktyczne i szkoleniowe / Efekty uczenia się - pracodawcy powinni uzgodnić zapewnienie zestawu kompleksowych efektów uczenia się określonych w programach szkolnych. Należy zadbać o równowagę między umiejętnościami związanymi z danym stanowiskiem, wiedzą i kompetencjami kluczowymi dla uczenia się przez całe życie, wspierając zarówno rozwój osobisty uczniów zawodu, jak i możliwości ich rozwoju zawodowego przez całe życie, tak by mogli dostosowywać się do zmieniających się modeli kariery zawodowej;
- 3) Wsparcie pedagogiczne – wewnątrz przedsiębiorstw powinni zostać wyznaczeni szkoleniowcy, których zadaniem powinna być ścisła współpraca z podmiotami szkolenia zawodowego ucznia i nauczycielami, tak aby dostarczać wsparcia uczniom zawodu oraz zapewniać wzajemne i regularne przekazywanie informacji zwrotnych. Nauczyciele, szkoleniowcy i opiekunowie, zwłaszcza w mikroprzedsiębiorstwach oraz małych i średnich przedsiębiorstwach, powinni otrzymywać



wsparcie w zakresie podnoszenia swoich umiejętności, wiedzy i kompetencji, tak by mogli szkolić uczniów zawodu zgodnie z najnowszymi metodami nauczania i szkolenia oraz potrzebami rynku pracy;

- 4) Warunki pracy, warunki zdrowia i bezpieczeństwa - w przyjmującym miejscu pracy powinny być spełnione odpowiednie zasady i przepisy dotyczące warunków pracy, w szczególności w zakresie zdrowia i bezpieczeństwa;
- 5) Zapewnianie jakości i monitorowanie losów uczniów zawodu - należy stosować podejścia służące zapewnieniu jakości, uwzględniające europejskie ramy odniesienia na rzecz zapewniania jakości w kształceniu i szkoleniu zawodowym (EQAVET), w tym proces umożliwiający przeprowadzenie prawidłowej i rzetelnej oceny efektów uczenia się. Należy starać się monitorować zatrudnienie i przebieg kariery uczniów zawodu, przy poszanowaniu krajowych i europejskich przepisów ochrony danych;
- 6) Wdrożenie oraz dostęp (Zaangażowanie partnerów społecznych w opracowywanie przygotowania zawodowego, zarządzanie nim i jego wdrażanie, zgodnie z krajowymi systemami w zakresie stosunków pracy, PNZ i stażami) - program jest dostępny bez względu na sposoby organizacji szkoły, udział w grupie dziewcząt czy chłopców itp.

5.3. Samoocena kompetencji ucznia przyjętego na staż (RKL - 3)

Szanowny Stażysto,

podczas nauki w technikum realizujesz program, który zakłada, że technik reklamy w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego wykonuje zadania:

- a) przygotowania elementów strategii reklamowej,
- b) przygotowania elementów kreacji reklamowej,
- c) produkcji reklamy;

oraz w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

- a) planowania kampanii reklamowej,

- b) organizowania sprzedaży reklamowej,
- c) realizowania kampanii reklamowej,
- d) badania przekazu reklamowego.

Prosimy o dokonanie samooceny stopnia osiągnięcia na obecnym etapie nauczania oczekiwanych efektów uczenia się w zawodzie poprzez zaznaczenie odpowiedniego poziomu dla każdego z zapisów, co pozwoli dla Twojego opiekuna na rozpoznanie Twoich możliwości i uwzględnienie potrzeb rozwoju niektórych kompetencji w sposób szczególny.

Kwalifikacja PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego				Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji				
Lp.	Obszar kompetencji	Definicja obszaru – umiejętność:	Nabyte umiejętności i kompetencje Potrafię:	1	2	3	4	5
1.	M.1. Przygotowanie do wykonywania zadań zawodowych	poznawanie podstaw reklamy, przepisów związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy, ergonomią, ochroną przeciwpożarową oraz ochroną środowiska na stanowisku pracy	- zorganizować stanowisko pracy do wykonywania zadań zawodowych zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska					
			- posłużyć się sprzętem technicznym używanym w branży poligraficznej zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska					
			- dbać o czystość i porządek na stanowisku pracy					
			- stosować znaki zakazu, nakazu, ostrzegawcze, ewakuacyjne i ochrony przeciwpożarowej oraz sygnały alarmowe obowiązujące na produkcji					
			- wykonać zadania zawodowe z wykorzystaniem środków ochrony indywidualnej i zbiorowej					
			- stosować terminologię z zakresu reklamy: branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, GRP(Gross Rating Point), CTR (click through rate), ATL (Above The Line),					



			BTL (Below The Line) B2B (5business to business) B2C (business-toconsumer)					
			- charakteryzować usługi reklamowe, w tym stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki i stworzenie projektu graficznego					
			- charakteryzować rodzaje mediów: telewizja, kino, internet, prasa, event, mobile					
			- omówić formy reklamy charakterystyczne dla danego medium: audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (jingiel), banner na fanpage'u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu					
			- określać rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą: agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja mediowa i dom produkcyjny					
			- opisać zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej, w tym obsługi klienta, strategii, kreacji, produkcji					
			- analizować potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych					
			- rozróżniać reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki					
			- wskazać funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi					
			- wskazać instytucje otoczenia branży reklamowej					
			- rozróżniać typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży					
			- wskazać normy i procedury oceny zgodności stosowane podczas realizacji zadań zawodowych					
			- korzystać ze źródeł informacji dotyczących norm i procedur oceny zgodności					



2.	M.2. Realizowanie przekazu reklamowego	stosowanie zasad i technik przekazu reklamowego	- omówić przekaz reklamowy					
			- wskazać na zasady tworzenia przekazu reklamowego					
			- stworzyć strategię przekazu reklamowego					
			- określać odbiorców przekazu reklamowego (grupę docelową)					
			- sporządzić listę wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (brief kreatywny)					
			- dobierać formę tekstu reklamowego do treści przekazu					
			- opracować teksty reklamowe, np. tytuł, body copy, slogan, Voice Over, reklama audio, post na portal społecznościowy, reklama AdWords					
			- dobierać formę do treści					
			- posługiwać się zasadami kompozycji					
			- dobierać kolorystykę projektu					
			- dobierać formę elementów identyfikacji wizualnej do treści przekazu, np. logo, sygnet, logotyp, piktogram, brand book					
			- wykonać elementy identyfikacji wizualnej					
			- dobierać formę reklamy drukowanej do treści przekazu, np. ogłoszenie prasowe, plakat, opakowanie, druk bezadresowy lub adresowy, ulotka, kalendarz, zaproszenie					
			- dobierać rodzaj, charakter i wielkość fontów do układu graficznego i charakteru prezentowanych treści					
			- stosować techniki grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego					
			- stosować techniki fotograficzne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego					
			- dobierać formę reklamy multimedialnej do przekazu reklamowego					
- wykonać scenariusz reklamy audio								
- wykonać storyboard i shootingboard filmu reklamowego								
- wykonać reklamę radiową								



			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać reklamę wideo - korzystać z mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego - dobierać adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej - wykonać reklamę zewnętrzną, np. ambient, billboard, event, marketing doświadczeń, materiały i instalacje w punkcie sprzedaży, na ekranach cyfrowych - posługiwać się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej - wykonać elementy przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na portalach internetowych - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych: sklep internetowy, platforma aukcyjna - wykonać elementy przekazu, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie: emailing, urządzenie mobilne 					
3.	JOZ w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	<ul style="list-style-type: none"> - posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych - komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) 					
4.	KPS w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	<ul style="list-style-type: none"> - wykonać zadania zawodowe podczas uczenia się stosując zasady kultury i etyki - podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych 					

			- komunikować się z innymi uczestnikami podczas realizacji zadań zawodowych zgodnie z przyjętymi normami							
			- angażować się w realizację przypisanych zadań							
5.	OMZ w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	- ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac							
			- monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań							
			- udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań							
			- określać jakość wykonywania przydzielonych zadań							
			- pełnić różne role współpracując w zespole							
Kwalifikacja PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową								Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji		
Lp.	Obszar kompetencji	Definicja obszaru – umiejętność:	Nabyte umiejętności i kompetencje Potrafię:	1	2	3	4	5		
6.	M.3. Planowanie kampanii reklamowej	doskonalenie technik planowania kampanii reklamowej	- dobierać techniki twórczego myślenia do zadania w procesie tworzenia reklamy: strategia komunikacji, koncepcja kreatywna, tworzenie nowych nośników							
			- wskazać cechy komunikatów, np. spójny, dopasowany do odbiorcy, precyzyjny							
			- dokonać analizy zachowania konsumenta							
			- korzystać z motywacji emocjonalnej odbiorcy reklamy w tworzeniu przekazu reklamowego							
			- stosować kolor i kształt jako narzędzie oddziaływania na psychikę odbiorcy reklamy							
			- dokonać analizy znaczenia społeczno-kulturowego symboli							
			- przestrzegać norm etycznych w działalności reklamowej							
			- stosować ogólne i specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego: sposoby korzystania z wizerunku, licencjonowanie, banki zdjęć							



			- opracować strategię komunikacji marki, w tym określa cele komunikacji, grupę docelową, potrzebę konsumentów, główny przekaz reklamy, komunikowane korzyści konsumenckie					
			- dobierać argumenty wspierające komunikowanie korzyści					
			- określać osobowość marki, charakter i ton przekazu					
			- tworzyć listę wytycznych (brief)					
			- opracować plan kampanii reklamowej					
			- sprzedać zleceniodawcy kampanię reklamową					
			- planować cele i etapy kampanii reklamowej					
			- określać budżet kampanii reklamowej					
			- tworzyć plan mediów					
			- optymalizować parametry kampanii medialnej: budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu					
			- tworzyć plan kampanii reklamowej					
			- przygotować prezentację sprzedażową kampanii reklamowej dla zleceniodawcy					
			- przedstawić zleceniodawcy przygotowany dla niego projekt kampanii reklamowej					
			- uzasadnić projekt w świetle pytań i zarzutów zleceniodawcy					
7.	M.4. Realizowanie kampanii reklamowej	zarządzanie informacją i realizacją kampanii reklamowej	- gromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej					
			- analizować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej					
			- syntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej					
			- udostępniać przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej					
			- rozdzielać zadania w ramach kampanii zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem					
			- monitorować postęp realizacji zadań					
			- weryfikować jakość przygotowanych elementów kampanii reklamowej					



			- realizować emisję kampanii reklamowej					
			- przygotować raport dla zleceniodawcy podsumowujący stan realizacji kampanii reklamowej					
8.	M5. Analizowanie skuteczności kampanii reklamowej	analizowanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej	- dobierać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej					
			- konfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej					
			- dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, w tym w mediach cyfrowych: dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych					
			- interpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej					
			- oceniać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników					
			- prezentować wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji					
			- prezentować wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej					
			- opisać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE					
9.	JOZ w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	- posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych					
			- komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową)					
10.	KPS w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	- wykonać zadania zawodowe stosując zasady kultury i etyki					
			- podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych					
			- planować wykonanie zadania					
			- angażować się w realizację przypisanych zadań					

11.	OMZ w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	- ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac					
			- monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań					
			- udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań					
			- określać jakość wykonywania przydzielonych zadań					
			- pełnić różne role współpracując w zespole					

Uwaga: Kształtowanie KPS, JOZ i OMZ należy realizować w ramach obu kwalifikacji. Uczeń realizujący staż, proszony jest o uwzględnienie w samoocenie również tych modułów. Zakres podawanych informacji należy dostosować do ustalonego obszaru kształcenia w trakcie stażu, w zależności od ilości godzin i możliwości realizacji treści w podmiocie przyjmującym ucznia na staż.

