

Szanowni Państwo,

poniżej znajdują Państwo informacje o tym, w jaki sposób można wykorzystać nasze podręczniki do realizacji „nowych” podstaw programowych kształcenia w zawodzie **technik organizacji reklamy**. Opisy wymienionych podręczników, ich fragmenty oraz spisy treści są dostępne na naszej stronie internetowej www.ekonomik.biz.pl w zakładce „Oferta”.

Sposób wykorzystania naszych podręczników prezentujemy w dwóch tabelach:

- Tabela nr 1 przyporządkowuje podręczniki do efektów kształcenia zgodnie z ich układem i brzmieniem określonym w podstawie programowej kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy (Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach). Tabela ta przeznaczona jest dla szkół, które realizują inne programy nauczania niż program opublikowany na stronach internetowych KOWEziU.
- Tabela nr 2 przyporządkowuje podręczniki do przedmiotów, działów programowych i materiału nauczania zapisanych w programie nauczania dla zawodu technik organizacji reklamy. Tabela ta została sporządzona na podstawie programu nauczania opublikowanego na stronie KOWEziU (www.koweziu.edu.pl) pt. „Program nauczania dla zawodu technik organizacji reklamy 333906 o strukturze przedmiotowej (wersja przed recenzją – wersja robocza) z dn. 20.06.2012 opracowanego na podstawie nowej podstawy programowej kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy z 2012 r.”

W prezentowanych tabelach pojawia się czasami symbol „☹”, który oznacza, że nie posiadamy jeszcze w ofercie podręcznika z danego zakresu. Jednak dla wielu zagadnień, które w tabeli są oznaczone tym symbolem, opracowaliśmy dodatkowe prezentacje. Nauczyciel, który bezpośrednio w naszym Wydawnictwie zamawia 10 egzemplarzy dowolnych książek, może otrzymać od nas bezpłatnie za pośrednictwem poczty e-mail wybrane prezentacje. Pełen wykaz wszystkich dostępnych materiałów oferowanych bezpłatnie nauczycielom znajduje się na naszej stronie internetowej w zakładce „Informacje dla nauczycieli”. Wykaz ten jest na bieżąco aktualizowany, dlatego prosimy do niego co jakiś czas zaglądać i obserwować, czy nie pojawiły się w nim prezentacje z interesującego Państwa zakresu. Jeżeli prezentacje pojawią się np. w listopadzie, a Państwo składali zamówienie na książki we wrześniu, to w takiej sytuacji prosimy o przesłanie do nas e-maila – po jego otrzymaniu wyślemy Państwu prezentację, którą są Państwo zainteresowani.

Zgodnie z *Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 21 czerwca 2012 r. w sprawie dopuszczania do użytku w szkole programów wychowania przedszkolnego i programów nauczania oraz dopuszczania do użytku szkolnego podręczników* (Dz.U. z 2012 r. poz. 752) podręczniki do kształcenia w zawodach napisane według starych podstaw programowych można stosować w szkołach do roku szkolnego 2014/2015 włącznie. Tak więc wszystkie wydane przez nas podręczniki mogą Państwo wykorzystywać w szkole jeszcze przez najbliższe 3 lata.

W związku z wdrażaniem nowej podstawy programowej planujemy wydawać podręczniki i repetytoria przedegzaminacyjne dla różnych zawodów. O wszystkich naszych planach wydawniczych będziemy Państwa informować w formie elektronicznej. Dlatego jeżeli chcą Państwo na bieżąco otrzymywać od nas informacje, bardzo prosimy o wypełnienie oświadczenia pozwalającego nam przysyłać informacje w formie elektronicznej (www.ekonomik.biz.pl/eko/oswiadczenie.php).

Tabela 1. Informacja dotycząca wykorzystanie podręczników oferowanych przez Wydawnictwo „Ekonomik” – Jacek Musiałkiewicz do realizacji „nowej” podstawy programowej kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy z 2012 r.

