

**UMOWA O PRAKTYKĘ ZAWODOWĄ**

W dniu ..... 2020 r. pomiędzy Zespołem Szkół Ekonomicznych, ul. Kościuszki 43, 45-062 Opole, zwanym dalej szkołą, reprezentowaną przez dyrektora mgr Ewę Nowak-Kübler lub upoważnioną przez niego osobę *Remigiusza Janika, wicedyrektora* z jednej strony, a .....

(nazwa i adres zakładu pracy)

zwaną dalej zakładem pracy, reprezentowaną przez kierownika lub upoważnioną przez niego osobę

(nazwisko i imię oraz stanowisko)

z drugiej strony, została zawarta umowa treści następującej:

**§ 1**

W roku szkolnym 2019/20 szkoła kieruje do .....

(miejsce odbywania praktyki zawodowej)

w celu odbycia praktyki zawodowej następujących uczniów:

L.p.	Nazwisko i imię ucznia	Zawód <sup>xx</sup>	Klasa	Termin praktyki
1.		technik organizacji reklamy	3E	04-15.05.2020 r.
2.				
3.				

**§ 2**

1. Nazwisko i imię opiekuna praktyk z ramienia zakładu pracy i numer telefonu:

- .....
2. Spełniając wymóg określony w art. 120 ust. 3a ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz.U.2019.1148 t.j. z dnia 2019.06.19) załącznikiem nr 1 niniejszej umowy stanowi oświadczenie opiekuna praktyki zawodowej z ramienia zakładu pracy.
3. Nazwisko i imię opiekuna praktyk z ramienia szkoły: Remigiusz Janik, tel. 77 453 66 41 wew. 20.

**§ 3**

Realizując postanowienia wynikające z rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 grudnia 2010 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu /Dz. U. Nr 244, poz. 1626/ umawiające się strony ustaliły, co następuje:

1. Praktyka przebiegać będzie zgodnie z przepisami i według przekazanego programu, stanowiącego załącznik nr 2 do niniejszej umowy, pod opieką właściciela /*prezesa, dyrektora*/ przedsiębiorstwa lub wyznaczonej przez niego osoby. Uczniowie prowadzić będą dzienniczki praktyk.
2. Uczniowie realizują praktykę zawodową wykonując polecane prace, zgodnie z programem praktyki.
3. W ostatnim dniu praktyki kierownik zakładu pracy lub osoba przez niego upoważniona wpisuje do dzienniczka ocenę /*słownie*/ wraz z opinią o przebiegu praktyki zawodowej ucznia.
4. Przy realizacji programu zakład pracy uwzględnia zmiany zachodzące w gospodarce, a także dostosowuje (po wcześniejszym uzgodnieniu ze szkołą) program do możliwości zakładu pracy, branży itp.
5. Zakład pracy nie wypłaca ekwiwalentów pieniężnych praktykantom za praktykę zawodową.
6. Zakład pracy w związku z organizacją praktyk zawodowych nie otrzymuje żadnego ekwiwalentu pieniężnego ani refundacji.
7. Ubezpieczenie uczniów zapewnia szkoła.

(podpis dyrektora szkoły lub osoby upoważnionej)

(podpis dyrektora zakładu pracy lub osoby upoważnionej)

Załączniki: 2

<sup>x</sup> / Bez kalkulacji kosztów (z późniejszymi zmianami).

<sup>xx</sup> / Podstawa programowa kształcenia w zawodzie **technik organizacji reklamy**, numer zawodu w klasyfikacji: **333906**, program nauczania ZSEK/TOR/1/2017 dostępny jest w szkole

## OŚWIADCZENIE

### Osoby prowadzącej praktyczną naukę zawodu - opiekuna praktyki zawodowej

Spełniając wymóg określony w art. 120 ust. 3a ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz.U.2019.1148 t.j. z dnia 2019.06.19) oświadczam, że nie byłem (-am) karany (-a) za umyślne przestępstwo przeciwko życiu i zdrowiu, przestępstwo przeciwko wolności seksualnej i obyczajności, przestępstwo przeciwko rodzinie i opiece, z wyłączeniem przestępstwa określonego w art. 209 ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny (Dz. U. z 2018 r. poz. 1600 i 2077), dotyczącego uchylania się od wykonania obowiązku alimentacyjnego, oraz za przestępstwo określone w rozdziale 7 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o przeciwdziałaniu narkomanii (Dz. U. z 2018 r. poz. 1030, 1490 i 1669), albo wobec mojej osoby 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.

Złożenie nieprawdziwego oświadczenia może skutkować poniesieniem odpowiedzialności przez osobę potwierdzającą nieprawdę.

.....  
(data, podpis osoby prowadzącej praktyczną naukę zawodu)

## Program praktyki

Podstawa programowa kształcenia w **zawodzie technik organizacji reklamy**  
numer zawodu w klasyfikacji: **333906**  
program nauczania ZSEk/TOR/1/2017 dostępny jest w szkole

Wymiar praktyki: **2 tygodnie**

Klasa trzecia

**MIEJSCE PRAKTYKI:** pełno profilowa agencja reklamowa, agencja reklamy wizualnej, agencja reklamy środków masowego przekazu, agencja public relations, dział marketingu i reklamy przedsiębiorstw produkcyjnych i handlowych.

### TEMATYKA PRAKTYKI:

#### 1. Wprowadzenie i zapoznanie słuchacza z firmą:

- zapoznanie słuchacza z organizacją pracy, harmonogramem i dyscypliną pracy,
- przeszkolenie w zakresie bhp i p.poż.,
- zapoznanie z obowiązującymi regulaminami wewnętrznymi,
- struktura organizacyjna firmy,
- przedmiot działania,
- forma prawna firmy,
- system identyfikacji firmy.

#### 2. Projektowanie środków reklamowych (działań PR)

- tworzenie apeli reklamowych: haseł, sloganów, notatek prasowych, publikacji reklamowych, komunikatów reklamowych w radiu i reklamówek telewizyjnych oraz wykorzystywanych w działalności informacyjnej przedsiębiorstwa (PR),
- projektowanie wystaw sklepowych, miejsc sprzedaży, stoisk targowych,
- przygotowanie różnych form reklamy radiowej i telewizyjnej.

#### 3. Realizacja środków reklamowych (działań PR):

- opracowanie formy i typografii tekstów reklamowych, łączenie tekstów z grafiką i zdjęciami w publikacjach reklamowych,
- dokonywanie korekty materiałów przygotowanych w przygotowalni poligraficznej i drukarni,
- przygotowanie podłoża, wycinanie na ploterze, klejenie znaków, napisów i elementów graficznych na szyldach, fryzach, planszach, pojazdach itp.,
- aranżacja wystaw i wnętrz sklepowych,
- realizacja kompozycji przestrzennych na targach i wystawach branżowych,
- udział w produkcji dźwiękowych nagrań reklamowych oraz filmów reklamowych,
- organizowanie seminariów, konferencji, konkursów, loterii i innych działań promocyjnych,
- stosowanie różnorodnych technik reklamowych, sprzętu i materiałów wykorzystywanych w reklamie,
- ocenianie walorów estetycznych przygotowanych reklam.

#### 4. Ocena przebiegu efektów i korzyści przeprowadzonej kampanii reklamowej (działań PR)

- dobieranie metod badań sprawdzających skuteczność elementów kampanii reklamowej i programu działań PR,
- określanie celu i zakresu oceny realizacji podjętych działań,
- mierzenie rezultatów, wyciąganie wniosków.