Legenda- poziom:

Brak kompetencji A(1)	Brak przyswojenia danej kompetencji. Brak pożądanych zachowań, popełnianie błędów, wyraźna nieumiejętność radzenia sobie z zadaniami wymagającymi danej kompetencji i w podejmowanych działaniach
Uczący się B(2)	Przyswojenie kompetencji w stopniu podstawowym. Jest ona wykorzystywana w sposób nieregularny. Wymagane jest aktywne wsparcie i nadzór ze strony bardziej doświadczonych osób
Dobry C(3)	Kompetencja przyswojona w stopniu dobrym – samodzielne i poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji, problemy z nieco trudniejszymi zadaniami, podczas praktycznego jej wykorzystania w trakcie realizacji zadań zawodowych, błędy w przypadku nowych, niestandardowych sytuacji
Bardzo dobry D(4)	Kompetencja przyswojona w stopniu bardzo dobrym, pozwalającym na bardzo dobrą realizację zadań z danego zakresu oraz przekazywanie innych własnych doświadczeń, bezbłędna realizacja zadań, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami. Przejawianie pozytywnych zachowań opisujących daną kompetencję; w sposób płynny, radzi sobie z trudnymi zadaniami, również w niestandardowych sytuacjach
Wybitny E(5)	Kompetencja przyswojona w stopniu doskonałym. Zdolność do twórczego wykorzystania i rozwijania wiedzy, umiejętności i postaw właściwych dla danego zakresu działań. ⁸ Wysoki poziom automatyzmu wykonywanych czynności. Przejawianie nowych zachowań z zakresu danej kompetencji, wyznaczanie w tym obszarze tendencji i trendów.

⁸Źródło: G. Filipowicz, „Pracownik wyskalowany czyli metody i narzędzia pomiaru kompetencji” Personel 1-31 lipca 2002, Warszawa , s. 26



(RKL - 3) Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	
Osoba sporządzająca/pełniona funkcja	

Data, podpis osoby sporządzającej - **Arkusze pomiaru kompetencji ucznia przyjętego na staż (RKL – 3)**

.....

Komentarz:

Plan realizacji staży uczniowskich, który zostanie dostosowany do indywidualnych potrzeb stażu uczniowskiego w podmiocie przyjmującym ucznia na staż dla zawodu technik reklamy zakłada realizację następujących modułów i jednostek modułowych:

Narzędzia posiadają odniesienie do planu nauczania praktycznej nauki zawodu:

MODUŁ Symbol i nazwa	JEDNOSTKI MODUŁOWE Symbol i nazwa (wybrane stanowiska)
--------------------------------	--



M.1. Przygotowanie do wykonywania zadań zawodowych	M.1.JM.1. Przestrzeganie przepisów związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy, ergonomią, ochroną przeciwpożarową i ochroną środowiska (wszystkie stanowiska)
	M.1.JM.2. Stosowanie wiedzy z zakresu psychologii, norm etycznych i przepisów prawa w zakresie reklamy (wszystkie stanowiska)
M.2. Realizowanie przekazu reklamowego	M.2.JM.1. Tworzenie strategii przekazu reklamowego (specjalista ds. reklamy, specjalista ds. marketingu, menedżer marki, autor tekstów i sloganów reklamowych menedżer produktu)
	M.2.JM.2. Wytwarzanie elementów przekazu reklamowego (specjalista ds. reklamy, fotograf produktowy, grafik kreatywny)
	M.2.JM.3. Wykonywanie projektów reklam (grafik kreatywny, itp.)
M.3. Planowanie kampanii reklamowej	M.3.JM.1. Tworzenie strategii komunikacji marki (menedżer marki, specjalista ds. reklamy, specjalista ds. e-commerce, specjalista ds. marketingu, analityk trendów rynkowych)
	M.3.JM.2. Opracowywanie planu kampanii reklamowej (menedżer marki, specjalista ds. reklamy, specjalista ds. e-commerce, specjalista ds. marketingu, specjalista ds. komunikacji zewnętrznej)
	M.3.JM.3. Sprzedawanie kampanii reklamowej zleceniodawcy (specjalista ds. reklamy, specjalista ds. marketingu)
M.4. Realizowanie kampanii reklamowej	M.4.JM.1. Zarządzanie informacją w procesie realizacji kampanii (specjalista ds. reklamy specjalista ds. marketingu, specjalista ds. e-commerce)
	M.4.JM.2. Zarządzanie procesem realizacji kampanii reklamowej (specjalista ds. reklamy specjalista ds. marketingu, specjalista ds. e-commerce)
M.5. Analizowanie skuteczności kampanii reklamowej	M.5.JM.1. Planowanie badań efektywności kampanii reklamowej i opracowanie wyników (analityk trendów rynkowych specjalista ds. reklamy specjalista ds. marketingu, specjalista ds. e-commerce)
	M.5.JM.2. Ocenianie i prezentowanie wyników badań skuteczności kampanii reklamowej (specjalista ds. reklamy specjalista ds. marketingu, specjalista ds. e-commerce)

Uwaga:

- Pracodawca przyjmujący na staż z zakresu kształcenia zawodowego powinien stwarzać uczniom warunki do nabywania kompetencji personalnych i społecznych oraz języka obcego zawodowego.
- Przyjętą orientacyjną liczbę godzin należy dostosować do wymiaru godzin określonego w przepisach w sprawie ramowych planów nauczania dla publicznych szkół, przewidzianego dla kształcenia zawodowego w danym typie szkoły, zachowując minimalną liczbę godzin wskazanych w tabeli dla efektów kształcenia właściwych dla kwalifikacji. Propozycja realizacji wybranego zakresu dla stażu powinna być dostosowana oraz zmodyfikowana do obowiązującego programu nauczania w szkole macierzystej ucznia-stażysty; w toku weryfikacji należy odnieść się do efektów kształcenia celem zaliczenia stażu uczniowskiego. Ilość godzin realizowanych na stażu będzie ustalana z pracodawcą indywidualnie przez stażystę.

5.4. Refleksje ucznia po stażu – kwestionariusz wywiadu (RKL - 4)

Lp.	Weryfikowane postępowanie – ocena organizacji stażu	TAK	NIE
1.	Czy podmiot przyjmujący Ciebie na staż uczniowski zapewnił dostęp do atrakcyjnych dla Ciebie stanowisk pracy?		
2.	Czy odbyłaś(eś) przeszkolenie w zakresie bhp przed dopuszczeniem Ciebie do pracy?		
3.	Czy zostałeś(eś) zapoznany z obowiązującymi w zakładzie przepisami, regulaminami?		
4.	Czy zawsze były na stanowisku stosowane środki ochrony indywidualnej?		
5.	Czy szkoła zapoznała Ciebie ze sposobem zaliczenia stażu uczniowskiego do praktycznej nauki zawodu opisanej programem stażu?		
6.	Czy opiekun stażu omawiał z Tobą zadania, które obejmował staż?		
7.	Czy w wykonywaniu zadań zawodowych pomagali Tobie inni pracownicy z działu, itp.?		
8.	Czy prowadzenie dokumentacji stażu sprawiło Tobie problemy?		
9.	Czy staż spełnił Twoje oczekiwania?		



10.	Czy oczekiwania przed rozpoczęciem stażu zostały w wybranym zakresie spełnione?		
11.	Czy nabyłaś/eś nowe umiejętności, które nie były realizowane w szkole/CKZ?		
12.	Czy chciałabyś/byś w przyszłości pracować w podmiocie, gdzie realizowany był staż uczniowski?		
13.	Na jakim stanowisku możesz w przyszłości najlepiej się sprawdzić w przyszłej pracy?		

(RKL - 4) Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	

Data, podpis osoby sporządzającej (RKL - 4)

5.5. Lista kontrolna przydatności programu stażu i wzorów dokumentów (RKL - 5)

Badanie ewaluacyjne w końcowym etapie stażu ma na celu określenie stopnia wykorzystania programu stażu i wzorów dokumentów dla potrzeb realizacji stażu.

Proszę o zaznaczenie pola znakiem po stwierdzeniu, że dany element z programu stażu był stosowany.

Uwaga: Przy wypełnianiu checklisty elektronicznie należy pole wskazać kursorem i kliknąć na nim, kolejne kliknięcie zdejmuje zaznaczenie pola.

- Podstawowe informacje o zawodzie
- Rozwiązania organizacyjne w zakresie realizacji staży uczniowskich w przedsiębiorstwie
- Sposób angażowania szkoły, kierowników szkolenia praktycznego, nauczycieli w realizację stażu uczniowskiego w przedsiębiorstwie
 - Wymagania kwalifikacyjne opiekuna stażu uczniowskiego
 - Planowanie realizacji praktycznej nauki zawodu w zakresie staży uczniowskich w przedsiębiorstwie z opisem nabytych umiejętności i kompetencji na stanowiskach pracy w zakresie modułów i jednostek modułowych
 - Wyposażenie dydaktyczne niezbędne do realizacji praktycznej nauki zawodu w zakresie staży uczniowskich w przedsiębiorstwie
- Ewaluacja realizacji praktycznej nauki zawodu w zakresie staży uczniowskich w przedsiębiorstwie i szkole
- Wykaz proponowanej literatury
- Wzór umowy o staż uczniowski
- Lista obecności ucznia odbywającego staż uczniowski - wzór
- Wzór dzienniczka z przebiegu stażu uczniowskiego
- Wzór zaświadczenia o odbyciu stażu uczniowskiego
- Wzór wniosku do dyrektora szkoły o zwolnienie z obowiązku odbycia praktycznej nauki zawodu w całości lub w części określonych efektów na podstawie odbytego stażu
 - Dyscyplina pracy ucznia nie budziła większych zastrzeżeń
 - Uczeń był zaangażowany w stawiane zadania podczas stażu uczniowskiego



Proszę o ewentualne uwagi do programu stażu uczniowskiego?