Symbol	Zapisy efektów kształcenia w podstawie programowej	Proponowany podręcznik
Efekty kształcenia wspólne dla wszystkich zawodów		
BHP	Bezpieczeństwo i higiena pracy	☹
PDG	Podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej	
Uczeń:		
1) stosuje pojęcia z obszaru funkcjonowania gospodarki rynkowej;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 2. Funkcjonowanie gospodarki rynkowej
2) stosuje przepisy prawa pracy, przepisy prawa dotyczące ochrony danych osobowych oraz przepisy prawa podatkowego i prawa autorskiego;		Elementy prawa Rozdział 4. Prawo pracy i ubezpieczeń społecznych
3) stosuje przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej;		Elementy prawa Rozdział 3. Prawo gospodarcze
4), 5) i 6)		☹

7) przygotowuje dokumentację niezbędną do uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej;		Podstawy przedsiębiorczości dla LO, LP i T Rozdział 4.2. Podejmowanie działalności gospodarczej
8) i 9)		⊗
10) planuje i podejmuje działania marketingowe prowadzonej działalności gospodarczej;		Podstawy przedsiębiorczości dla LO, LP i T Rozdział 4.4. Marketing
11)		⊗
JOZ	Język obcy ukierunkowany zawodowo	⊗
KPS	Kompetencje personalne i społeczne	
Uczeń:		
1) przestrzega zasad kultury i etyki;		Podstawy przedsiębiorczości dla LO, LP i T Rozdział 3.1.3. Etyka pomiędzy pracownikiem a pracodawcą Rozdział 4.1.7. Etyka a prowadzenie działalności gospodarczej
2) jest kreatywny i konsekwentny w realizacji zadań;		Są to efekty kształcenia, które dotyczą postaw uczniów i są one kształtowane w całym cyklu kształcenia uczniów – od przedszkola po szkołę ponadgimnazjalną. Postawy te powinny być kształtowane w ramach wszystkich przedmiotów. Wszystkie podręczniki i zeszyty ćwiczeń wydane przez nasze Wydawnictwo zawierają treści dotyczące tych postaw. Ale w żadnej książce nie są one wydodrębnione w postaci odrębnego rozdziału.
3) przewiduje skutki podejmowanych działań;		
4) jest otwarty na zmiany;		
5) potrafi radzić sobie ze stresem;		
6) aktualizuje wiedzę i doskonali umiejętności zawodowe;		
7) przestrzega tajemnicy zawodowej;		
8) potrafi ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania;		
9) potrafi negocjować warunki porozumień;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.7. Negocjacje
10) współpracuje w zespole.		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
OMZ	Organizacja pracy małych zespołów (wyłącznie dla zawodów nauczanych na poziomie technika)	
Uczeń:		
1) planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
2) dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
3) kieruje wykonaniem przydzielonych zadań;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
4) ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
5) wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.4. Człowiek przedsiębiorczy w grupie
6) komunikuje się ze współpracownikami.		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 1.3. Komunikacja interpersonalna
Efekty kształcenia wspólne dla zawodów w ramach obszaru administracyjno-usługowego, stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów		
PKZ(A.p)	PKZ(A.p) Umiejętności stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie technika organizacji reklamy	
Uczeń:		
1) posługuje się pojęciami z zakresu mikroekonomii i makroekonomii;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 2. Funkcjonowanie gospodarki rynkowej Rozdział 3. Gospodarstwa domowe Rozdział 4. Przedsiębiorstwa Rozdział 5. Państwo w gospodarce
2) przestrzega zasad funkcjonowania rynku finansowego;		⊗
3) rozróżnia formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw;		Zarys przedsiębiorczości Rozdział 4.3. Formy organizacyjno-prawne i formy własności przedsiębiorstw Elementy prawa Rozdział 3.2. Działalność gospodarcza
4) posługuje się terminologią z zakresu prawa i etyki;		Elementy prawa Rozdział 1. Podstawowe pojęcia z zakresu prawa
5) charakteryzuje rodzaje badań statystycznych oraz określa ich przydatność do celów decyzyjnych;		Statystyka Rozdział 1.2. Rola statystyki w procesie podejmowania decyzji Rozdział 2.1. Badania statystyczne

