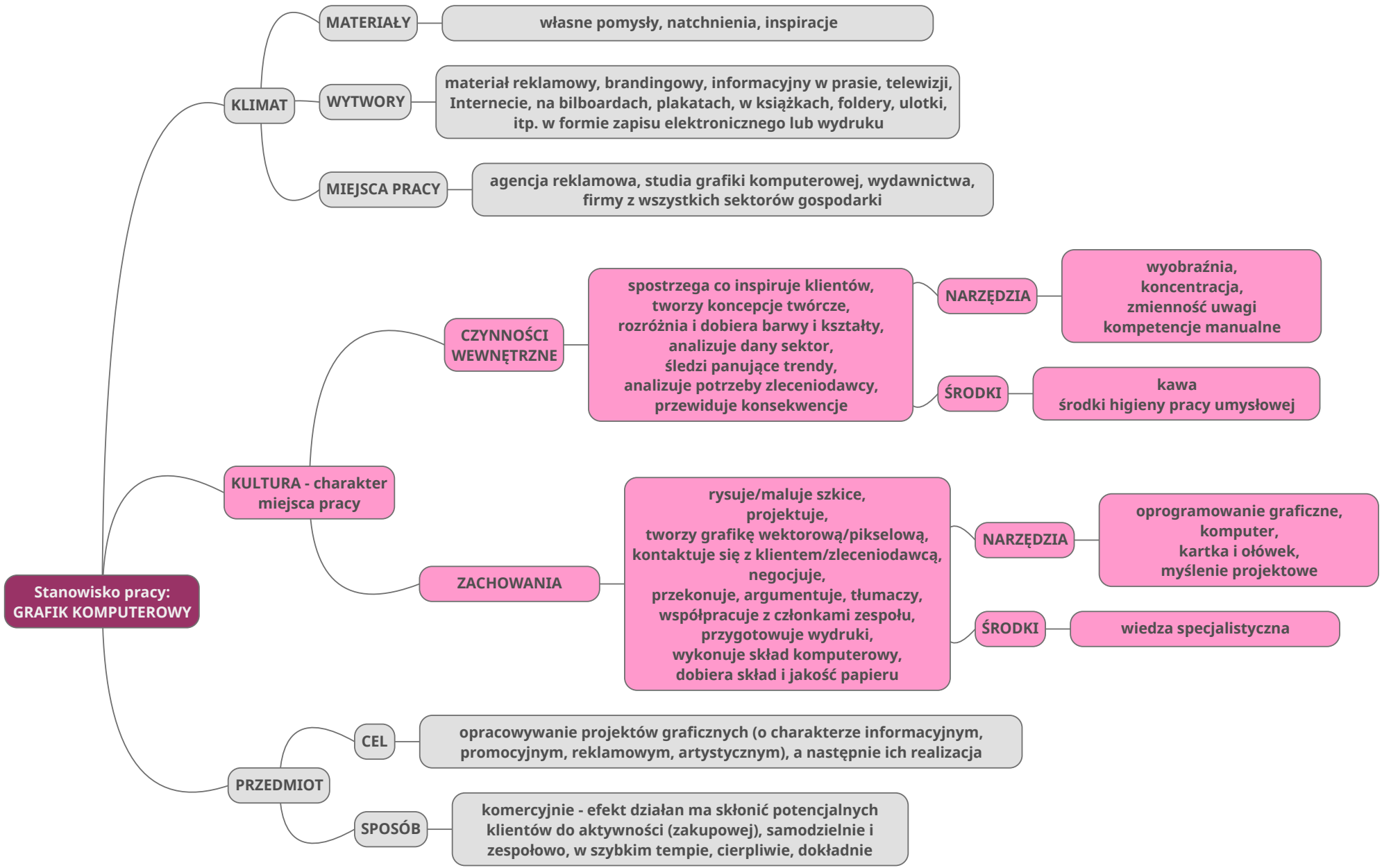
Stanowisko pracy: GRAFIK KOMPUTEROWY
KLIMAT
MATERIAŁY
własne pomysły, natchnienia, inspiracje
WYTWORY
materiał reklamowy, brandingowy, informacyjny w prasie, telewizji, Internecie, na bilboardach, plakatach, w książkach, foldery, ulotki, itp. w formie zapisu elektronicznego lub wydruku
MIEJSCA PRACY
agencja reklamowa, studia grafiki komputerowej, wydawnictwa, firmy z wszystkich sektorów gospodarki
KULTURA - charakter miejsca pracy
CZYNNOŚCI WEWNĘTRZNE
spostrzega co inspiruje klientów, tworzy koncepcje twórcze, rozróżnia i dobiera barwy i kształty, analizuje dany sektor, śledzi panujące trendy, analizuje potrzeby zleceniodawcy, przewiduje konsekwencje
NARZĘDZIA
wyobraźnia, koncentracja, zmienność uwagi kompetencje manualne
ŚRODKI
kawa środki higieny pracy umysłowej
ZACHOWANIA
rysuje/maluje szkice, projektuje, tworzy grafikę wektorową/pikselową, kontaktuje się z klientem/zleceniodawcą, negocjuje, przekonuje, argumentuje, tłumaczy, współpracuje z członkami zespołu, przygotowuje wydruki, wykonuje skład komputerowy, dobiera skład i jakość papieru
NARZĘDZIA
oprogramowanie graficzne, komputer, kartka i ołówek, myślenie projektowe
ŚRODKI
wiedza specjalistyczna
PRZEDMIOT
CEL
opracowywanie projektów graficznych (o charakterze informacyjnym, promocyjnym, reklamowym, artystycznym), a następnie ich realizacja
SPOSÓB
komercyjnie - efekt działan ma skłonić potencjalnych klientów do aktywności (zakupowej), samodzielnie i zespołowo, w szybkim tempie, cierpliwie, dokładnie