.....

Metryczka do listy kontrolnej

Imię i nazwisko ucznia realizującego staż	
Nazwa szkoły, w której uczy się stażysta/klasa	
Nazwa i numer zawodu	
Nazwa kwalifikacji, z której są realizowane efekty kształcenia podczas stażu	
Nazwa podmiotu, w którym uczeń odbywał staż i miejsce jego realizacji	
Opiekun stażu	
Okres stażu	
Osoba wypełniająca checklistę/funkcja	

Data i podpis osoby sporządzającej listę kontrolną

5.6. Samoocena stażu przez ucznia - Arkusz pomiaru kompetencji ucznia po zakończeniu stażu (RKL - 6)

Szanowny Stażysto,
podczas stażu realizowałeś/eś program, który uwzględniał efekty kształcenia programu zawodu realizowanego w technikum, który opisuje sposób Twojego przygotowania do wykonywania zadań zawodowych technik reklamy w zakresie kwalifikacji PGF.07.

Wykonywanie przekazu reklamowego:

- a) przygotowania elementów strategii reklamowej,
- b) przygotowania elementów kreacji reklamowej,
- c) produkcji reklamy;

oraz w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

- a) planowania kampanii reklamowej,
- b) organizowania sprzedaży reklamowej,
- c) realizowania kampanii reklamowej,
- d) badania przekazu reklamowego.

Po zakończeniu stażu powinieneś spotkać się z opiekunem stażu w miejscu świadczenia pracy, aby omówić swój staż. Rozmowa powinna wskazać Tobie osiągnięte lub pożądane wyniki twojego stażu. Postaraj się pozyskać dla siebie informacje zwrotne na temat mocnych i słabych stron, a następnie dokonaj samooceny.

Prosimy o określenie stopnia osiągnięcia oczekiwanych efektów uczenia się w zawodzie po ukończeniu stażu z uwzględnieniem nauki w szkole, poprzez zaznaczenie odpowiedniego poziomu dla każdego z zapisów. Rzetelne odpowiedzi pozwolą nauczycielom szkoły uwzględnić Twoje możliwości i potrzeby uzupełnienia rozwoju niektórych kompetencji w celu osiągnięcia dużej skuteczności uczenia się w zawodzie.

Kwalifikacja PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego				Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji					Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów ⁹
Lp.	Obszar kompetencji	Definicja obszaru – umiejętność:	Nabyte umiejętności i kompetencje Potrafię:	1	2	3	4	5	
1.	M.1. Przygotowanie do	poznawanie podstaw reklamy, przepisów	- zorganizować stanowisko pracy do wykonywania zadań zawodowych zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny						

⁹ Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów należy odnieść do aktualnego poziomu kształcenia uczniów, uwzględnić tylko te elementy, które będą realizowane podczas stażu



wykonywania zadań zawodowych	związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy, ergonomią, ochroną przeciwpożarową oraz ochroną środowiska na stanowisku pracy	pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska						
		- posłużyć się sprzętem technicznym używanym w branży poligraficznej zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska						
		- dbać o czystość i porządek na stanowisku pracy						
		- stosować znaki zakazu, nakazu, ostrzegawcze, ewakuacyjne i ochrony przeciwpożarowej oraz sygnały alarmowe obowiązujące na produkcji						
		- wykonać zadania zawodowe z wykorzystaniem środków ochrony indywidualnej i zbiorowej						
		- stosować terminologię z zakresu reklamy: branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, GRP(Gross Rating Point), CTR (click through rate), ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) B2B (5business to business) B2C (business-toconsumer)						
		- charakteryzować usługi reklamowe, w tym stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki i stworzenie projektu graficznego						
		- charakteryzować rodzaje mediów: telewizja, kino, internet, prasa, event, mobile						
		- omówić formy reklamy charakterystyczne dla danego medium: audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (jingiel), banner na fanpage'u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu						



			- określać rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą: agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja mediowa i dom produkcyjny						
			- opisać zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej, w tym obsługi klienta, strategii, kreacji, produkcji						
			- analizować potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych						
			- rozróżniać reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki						
			- wskazać funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi						
			- wskazać instytucje otoczenia branży reklamowej						
			- rozróżniać typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży						
			- wskazać normy i procedury oceny zgodności stosowane podczas realizacji zadań zawodowych						
			- korzystać ze źródeł informacji dotyczących norm i procedur oceny zgodności						
2.	M.2. Realizowanie przekazu reklamowego	stosowanie zasad i technik przekazu reklamowego	- omówić przekaz reklamowy						
			- wskazać na zasady tworzenia przekazu reklamowego						
			- tworzyć strategię przekazu reklamowego						
			- określać odbiorców przekazu reklamowego (grupę docelową)						
			- sporządzić listę wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (brief kreatywny)						
			- dobierać formę tekstu reklamowego do treści przekazu						



- opracować teksty reklamowe, np. tytuł, body copy, slogan, Voice Over, reklama audio, post na portal społecznościowy, reklama AdWords							
- dobierać formę do treści							
- posługiwać się zasadami kompozycji							
- dobierać kolorystykę projektu							
- dobierać formę elementów identyfikacji wizualnej do treści przekazu, np. logo, sygnet, logotyp, piktogram, brand book							
- wykonać elementy identyfikacji wizualnej							
- dobierać formę reklamy drukowanej do treści przekazu, np. ogłoszenie prasowe, plakat, opakowanie, druk bezadresowy lub adresowy, ulotka, kalendarz, zaproszenie							
- dobierać rodzaj, charakter i wielkość fontów do układu graficznego i charakteru prezentowanych treści							
- stosować techniki grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego							
- stosować techniki fotograficzne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego							
- dobierać formę reklamy multimedialnej do przekazu reklamowego							
- wykonać scenariusz reklamy audio							
- wykonać storyboard i shootingboard filmu reklamowego							
- wykonać reklamę radiową							
- wykonać reklamę wideo							
- korzystać z mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego							



			<ul style="list-style-type: none"> - dobierać adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać reklamę zewnętrzną, np. ambient, billboard, event, marketing doświadczeń, materiały i instalacje w punkcie sprzedaży, na ekranach cyfrowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - posługiwać się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na portalach internetowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych: sklep internetowy, platforma aukcyjna 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie: emailing, urządzenie mobilne 						
3.	JOZ w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	<ul style="list-style-type: none"> - posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych - komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) 						
4.	KPS w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	<ul style="list-style-type: none"> - wykonać zadania zawodowe podczas uczenia się stosując zasady kultury i etyki - podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych 						

			- komunikować się z innymi uczestnikami podczas realizacji zadań zawodowych zgodnie z przyjętymi normami						
			- angażować się w realizację przypisanych zadań						
5.	OMZ w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	- ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac						
			- monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań						
			- udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań						
			- określać jakość wykonywania przydzielonych zadań						
			- pełnić różne role współpracując w zespole						
Kwalifikacja PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową				Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji					Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów¹⁰
Lp.	Obszar kompetencji	Definicja obszaru – umiejętność:	Nabyte umiejętności i kompetencje Potrafię:	1	2	3	4	5	
5.	M.3. Planowanie kampanii reklamowej	doskonalenie technik planowania kampanii reklamowej	- dobierać techniki twórczego myślenia do zadania w procesie tworzenia reklamy: strategia komunikacji, koncepcja kreatywna, tworzenie nowych nośników						
			- wskazać cechy komunikatów, np. spójny, dopasowany do odbiorcy, precyzyjny						
			- dokonać analizy zachowania konsumenta						

¹⁰ Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów należy odnieść do aktualnego poziomu kształcenia uczniów, uwzględnić tylko te elementy, które będą realizowane podczas stażu



- korzystać z motywacji emocjonalnej odbiorcy reklamy w tworzeniu przekazu reklamowego							
- stosować kolor i kształt jako narzędzie oddziaływania na psychikę odbiorcy reklamy							
- dokonać analizy znaczenia społeczno-kulturowego symboli							
- przestrzegać norm etycznych w działalności reklamowej							
- stosować ogólne i specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego: sposoby korzystania z wizerunku, licencjonowanie, banki zdjęć							
- opracować strategię komunikacji marki, w tym określa cele komunikacji, grupę docelową, potrzebę konsumentów, główny przekaz reklamy, komunikowane korzyści konsumenckie							
- dobierać argumenty wspierające komunikowanie korzyści							
- określać osobowość marki, charakter i ton przekazu							
- tworzyć listę wytycznych (brief)							
- opracować plan kampanii reklamowej							
- sprzedać zleceniodawcy kampanię reklamową							
- planować cele i etapy kampanii reklamowej							
- określać budżet kampanii reklamowej							
- tworzyć plan mediów							
- optymalizować parametry kampanii medialnej: budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu							
- tworzyć plan kampanii reklamowej							
- przygotować prezentację sprzedażowej kampanii reklamowej dla zleceniodawcy							



			- przedstawić zleceniodawcy przygotowany dla niego projekt kampanii reklamowej						
			- uzasadnić projekt w świetle pytań i zarzutów zleceniodawcy						
7.	M.4. Realizowanie kampanii reklamowej	zarządzanie informacją i realizacją kampanii reklamowej	- gromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej						
			- analizować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej						
			- syntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej						
			- udostępniać przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej						
			- rozdzielać zadania w ramach kampanii zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem						
			- monitorować postęp realizacji zadań						
			- weryfikować jakość przygotowanych elementów kampanii reklamowej						
			- realizować emisję kampanii reklamowej						
			- przygotować raport dla zleceniodawcy podsumowujący stan realizacji kampanii reklamowej						
8.	M5. Analizowanie skuteczności kampanii reklamowej	analizowanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej	- dobierać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej						
			- konfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej						
			- dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, w tym						



			w mediach cyfrowych: dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych						
			- interpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej						
			- oceniać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników						
			- prezentować wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji						
			- prezentować wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej						
			- opisać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE						
9.	JOZ w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	- posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych						
			- komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową)						
10.	KPS w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	- wykonać zadania zawodowe stosując zasady kultury i etyki						
			- podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych						
			- planować wykonanie zadania						
			- angażować się w realizację przypisanych zadań						
11.	OMZ w PGF.08. Zarządzanie	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	- ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac						
			- monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań						



kampanią reklamową	- udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań								
	- określać jakość wykonywania przydzielonych zadań								
	- pełnić różne role współpracując w zespole								

Uwaga: Kształtowanie KPS, JOZ i OMZ należy realizować w ramach obu kwalifikacji. Uczeń realizujący staż, proszony jest o uwzględnienie w samoocenie również tych modułów. Zakres podawanych informacji należy dostosować do ustalonego obszaru kształcenia w trakcie stażu, w zależności od ilości godzin i możliwości realizacji treści w podmiocie przyjmującym ucznia na staż.