		Rozdział 2.2. Etapy badania statystycznego Rozdział 3. Opracowanie materiału statystycznego Rozdział 5. Podstawowe wiadomości z zakresu analizy statystycznej
6) rozróżnia elementy marketingu oraz określa jego znaczenie w działalności reklamowej;		Marketing Rozdział 1.2. Pojęcie marketingu Rozdział 1.5. Segmentacja rynku Rozdział 1.6. Strategie marketingowe Rozdział 2. Badania marketingowe Rozdział 4. Strategia ceny Rozdział 6. Promocja jako narzędzie marketingu
7) posługuje się pojęciami z zakresu towaroznawstwa;		⊗
8) określa psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania działalności reklamowej;		⊗
9) stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań.		⊗
Efekty kształcenia właściwe dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie technik organizacji reklamy opisane w części II:		
A.26.	Sprzedaż produktów i usług reklamowych	⊗
A.27.	Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej	⊗

Tabela 2. Informacja dotycząca wykorzystanie podręczników oferowanych przez Wydawnictwo „Ekonomik” – Jacek Musiałkiewicz do realizacji programu nauczania dla zawodu technik organizacji reklamy pt. „Program nauczania dla zawodu technik organizacji reklamy 333906 o strukturze przedmiotowej (wersja przed recenzją – wersja robocza) z dn. 20.06.2012 opracowanego na podstawie nowej podstawy programowej kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy z 2012 r.”

Przedmioty i działy programowe w programie nauczania z 2012 r.	Proponowany podręcznik
1. Marketing w działalności reklamowej	
1.1. Istota marketingu	Marketing Rozdział 1.2. Pojęcie marketingu Rozdział 1.5. Segmentacja rynku Rozdział 1.6. Strategie marketingowe Rozdział 2. Badania marketingowe
1.2. Narzędzia marketingu	Marketing Rozdział 3. Strategia produktu Rozdział 4. Strategia ceny Rozdział 5. Dystrybucja w marketingu Rozdział 6. Promocja jako narzędzie marketingu
1.3. Elementy statystyki oraz analizy ekonomiczno-marketingowej	Statystyka Rozdział 1.2. Rola statystyki w procesie podejmowania decyzji Rozdział 2.1. Badania statystyczne Rozdział 2.2. Etapy badania statystycznego Rozdział 3. Opracowanie materiału statystycznego Rozdział 5. Podstawowe wiadomości z zakresu analizy statystycznej
2. Sprzedaż w reklamie	
2.1. Produkty i usługi reklamowe	⊗
2.2. Podstawy rachunkowości	Zasady rachunkowości Rozdział 1.3. Podstawy prawne rachunkowości Rozdział 1.4. Ogólne zasady rachunkowości Rozdział 2.1. Pojęcie i klasyfikacja majątku Rozdział 2.2. Źródła finansowania majątku Rozdział 3.1. Bilans Rozdział 3.2. Inwentaryzacja Rozdział 3.3. Operacje gospodarcze Rozdział 5.2. Przesłanki wprowadzenia kont Rozdział 5.3. Pojęcie i formy konta Rozdział 5.4. Funkcjonowanie kont Rozdział 6.2. Przychody i koszty. Wynik finansowy Rozdział 7. Kierunki uszczegółowienia ewidencji
2.3. Negocjacje i dokumentacja sprzedaży produktów i usług reklamowych	⊗

3. Język obcy w działalności reklamowej	⊗
4. Działalność gospodarcza w reklamie	
4.1. Ochrona pracy, środowiska i ochrona przeciwpożarowa	⊗
4.2. Podstawy ekonomii i zarządzania	Zarys przedsiębiorczości Rozdział 2. Funkcjonowanie gospodarki rynkowej Rozdział 3. Gospodarstwa domowe Rozdział 4. Przedsiębiorstwa Rozdział 5. Państwo w gospodarce
4.3. Podstawy funkcjonowania przedsiębiorstwa	Zarys przedsiębiorczości Rozdział 4. Przedsiębiorstwa Podstawy przedsiębiorczości dla LO, LP i T Rozdział 4.2. Podejmowanie działalności gospodarczej Elementy prawa Rozdział 3.2. Działalność gospodarcza
4.4. Elementy przekazu reklamowego	⊗
5. Elementy prawa, etyki i psychologii w reklamie	
5.1. Prawo w reklamie	Marketing Rozdział 8. Przepisy prawne regulujące działalność marketingową
5.2. Psychologia oddziaływania reklamy	⊗
5.3. Etyka zawodowa w reklamie	⊗
6. Organizacja i techniki reklamy	⊗
7. Organizacja sprzedaży reklamy	⊗
8. Projektowanie kampanii reklamowej	⊗
9. Praktyki zawodowe	⊗