Legenda- poziom:

Brak kompetencji A(1)	Brak przyswojenia danej kompetencji. Brak pożądanych zachowań, popełnianie błędów, wyraźna nieumiejętność radzenia sobie z zadaniami wymagającymi danej kompetencji i w podejmowanych działaniach
Uczący się B(2)	Przyswojenie kompetencji w stopniu podstawowym. Jest ona wykorzystywana w sposób nieregularny. Wymagane jest aktywne wsparcie i nadzór ze strony bardziej doświadczonych osób
Dobry C(3)	Kompetencja przyswojona w stopniu dobrym – samodzielne i poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji, problemy z nieco trudniejszymi zadaniami, podczas praktycznego jej wykorzystania w trakcie realizacji zadań zawodowych, błędy w przypadku nowych, niestandardowych sytuacji
Bardzo dobry D(4)	Kompetencja przyswojona w stopniu bardzo dobrym, pozwalającym na bardzo dobrą realizację zadań z danego zakresu oraz przekazywanie innych własnych doświadczeń, bezbłędna realizacja zadań, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami. Przejawianie pozytywnych zachowań opisujących daną kompetencję; w sposób płynny, radzi sobie z trudnymi zadaniami, również w niestandardowych sytuacjach
Wybitny E(5)	Kompetencja przyswojona w stopniu doskonałym. Zdolność do twórczego wykorzystania i rozwijania wiedzy, umiejętności i postaw właściwych dla danego zakresu działań. ¹¹ Wysoki poziom automatyzmu wykonywanych czynności. Przejawianie nowych zachowań z zakresu danej kompetencji, wyznaczanie w tym obszarze tendencji i trendów.

Prosimy o wskazanie Twoich osiągnięć lub sukcesów podczas stażu?

¹¹Źródło: G. Filipowicz, „Pracownik wyskalowany czyli metody i narzędzia pomiaru kompetencji” Personel 1-31 lipca 2002, Warszawa , s. 26



Prosimy o określenie Twoich dalszych potrzeb szkoleniowych:

(RKL - 6) Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	

Data, podpis osoby sporządzającej - Arkusz pomiaru kompetencji ucznia po zakończeniu stażu (RKL - 6)

.....

5.7. Ocena stażu przez podmiot przyjmujący ucznia na staż (RKL - 7). Matryca kompetencji.

Szanowny Opiekunie ucznia realizującego staż uczniowski,
podczas stażu realizowałeś/eś ze stażystą program stażu, który zawierał efekty kształcenia programu dla zawodu oraz przygotowanie do wykonywania zadań zawodowych technik reklamy w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego:

- a) przygotowania elementów strategii reklamowej,
- b) przygotowania elementów kreacji reklamowej,
- c) produkcji reklamy;

oraz w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

- a) planowania kampanii reklamowej,
- b) organizowania sprzedaży reklamowej,
- c) realizowania kampanii reklamowej,
- d) badania przekazu reklamowego.

Po zakończeniu stażu powinieneś spotkać się z uczniem realizującym staż w miejscu świadczenia pracy, aby omówić przebieg stażu. Rozmowa powinna wskazać stażyście osiągnięte lub pożądane wyniki stażu. Postaraj się rozmawiać na temat mocnych i słabych stron, a następnie dokonaj oceny stażu wypełniając matrycę kompetencji, która zostanie poddana analizie w szkole celem ustalenia luki kompetencyjnej i udzielenia wsparcia w jej zniwelowaniu.

Prosimy o określenie stopnia osiągnięcia oczekiwanych efektów uczenia się w zawodzie po ukończeniu stażu z uwzględnieniem zapisów programu stażu, poprzez zaznaczenie odpowiedniego poziomu rozwoju kompetencji w określonej skali.

Kwalifikacja PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji	Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów¹²	Luka kompetencyjna (różnica wskaźnik 2 i wskaźnik 1)
	Wskaźnik 1	Wskaźnik 2	Wynik (+/-)

¹² Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów należy odnieść do aktualnego poziomu kształcenia uczniów, uwzględnić tylko te elementy, które będą realizowane podczas stażu



Lp.	Obszar kompetencji	Definicja obszaru – umiejętność:	Nabyte umiejętności i kompetencje Potrafię:	1	2	3	4	5				
1.	M.1. Przygotowanie do wykonywania zadań zawodowych	poznawanie podstaw reklamy, przepisów związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy, ergonomią, ochroną przeciwpożarową oraz ochroną środowiska na stanowisku pracy	- zorganizować stanowisko pracy do wykonywania zadań zawodowych zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska									
			- posłużyć się sprzętem technicznym używanym w branży poligraficznej zgodnie z wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska									
			- dbać o czystość i porządek na stanowisku pracy									
			- stosować znaki zakazu, nakazu, ostrzegawcze, ewakuacyjne i ochrony przeciwpożarowej oraz sygnały alarmowe obowiązujące na produkcji									
			- wykonać zadania zawodowe z wykorzystaniem środków ochrony indywidualnej i zbiorowej									
			- stosować terminologię z zakresu reklamy: branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, GRP(Gross Rating Point), CTR (click through rate), ATL (Above The Line), BTL (Below The Line) B2B (business to business) B2C (business-toconsumer)									
			- charakteryzować usługi reklamowe, w tym stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup									



	powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki i stworzenie projektu graficznego							
	- charakteryzować rodzaje mediów: telewizja, kino, internet, prasa, event, mobile							
	- omówić formy reklamy charakterystyczne dla danego medium: audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (jingiel), banner na fanpage'u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu							
	- określać rodzaje podmiotów gospodarczych zajmujących się reklamą: agencja reklamowa, agencja interaktywna, agencja mediowa i dom produkcyjny							
	- opisać zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej, w tym obsługi klienta, strategii, kreacji, produkcji							
	- analizować potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych							
	- rozróżniać reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki							
	- wskazać funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi							
	- wskazać instytucje otoczenia branży reklamowej							
	- rozróżniać typy działań promocyjnych, np. promocja cenowa, sprzedaż osobista, PR (public relations) i promocja sprzedaży							
	- wskazać normy i procedury oceny zgodności stosowane podczas realizacji zadań zawodowych							



			- korzystać ze źródeł informacji dotyczących norm i procedur oceny zgodności						
2.	M.2. Realizowanie przekazu reklamowego	stosowanie zasad i technik przekazu reklamowego	- omówić przekaz reklamowy						
			- wskazać na zasady tworzenia przekazu reklamowego						
			- tworzyć strategię przekazu reklamowego						
			- określać odbiorców przekazu reklamowego (grupę docelową)						
			- sporządzić listę wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (brief kreatywny)						
			- dobierać formę tekstu reklamowego do treści przekazu						
			- opracować teksty reklamowe, np. tytuł, body copy, slogan, Voice Over, reklama audio, post na portal społecznościowy, reklama AdWords						
			- dobierać formę do treści						
			- posługiwać się zasadami kompozycji						
			- dobierać kolorystykę projektu						
			- dobierać formę elementów identyfikacji wizualnej do treści przekazu, np. logo, sygnet, logotyp, piktogram, brand book						
			- wykonać elementy identyfikacji wizualnej						
			- dobierać formę reklamy drukowanej do treści przekazu, np. ogłoszenie prasowe, plakat, opakowanie, druk bezadresowy lub adresowy, ulotka, kalendarz, zaproszenie						
			- dobierać rodzaj, charakter i wielkość fontów do układu graficznego i charakteru prezentowanych treści						



- stosować techniki grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego								
- stosować techniki fotograficzne w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego								
- dobierać formę reklamy multimedialnej do przekazu reklamowego								
- wykonać scenariusz reklamy audio								
- wykonać storyboard i shootingboard filmu reklamowego								
- wykonać reklamę radiową								
- wykonać reklamę wideo								
- korzystać z mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego								
- dobierać adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej								
- wykonać reklamę zewnętrzną, np. ambient, billboard, event, marketing doświadczeń, materiały i instalacje w punkcie sprzedaży, na ekranach cyfrowych								
- posługiwać się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy								
- wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej								
- wykonać elementy przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych								



			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na portalach internetowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych: sklep internetowy, platforma aukcyjna 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wykonać elementy przekazu, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie: emailing, urządzenie mobilne 						
3.	JOZ w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	<ul style="list-style-type: none"> - posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) 						
4.	KPS w PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	<ul style="list-style-type: none"> - wykonać zadania zawodowe podczas uczenia się stosując zasady kultury i etyki 						
			<ul style="list-style-type: none"> - podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - komunikować się z innymi uczestnikami podczas realizacji zadań zawodowych zgodnie z przyjętymi normami 						
			<ul style="list-style-type: none"> - angażować się w realizację przypisanych zadań 						
5.	OMZ w PGF.07. Wykonywanie	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	<ul style="list-style-type: none"> - ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac 						
			<ul style="list-style-type: none"> - monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań 						

	przekazu reklamowego		<ul style="list-style-type: none"> - udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań 						
			<ul style="list-style-type: none"> - określać jakość wykonywania przydzielonych zadań 						
			<ul style="list-style-type: none"> - pełnić różne role współpracując w zespole 						
Kwalifikacja PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową				Wskaźniki/skala rozwoju kompetencji			Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów¹³	Luka kompetencyjna (różnica wskaźnik 2 i wskaźnik 1)	
				Wskaźnik 1			Wskaźnik 2	Wynik (+/-)	
6.	M.3. Planowanie kampanii reklamowej	doskonalenie technik planowania kampanii reklamowej	<ul style="list-style-type: none"> - dobierać techniki twórczego myślenia do zadania w procesie tworzenia reklamy: strategia komunikacji, koncepcja kreatywna, tworzenie nowych nośników 						
			<ul style="list-style-type: none"> - wskazać cechy komunikatów, np. spójny, dopasowany do odbiorcy, precyzyjny 						
			<ul style="list-style-type: none"> - dokonać analizy zachowania konsumenta 						
			<ul style="list-style-type: none"> - korzystać z motywacji emocjonalnej odbiorcy reklamy w tworzeniu przekazu reklamowego 						
			<ul style="list-style-type: none"> - stosować kolor i kształt jako narzędzie oddziaływania na psychikę odbiorcy reklamy 						
			<ul style="list-style-type: none"> - dokonać analizy znaczenia społeczno-kulturowego symboli 						
			<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegać norm etycznych w działalności reklamowej 						
			<ul style="list-style-type: none"> - stosować ogólne i specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego: 						

¹³ Oczekiwany wynik średni dla zespołu uczniów należy odnieść do aktualnego poziomu kształcenia uczniów, uwzględnić tylko te elementy, które będą realizowane podczas stażu



			sposoby korzystania z wizerunku, licencjonowanie, banki zdjęć						
			- opracować strategię komunikacji marki, w tym określa cele komunikacji, grupę docelową, potrzebę konsumentów, główny przekaz reklamy, komunikowane korzyści konsumenckie						
			- dobierać argumenty wspierające komunikowanie korzyści						
			- określać osobowość marki, charakter i ton przekazu						
			- tworzyć listę wytycznych (brief)						
			- opracować plan kampanii reklamowej						
			- sprzedać zleceniodawcy kampanię reklamową						
			- planować cele i etapy kampanii reklamowej						
			- określać budżet kampanii reklamowej						
			- tworzyć plan mediów						
			- optymalizować parametry kampanii medialnej: budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu						
			- tworzyć plan kampanii reklamowej						
			- przygotować prezentację sprzedażową kampanii reklamowej dla zleceniodawcy						
			- przedstawić zleceniodawcy przygotowany dla niego projekt kampanii reklamowej						
			- uzasadnić projekt w świetle pytań i zarzutów zleceniodawcy						
7.	M.4. Realizowanie	zarządzanie informacją	- gromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej						



	kampanii reklamowej	i realizacją kampanii reklamowej	- analizować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej							
			- syntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej							
			- udostępniać przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej							
			- rozdzielać zadania w ramach kampanii zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem							
			- monitorować postęp realizacji zadań							
			- weryfikować jakość przygotowanych elementów kampanii reklamowej							
			- realizować emisję kampanii reklamowej							
			- przygotować raport dla zleceniodawcy podsumowujący stan realizacji kampanii reklamowej							
8.	M5. Analizowanie skuteczności kampanii reklamowej	analizowanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej	- dobierać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej							
			- konfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej							
			- dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, w tym w mediach cyfrowych: dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych							
			- interpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej							



			<ul style="list-style-type: none"> - oceniać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników 						
			<ul style="list-style-type: none"> - prezentować wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji 						
			<ul style="list-style-type: none"> - prezentować wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej 						
			<ul style="list-style-type: none"> - opisać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE 						
9.	JOZ w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	stosowanie słownictwa technicznego i komunikowania się w języku obcym	<ul style="list-style-type: none"> - posłużyć się ustnie językiem obcym w rozmowie podczas realizacji zadań zawodowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - komunikować proste pisemne informacje dotyczące czynności zawodowych (np. napisy, broszury, instrukcje obsługi, przewodniki, dokumentację zawodową) 						
10.	KPS w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	nabywanie kompetencji społecznych i uczenia się	<ul style="list-style-type: none"> - wykonać zadania zawodowe stosując zasady kultury i etyki 						
			<ul style="list-style-type: none"> - podejmować innowacyjne sposoby realizacji zadań zawodowych 						
			<ul style="list-style-type: none"> - planować wykonanie zadania 						
			<ul style="list-style-type: none"> - angażować się w realizację przypisanych zadań 						
11.	OMZ w PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową	nabywanie kompetencji organizacji małych zespołów	<ul style="list-style-type: none"> - ustalać kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac 						
			<ul style="list-style-type: none"> - monitorować prawidłowość wykonania przydzielonych zadań 						
			<ul style="list-style-type: none"> - udzielać informacji zwrotnej w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań 						



			- określać jakość wykonywania przydzielonych zadań						
			- pełnić różne role współpracując w zespole						

Uwaga: Moduły KPS, JOZ i OMZ są realizowane w ramach obu kwalifikacji. Zakres podawanych informacji należy dostosować do ustalonego obszaru kształcenia w trakcie stażu, w zależności od ilości godzin i możliwości realizacji treści w podmiocie przyjmującym ucznia na staż.

Legenda- poziom:

Brak kompetencji A(1)	Brak przyswojenia danej kompetencji. Brak pożądanych zachowań, popełnianie błędów, wyraźna nieumiejętność radzenia sobie z zadaniami wymagającymi danej kompetencji i w podejmowanych działaniach
Uczący się B(2)	Przyswojenie kompetencji w stopniu podstawowym. Jest ona wykorzystywana w sposób nieregularny. Wymagane jest aktywne wsparcie i nadzór ze strony bardziej doświadczonych osób
Dobry C(3)	Kompetencja przyswojona w stopniu dobrym – samodzielne i poprawne wykonywanie większości zadań wymagających danej kompetencji, problemy z nieco trudniejszymi zadaniami, podczas praktycznego jej wykorzystania w trakcie realizacji zadań zawodowych, błędy w przypadku nowych, niestandardowych sytuacji
Bardzo dobry D(4)	Kompetencja przyswojona w stopniu bardzo dobrym, pozwalającym na bardzo dobrą realizację zadań z danego zakresu oraz przekazywanie innych własnych doświadczeń, bezbłędna realizacja zadań, radzenie sobie również z trudnymi zadaniami. Przejawianie pozytywnych zachowań opisujących daną kompetencję; w sposób płynny, radzi sobie z trudnymi zadaniami, również w niestandardowych sytuacjach
Wybitny E(5)	Kompetencja przyswojona w stopniu doskonałym. Zdolność do twórczego wykorzystania i rozwijania wiedzy, umiejętności i postaw właściwych dla danego zakresu działań. ¹⁴ Wysoki poziom automatyzmu wykonywanych czynności. Przejawianie nowych zachowań z zakresu danej kompetencji, wyznaczanie w tym obszarze tendencji i trendów.

(RKL - 7) Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
------------------------	--

¹⁴Źródło: G. Filipowicz, „Pracownik wyskalowany czyli metody i narzędzia pomiaru kompetencji” Personel 1-31 lipca 2002, Warszawa , s. 26



Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	

Data, podpis osoby sporządzającej – Ocena stażu przez podmiot przyjmujący ucznia na staż -

Część wspólna Szkoła-Pracodawca-Stażysta

Pytanie do uczestnika stażu: Prosimy o wskazanie, jakie były Twoje największe osiągnięcia podczas stażu?

Porady do indywidualnych potrzeb szkoleniowych:

Lukę kompetencyjną omówił z uczestnikiem stażu - podpis osoby

Informacja dla wypełniającego arkusz kompetencyjny:

Przyrost poziomu kompetencji / Lukę kompetencyjną oblicza się biorąc pod uwagę wynik średni i oczekiwany poziom rozwoju kompetencji.

Wynik dodatni nie wymaga szczególnego omówienia, mogą być wyrażone przez opiekuna lub szkołę pochwałą w stosunku do szczególnych umiejętności ujawnionych w okresie stażu.



Wynik ujemny wskazuje nam lukę do zniwelowania poprzez wskazanie uczniowi sposobów uzupełnienia treści kształcenia i nabycia pożądanej umiejętności praktycznej określonej efektem uczenia się. Przy zjawisku grupowym może być to podpowiedź dla nauczyciela kształcenia zawodowego o konieczności dokonania zmian w programie nauczania zawodu lub wykorzystania na kształtowanie danej umiejętności godzin będących w dyspozycji dyrektora szkoły.

Wnioski:

Wskazania:

Wnioski:

Wskazania:

1) w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego:

- a) przygotowania elementów strategii reklamowej,
 - b) przygotowania elementów kreacji reklamowej,
 - c) produkcji reklamy;
-

2) w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

- a) planowania kampanii reklamowej,
 - b) organizowania sprzedaży reklamowej,
 - c) realizowania kampanii reklamowej,
 - d) badania przekazu reklamowego.
-

Wskazania dla nauczycieli kształcenia zawodowego:

W procesie kształcenia poniżej oczekiwanych efektów uczenia się – uczeń potrafi (podkreślić):

Absolwent technikum w zawodzie technik reklamy powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych: w zakresie kwalifikacji PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego:

- stworzyć przekaz reklamowy,
- stworzyć reklamę,
- wykonać projekty reklam, posługując się dokumentacją,
- zarządzać procesem tworzenia reklamy,
- współpracować w zespole tworzącym reklamę,
- wykazać się kreatywnością i otwartością na zmiany oraz przestrzegać zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami,
- zarządzać małymi zespołami,
- zorganizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami prawa i zasadami ergonomii, określać zagrożenia występujące w środowisku pracy oraz skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka, a także stosować środki techniczne i ochrony zbiorowej do wykonywania zadań zawodowych,

w zakresie kwalifikacji PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową:

- posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy,
- organizować stanowisko pracy zgodnie z przepisami prawa i zasadami ergonomii, określać zagrożenia występujące w środowisku pracy oraz skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka, a także stosować środki techniczne i ochrony zbiorowej do wykonywania zadań zawodowych,
- zarządzać procesem tworzenia reklamy,
- wykorzystać wiedzę z zakresu psychologii w procesie powstawania reklamy,
- opracować strategię komunikacji marki,
- opracować plan kampanii reklamowej oraz zarządzać procesem jej realizacji,
- wyciągać wnioski z badań reklamy i je prezentować,

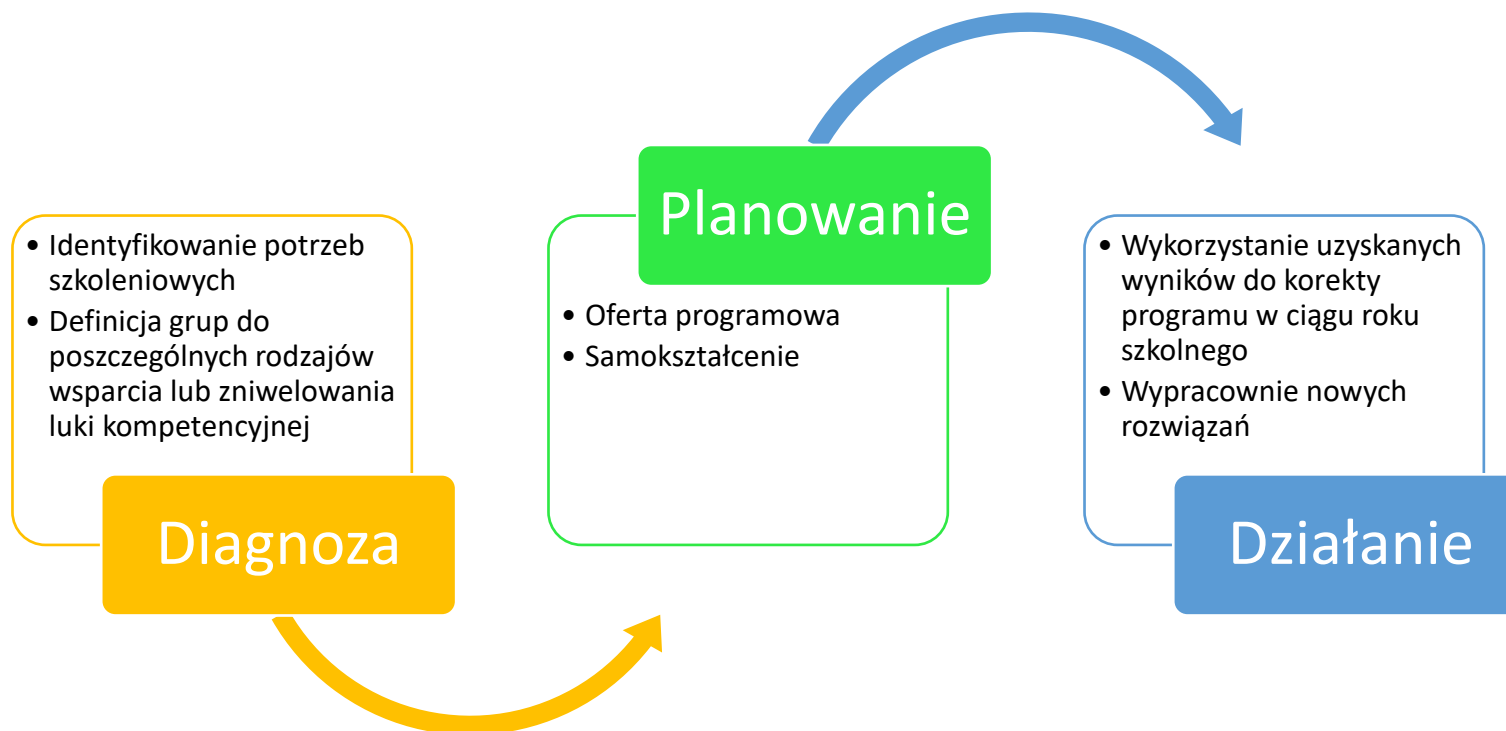


- sprzedać zleceniodawcy kampanię reklamową,
- zarządzać informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej,
- planować i realizować badania reklamy,
- współpracować w zespole tworzącym reklamę oraz zarządzać małymi zespołami,
- wykazać się kreatywnością i otwartością na zmiany oraz przestrzegać zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami,
- przestrzegać przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska oraz wymagań ergonomii,
- posługiwać się językiem obcym zawodowym oraz korzystać z obcojęzycznych źródeł informacji,
- współpracować w zespole, przestrzegając zasad kultury i etyki.¹⁵

.....

Uwaga: Można również wskazać kolejne potencjalne miejsca stażu wspierającego ucznia w jego rozwoju zawodowym najbardziej: przedsiębiorstwa poligraficzne, graficzne i fotograficzne, przedsiębiorstwa zajmujące się drukiem 3D, studia fotograficzne, reklamowe i poligraficzne oraz inne podmioty stanowiące potencjalne miejsce zatrudnienia absolwentów szkół prowadzących kształcenie w zawodzie. Pozyskane dane są elementem procesu:

¹⁵ Opis wykorzystano z zapisów suplementu do dyplomu i przykładowych programów nauczania w zawodzie technik reklamy



5.8. Dokumentacja fakultatywna

CV uczestnika stażu

Przed rozpoczęciem stażu uczniowskiego prosimy o przygotowanie aplikacji na staż. Dla pracodawcy istotna jest motywacja do odbycia stażu przez uczestnika i osobiste CV (proponowany jest formularz Europass).

Proszę w sposób syntetyczny opisać swoje wskazania jako uczestnika stażu uczniowskiego w zakresie:

1) zainteresowań w zawodzie:



2) wcześniejszych doświadczeń i zainteresowań (np. w pobieraniu kształcenia, w swoim życiu, samokształceniu, w branży, itp.):

.....

3) praktycznego doświadczenia zawodowego w ramach nauczanej kwalifikacji i branży:

.....

4) oczekiwanych efektów podejmowanego stażu uczniowskiego:

.....

5) dodatkowej motywacji do realizacji stażu w określonym zakładzie pracy/przedsiębiorstwie/ podmiocie/ jednostce organizacyjnej:

.....

Utwórz swoje CV, które może wzbudzić dobre emocje i będzie zawierało ważne informacje dla pracodawcy.

Przykładowy kreator dostępny jest pod linkiem: <https://europa.eu/europass/eportfolio/screen/cv-editor?lang=pl>

Możesz skorzystać z wcześniej przygotowanych swoich CV na zajęciach z podstaw przedsiębiorczości, aktualizować je pod kątem zainteresowania Twoją osobą konkretnego pracodawcy lub skorzystać z podpowiedzi na stronach internetowych instytucji wydających dokumenty potwierdzające nabyte kwalifikacje i efekty kształcenia.

Twoje CV powinno być napisane poprawnie w języku polskim, tak jakby miał być to dokument do miejsca, w którym szukasz pracy. Da to pracodawcy informację, że dbasz o zasady i poprawność językową i merytoryczną w zakresie odpowiedniego przygotowania na różne możliwości i oferty płynące z przyszłego miejsca pracy.

W CV zawsze warto dodać swoje zdjęcie, aby osoby rozmawiające z Tobą utrwaliły sobie rozmowę; na potrzeby stażu nie jest to konieczne, szczególnie jak na staż w danym miejscu skierowanie ma charakter indywidualny w danym czasie. W takim przypadku warto wyrazić zgodę na przetwarzanie Twoich danych i udostępnienia zdjęć czy wizerunku w celu związanym z realizacją lub prezentacją dorobku stażu.



W opisie należy szczególnie skupić się na tym, aby pracodawca zwrócił uwagę na Twoje zalety i przydatność do pracy na określonym stanowisku, wyjątkowe umiejętności, możliwości i doświadczenie, które posiadasz. Stąd też nie należy unikać chwaleń i odwoływania do swoich osiągnięć.

Należy zastanowić się jakie dane interesują pracodawcę, jeśli mowa o kompetencjach i umiejętnościach, doświadczeniach związanych ze swoim kształceniem, szkoleniami, uprawnieniami oraz kursami. Będzie to sygnał dla pracodawcy na temat pracy w rozwoju Twoich kompetencji.

Dokument powinien być czysty, czytelny i zaprojektowany ciekawie. Nie zawsze kolory mają pozytywny aspekt, czerń i biel również mogą być dobrze postrzegane.

Tradycyjnie do CV należy dodawać list motywacyjny, w którym przedstawia się cechy świadczące o tym, że jest się odpowiednim kandydatem. Dlatego składasz aplikację, pomimo pewnych braków w doświadczeniu lub edukacji (tylko w zakresie pytań stawianych na początku stażu uczniowskiego).

Podane informacje mogą kilkakrotnie się powtarzać, ale w różnym kontekście, a nie w postaci powtórzonych zdań. Tym razem postaraj się zmieścić CV na jednej stronie, nawet jeśli chcesz pochwalić się większą liczbą doświadczeń, praktyk, prac zawodowych lub staży, wspominając wszystkich. Gdy będziesz na etapie poszukiwania pracy ta zasada nie obowiązuje.

Samoocena uzyskanego wsparcia w zakresie szkolenia e-learningowego

Lp.	Weryfikowane postępowanie – e-learning/realizacja programu i dodatkowych umiejętności zawodowych	TAK	NIE
1	Czy podmiot przyjmujący Ciebie na staż uczniowski wskazał na możliwości uzyskania materiałów do samokształcenia?		
2	Czy korzystałaś/eś z polecanych materiałów do e-learningu?		



3	Czy polecane były Tobie materiały elektroniczne firmy z obowiązującymi w zakładzie przepisami, regulaminami?		
4	Czy otrzymałeś niezbędne, konieczne do pracy środki techniczne z możliwością obejrzenia fachowych zasobów elektronicznych, z których korzystają na stanowiskach pracy pracownicy firmy?		
5	Czy opiekun stażu przekazał Tobie zadania, które służą doskonaleniu e-learningowemu?		
6	Czy pomagali Tobie we wskazaniu dostępnych szkoleń e-learningowych inni pracownicy z działu, itp.?		
7	Czy nabyłaś/eś poprzez dodatkowe samokształcenie nowe umiejętności?		
8	Chciałabyś/byś podjąć kolejny staż uczniowski?		
9	Chciałabyś/byś zrealizować program dodatkowych umiejętności w zawodzie?		
9	Jakie szkolenia/narzędzia były dla Ciebie najciekawsze?		

Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	

Data, podpis osoby sporządzającej



Lista obecności na stażu uczniowskim

Projekt pn. „Staże uczniowskie w branży poligraficznej” nr POWR.02.15.00-00-2043/20, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020, osi priorytetowej II. Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, w ramach działania: 2.15 Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki

Imię i nazwisko uczestnika/uczestniczki stażu uczniowskiego	
Nazwa szkoły	
Zawód	
Nazwa podmiotu przyjmującego	
Imię i nazwisko opiekuna stażysty/ki	

L.P.	Data	Liczba zrealizowanych godzin stażu uczniowskiego	Podpis stażysty/ki
1.			
2.			
3.			
4.			
....			

Łączna liczba zrealizowanych godzin:

Podpis opiekuna stażu uczniowskiego.....

Ocena dokumentacji i współpracy w zakresie kształcenia zawodowego



Szanowni Państwo,

wypełnienie załączonego arkusza metodą wywiadu lub analizy danych zastanych pozwoli na ustalenie poziomu jakości kształcenia praktycznego pod kątem współpracy podmiot przyjmujący ucznia na staż – szkoła. Udzielone informacje zwrotne pozwolą udoskonalić sposoby kształcenia w taki sposób, aby posiadane przez uczniów - stażystów kwalifikacje zawodowe w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji pozwoliły im na lepsze przygotowanie do podejmowania przez nich odpowiedzialnych zadań w przyszłości.

Swoją odpowiedź należy podać w polu poprzez zaznaczenie znakiem „X”.

L.p.	Pytanie badawcze – wywiad	TAK	NIE
Współpraca ze szkołami			
1.	Proces rekrutacji pracowników uwzględnia kształcenie uczniów w trakcie nauki w szkole.		
2.	Podmiot przyjmujący ucznia na staż współpracował ze szkołą ucznia w realizacji wcześniejszych PNZ lub staży.		
3.	Szkoła posiada informacje o potrzebach zatrudnienia pracodawcy.		
4.	Szkoła nawiązała współpracę z pracodawcami, która obejmuje co najmniej jeden cykl kształcenia w tym zawodzie (forma może być dowolna; potwierdzoną umową, porozumieniem lub ustaleniami)		
5.	Czy w jednostce organizacyjnej występuje zapotrzebowanie na absolwentów kształcenia w branży poligraficznej (PGF)?		
6. Jakie formy współpracy ze szkołą uczestnika stażu stosuje podmiot przyjmujący ucznia na staż?			
	<ul style="list-style-type: none"> - tworzenie klas patronackich; - przygotowanie propozycji programu nauczania <i>zawodu</i>; - realizacja kształcenia zawodowego, w tym praktycznej nauki <i>zawodu</i>; - wyposażenie warsztatów lub pracowni szkolnych; - organizacja egzaminu zawodowego lub innych egzaminów zewnętrznych w zawodzie; - doskonalenie nauczycieli kształcenia zawodowego, w tym organizowaniu szkoleń branżowych; - realizacja doradztwa zawodowego i promocja kształcenia zawodowego. 		
7. Jaki charakter ma współpraca podmiotu przyjmującego ucznia na staż ze szkołami zawodowymi?			
	<ul style="list-style-type: none"> - jednorazowy podczas obecnego stażu; - jednoroczny; - trwały i systematyczny. 		
8. Czy w najbliższych latach przewidują Państwo:			

	<ul style="list-style-type: none"> - rozwój firmy i zwiększenie zatrudnienia; - wymianę kadry w związku z pracownikami w wieku przedemerytalnym; - brak potrzeb zatrudnienia nowych pracowników (w ogóle). 		
9. Jakiej są Państwa oczekiwania w celu poprawy współpracy w zakresie kształcenia zawodowego branżowego lub jej rozpoczęcia?			
	<ul style="list-style-type: none"> - niezrozumiałe dla firmy i mające ściśle określone ramy zasady funkcjonowania szkolnictwa zawodowego; - brak przestrzeni czasowej na utrwalanie współpracy z jednostkami kształcenia w systemie szkolnym; - brak personelu z kwalifikacjami niezbędnymi do podjęcia i kontynuowania takiej współpracy; - konieczność prowadzenia dokumentacji lub jej nadmiar; - brak możliwych środków na wsparcie trwałej współpracy; - współorganizacja przedsięwzięć i wydarzeń zawodowych w branży z udziałem szkół, szkolenia w zakresie zmian prawa; - fachowa pomoc w prowadzeniu kontaktów ze szkołami; - wsparcie w zdobyciu przez pracowników wymaganych uprawnień do realizacji PNZ i staży; - posiadanie określonych uprawnień jako narzędzia rekrutacyjnego (np. prawo jazdy); - forum ze wzorami wszystkich dokumentów niezbędnych dla właściwej współpracy ze szkołami branżowymi; - firma nie potrzebuje współpracy ze szkołami branżowymi; - informacji lub analizy możliwych zakresów współpracy i wiążących się z nimi kosztów oraz korzyści; - zachodzą inne powody. 		
10.	Czy głównym powodem przyjęcia ucznia na staż było wskazanie rekrutacyjne szkoły?		
11. W trakcie stażu uczniowskiego przyjęte zostało, że uczeń realizuje:			
-	<ul style="list-style-type: none"> - wszystkie treści programu nauczania zawodu w zakresie praktycznej nauki zawodu realizowanego w szkole, do której uczęszcza; - wybrane treści programu nauczania zawodu w zakresie praktycznej nauki zawodu realizowanego w szkole; - treści nauczania związane z nauczaniem zawodem nieobjęte tym programem. 		
12.	Czy zawarto umowę w oparciu i przepisy ustawy Prawo oświatowe: Art. 121a. [Staż uczniowski] 3. Osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zwane dalej "podmiotem przyjmującym na staż uczniowski", zawiera z uczniem albo rodzicami niepełnoletniego ucznia, w formie pisemnej, umowę o staż uczniowski?		
13.	Czy podmiot przyjmujący na staż uczniowski i dyrektor szkoły, w uzgodnieniu z uczniem albo rodzicem niepełnoletniego ucznia, ustaliły zakres treści nauczania oraz dobowy i tygodniowy wymiar czasu odbywania stażu uczniowskiego?		



	(Ustalając zakres treści nauczania wskazuje się, w jakim zakresie uczeń po zrealizowaniu tych treści zostanie zwolniony z obowiązku odbycia praktycznej nauki zawodu. Ustalenia te stanowią załącznik do umowy o staż uczniowski.)		
14.	Czy podmiot przyjmujący na staż uczniowski i dyrektor szkoły wskazały, że do stażu uczniowskiego nie mają zastosowania przepisy prawa pracy, z wyjątkiem przepisów art. 183a-183e, art. 131 § 1, art. 132 § 1, art. 133 § 1, art. 134, art. 1517, art. 204 i art. 232 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. - Kodeks pracy, z zastrzeżeniem przepisów ust. 12-14 ¹⁶ ?		
15.	Czy podmiot przyjmujący na staż uczniowski zapewnia uczniowi stanowisko pracy wyposażone w niezbędne urządzenia, sprzęt, narzędzia, materiały i dokumentację techniczną, uwzględniające wymagania bezpieczeństwa i higieny pracy, a także bezpieczne i higieniczne warunki odbywania stażu uczniowskiego na zasadach dotyczących pracowników określonych w odrębnych przepisach, w tym w zależności od rodzaju zagrożeń związanych z odbywaniem tego stażu - odpowiednie środki ochrony indywidualnej?		
16.	Czy zastosowano oświadczenia dla opiekunów i przepis prawa zakazujący powierzania prowadzenia praktycznej nauki zawodu osobom skazanym za umyślne przestępstwa, m.in. umyślne przestępstwo przeciwko życiu i zdrowiu, przestępstwo przeciwko wolności seksualnej i obyczajowości, przestępstwo przeciwko rodzinie i opiece?		
17.	Czy uzgodniono sposób opisu dokumentu kończącego staż? (Podmiot przyjmujący na staż uczniowski jest obowiązany wystawić na piśmie zaświadczenie o odbyciu stażu uczniowskiego, które określa w szczególności okres odbytego stażu uczniowskiego, rodzaj realizowanych zadań i umiejętności nabyte w czasie odbywania stażu uczniowskiego.)		
18.	Po odbyciu stażu uczniowie otrzymują zaświadczenie, którego wzór określa rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z 12.08.2019 r. w sprawie wzoru zaświadczenia o odbyciu stażu uczniowskiego. ¹⁷		

Za pośrednictwem wskazanych metod badawczych mamy nadzieję poznać zdanie środowiska szkolnego oraz pracodawców i dokonać oceny wdrożenia zasad ram jakości staży.

Metryczka do narzędzia zasad jakości kształcenia praktycznego dla ucznia

Imię i nazwisko ucznia	
------------------------	--

¹⁶ Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks Pracy (Dz. U. z 2022 r. poz. 1510, 1700 i 2140)

¹⁷ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 12 sierpnia 2019 r. w sprawie wzoru zaświadczenia o odbyciu stażu uczniowskiego (Dz.U. 2019 poz. 1583 ze zm.)



Klasa/Nazwa i adres szkoły	
Nazwa zawodu	
Nazwa i adres podmiotu przyjmującego ucznia na staż	
Czas trwania stażu	
Osoba sporządzająca/funkcja	

Data, podpis osoby sporządzającej

Informacje opisujące podmiot przyjmujący ucznia na staż powinny mieć na uwadze zapisy ustawy Prawo oświatowe, art. 121a. [Staż uczniowski]

1. W celu ułatwienia uzyskiwania doświadczenia i nabywania umiejętności praktycznych niezbędnych do wykonywania pracy w zawodzie, w którym kształcą się, uczniowie technikum i uczniowie branżowej szkoły I stopnia niebędący młodocianymi pracownikami mogą w okresie nauki odbywać staż w rzeczywistych warunkach pracy, zwany dalej "stażem uczniowskim".

2. Osoba fizyczna, osoba prawna albo jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zwane dalej "podmiotem przyjmującym na staż uczniowski", zawiera z uczniem albo rodzicami niepełnoletniego ucznia, w formie pisemnej, umowę o staż uczniowski.

KSZTAŁCENIE U PRACODAWCY

Nawiązanie współpracy odpowiednio z pracodawcą lub osobą prowadzącą indywidualne gospodarstwo rolne, których działalność jest związana z danym *zawodem* lub lub branżą – dotyczy technikum, branżowej szkoły I stopnia i szkoły policealnej. Nie dotyczy branżowej szkoły II stopnia: Umowa, porozumienie lub ustalenia - art. 68 ust. 7 pkt 1 u.p.o.¹⁸

¹⁸ Ustawa z 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2021 r. poz. 1082 oraz z 2022 r. poz. 655, 1079, 1116, 1383, 1700, 1730 i 2089)



Nawiązanie współpracy powinno być potwierdzone umową, porozumieniem lub ustaleniami. Jednakże ustawodawca nie doprecyzował, w jakiej to ma być formie. Współpraca nawiązana w związku z wprowadzeniem nowego *zawodu* obejmuje co najmniej jeden cykl kształcenia w tym *zawodzie* - art. 68 ust. 7c u.p.o.

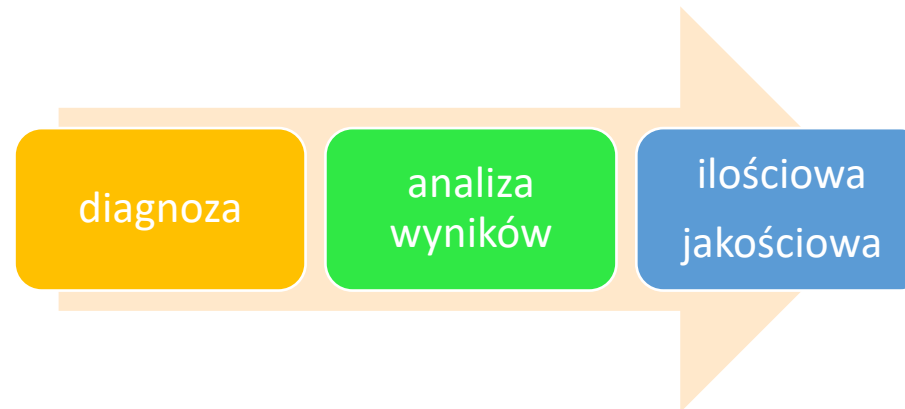
Współpraca może polegać na:

- tworzeniu klas patronackich;
- przygotowaniu propozycji programu nauczania *zawodu*;
- realizacji kształcenia zawodowego, w tym praktycznej nauki *zawodu*;
- wyposażeniu warsztatów lub pracowni szkolnych;
- organizacji egzaminu zawodowego;
- doskonaleniu nauczycieli kształcenia zawodowego, w tym organizowaniu szkoleń branżowych;
- realizacji doradztwa zawodowego i promocji kształcenia zawodowego.

Powyższy wykaz jest tylko propozycją, nie stanowi katalogu zamkniętego. Szkoły mogą nawiązać współpracę w dowolnym obszarze związanym z kształceniem w danym *zawodzie* lub branżą, do której ten *zawód* należy.



Narzędzia do diagnozy



Diagnoza nie powinna generować rozbudowanej dokumentacji.

Przykładowe narzędzia: obserwacja, wywiad, ankieta, rozmowa indywidualna, spotkanie fokusowe, analiza osiągnięć szkolnych, analiza dokumentacji szkolnej, rozmowa w zespole samokształceniowym nauczycieli, itp.

6. SŁOWNICZEK UŻYTYCH POJĘĆ W OPRACOWANIU ZASAD ZAPEWNIANIA JAKOŚCI STAŻU UCZNIOWSKIEGO

Pojęcie	Definicja	Źródło
Branża	grupa zawodów szkolnictwa branżowego, przyporządkowana ze względu na specyfikę umiejętności zawodowych lub zakres w jakim umiejętności te są wykorzystywane podczas wykonywania zadań zawodowych	Regulamin konkursu

Pracodawca	zgodnie z art. 2 ust. 1 pkt 25 ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. z 2019 r. poz. 1482) pracodawca to jednostka organizacyjna, chociażby nie posiadała osobowości prawnej, a także osoba fizyczna, jeżeli zatrudnia co najmniej jednego pracownika.	Regulamin konkursu ¹⁹
Prawo oświatowe	ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2021 r. poz. 1082 oraz z 2022 r. poz. 655, 1079, 1116, 1383, 1700, 1730 i 2089)	Regulamin konkursu
Staż uczniowski	staż odbywany w okresie nauki w rzeczywistych warunkach pracy przez uczniów techników i branżowych szkół I stopnia niebędących młodocianymi pracownikami ułatwiający uzyskiwanie doświadczenia i nabywania umiejętności praktycznych niezbędnych do wykonywania pracy w zawodzie, w którym kształcą się uczniowie (zgodnie z art. 121a ust. 1 ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2021 r. poz. 1082 oraz z 2022 r. poz. 655, 1079, 1116, 1383, 1700, 1730 i 2089). W niniejszym modelu przyjęto również skróconą nazwę „staż”.	Regulamin konkursu
Stażysta	Uczestnik stażu uczniowskiego - dla potrzeb opisu programu modelowego praktycznej nauki zawodu	Autorzy
Klasyfikacja zawodów szkolnictwa branżowego	usystematyzowany układ tabelaryczny obejmujący w szczególności wykaz branż i przyporządkowanych do nich zawodów z uwzględnieniem nazw oraz symboli cyfrowych zawodów oraz wykaz kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie. Klasyfikacja zawodów szkolnictwa branżowego stanowi załącznik do rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. poz. 316 ze zm.)	Regulamin konkursu
Podstawa programowa kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego	uporządkowany zestaw obowiązkowych: - celów kształcenia, odnoszących się do zadań zawodowych przyporządkowanych do kwalifikacji wyodrębnionych w danym zawodzie, - treści nauczania opisanych w formie oczekiwanych efektów kształcenia, niezbędnych dla poszczególnych kwalifikacji wyodrębnionych w danym zawodzie, - kryteriów weryfikacji ww. efektów, umożliwiających ustalenie kryteriów ocen i wymagań egzaminacyjnych, - wymagań dotyczących warunków realizacji kształcenia w zawodzie, w tym wyposażenia i sprzętu niezbędnego do realizacji kształcenia w poszczególnych kwalifikacjach, - wymagań dotyczących minimalnej liczby godzin kształcenia zawodowego w kwalifikacjach wyodrębnionych w danym zawodzie, z podziałem na jednostki efektów kształcenia. Podstawy programowe kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego określone są w załącznikach do rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych	Regulamin konkursu

¹⁹Aktualizacja-regulaminu-PNZ-III-20.02.2021-r_docx-1.pdf

	kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. poz. 991 ze zm.)	
Zakres programu stażu uczniowskiego	w trakcie stażu uczniowskiego uczeń realizuje wszystkie albo wybrane treści programu nauczania zawodu w zakresie praktycznej nauki zawodu, realizowanego w szkole, do której uczęszcza, lub treści nauczania związane z nauczaniem zawodem nieobjęte tym programem. Podmiot przyjmujący na <i>staż uczniowski</i> i dyrektor szkoły, w uzgodnieniu z uczniem albo rodzicem niepełnoletniego ucznia, ustalają zakres treści nauczania oraz dobowy i tygodniowy wymiar czasu odbywania <i>stażu uczniowskiego</i> . Ustalając zakres treści nauczania, wskazuje się, w jakim zakresie uczeń po zrealizowaniu tych treści zostanie zwolniony z obowiązku odbycia praktycznej nauki zawodu. Ustalenia te stanowią załącznik do umowy o <i>staż uczniowski</i> .	Metodologia
Program stażu uczniowskiego	program nauczania realizowany na stażu, w zakresie każdej kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie szkolnictwa branżowego, musi uwzględniać ogólne cele kształcenia zawodowego, o których mowa w przepisach wydanych na podstawie art. 46 ust. 1 ustawy, a także: 1) cele kształcenia, 2) efekty kształcenia i kryteria weryfikacji tych efektów, 3) warunki realizacji kształcenia w zawodzie, w którym została wyodrębniona dana kwalifikacja, 4) minimalną liczbę godzin kształcenia w zawodzie w ramach danej kwalifikacji – będące elementami podstawy programowej kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego właściwymi dla danej kwalifikacji wyodrębnionej w danym zawodzie	Metodologia

7. ZAKOŃCZENIE

Realizacja stażu w ramach projektu pn. „Stáže uczniowskie w branży poligraficznej” oraz zastosowanie zasad zapewniania jakości stażu uczniowskiego realizowanego u pracodawców wraz z proponowanymi narzędziami ich weryfikacji, umożliwiającymi monitorowanie jakości stażu przez wszystkie zaangażowane strony powinna zwiększyć atrakcyjność kształcenia zawodowego w środowisku lokalnym oraz wymiennie pomóc uczniom w odnalezieniu się na współczesnym rynku pracy.

Na potrzeby pilotażu wypracowane zostały narzędzia obejmujące wszystkie aspekty podlegające diagnozowaniu, monitorowaniu i ewaluacji stażu. Zastosowanie wybranych elementów wzbogacone o nowe wnioski i rekomendacje doskonalące programu stażu może nastąpić poprzez kolejne edycje stażu w danej szkole czy podmiocie przyjmującym ucznia na staż.

W celu zapewnienia wysokiej jakości realizacji efektów kształcenia podczas stażu należy na bieżąco monitorować realizację zaplanowanych zadań poprzez:

- monitorowanie obecności ucznia podczas stażu,
- dostosowanie czynności ujętych w przyjętym ze szkołą harmonogramie do możliwości ucznia i jego potrzeb szkoleniowych oraz podmiotu przyjmującego ucznia na staż, sezonowości prac, zespołów pracowników, itp.,
- systematyczność zapisów ucznia w dzienniczku stażu uczniowskiego,
- weryfikację samooceny ucznia i komunikowanie pomiaru kompetencji ucznia,
- analizowanie wyników końcowego pomiaru kompetencji ucznia po zakończonym stażu.

Poprawne monitorowanie realizacji stażu prowadzi do:

- obiektywnej oceny kompetencji zawodowych ucznia,
- osiągnięcia zakładanej jakości efektów kształcenia i kryteriów weryfikacji zapisanych w podstawie programowej,
- wskazania w zaświadczeniu z odbytego stażu realizowanych zadań i osiągniętych oczekiwanych efektów kształcenia ucznia,
- uwzględnienia indywidualnych potrzeb ucznia, w tym dla ucznia niepełnosprawnego i ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi,
- wskazania luk kompetencyjnych i udzielenia odpowiedzi w zakresie możliwości pozyskania wsparcia celem ich uzupełnienia.

Zgodnie z opisem prawa staż uczniowski jest uzupełnieniem luki w systemie edukacji zawodowej, pozwalającym uczniowi na zdobywanie doświadczenia w zawodzie oraz uzyskiwania dochodu w przypadku umowy stażowej przewidującej wynagrodzenie, wykorzystanie wolnego czasu na pracę oraz wczesne włączenie się w system pracy, podatkowy oraz ubezpieczeń społecznych. *Staż uczniowski* stanowi dodatkowe zabezpieczenie ucznia w przypadku podjęcia złej decyzji o wybranym zawodzie już na samym początku nauki, a pracodawcom pozwala na zachęcanie uczniów do nauki zawodu oraz pracy w konkretnym zakładzie. Dzięki



narzędziu, jakim jest staż uczniowski, pracodawca zyskuje możliwość wspierania uczniów już podczas nauki w szkole, złożenia ofert pracy, wynagradzania wybranych uczniów oraz ściślejszej współpracy ze szkołą kształcąca zawodowo.