

Technikum organizacji reklamy
nr cyfrowy zawodu 333906

Wymagania edukacyjne
niezbędne do uzyskania poszczególnych
ocen śródrocznych
i rocznych ocen klasyfikacyjnych
z przedmiotu:

Projektowanie kampanii reklamowej

Działy programowe:

- Planowanie kampanii reklamowej klasa 2, klasa3, klasa 4
- Wykonywanie kampanii reklamowej klasa 2, klasa3

Opracowała: mgr Dorota Marcinkowska

Ocena/stopień:	Planowanie kampanii reklamowej
dopuszczający	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • tworzy pisma z wykorzystaniem edytora tekstów; • zna rodzaje prezentacji tabelarycznych; • wskazuje zalety i wady prezentacji graficznej i tekstowej; • przy pomocy nauczyciela prezentuje pozyskane informacje w formie graficznej;
dostateczny	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • tworzy bazy danych z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego; • tworzy pisma z wykorzystaniem edytora tekstów; • ustala czynniki efektywności reklamy; • ocenia jakość i skuteczność prowadzonej reklamy; • porównuje formy: graficzną, tekstową i tabelaryczną prezentacji informacji reklamowych; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • rozróżnia rodzaje prezentacji tabelarycznych; • wskazuje zalety i wady prezentacji graficznej i tekstowej; • prezentuje pozyskane informacje w formie graficznej;
dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • stosuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • tworzy bazy danych, prezentuje wskaźniki z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego; • planuje badania efektywności reklamy; • opracowuje narzędzia do badania efektywności reklamy we współpracy; • opracowuje badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych; • opracowuje graficzną prezentację wyników badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy; • ocenia jakość i skuteczność prowadzonej reklamy na podstawie przeprowadzonych badań; • porównuje formy: graficzną, tekstową i tabelaryczną prezentacji informacji reklamowych; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • rozróżnia rodzaje prezentacji tabelarycznych; • ocenia przydatność formy prezentacji do reklamy wskazanego produktu; • identyfikuje sprzęt konieczny do produkcji środków reklamowych; • określa rodzaj materiałów i sprzętu niezbędnego do aranżacji wystawy;
bardzo dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • biegle stosuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • tworzy bazy danych, prezentuje wskaźniki, dokonuje obliczeń i analiz z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego; • planuje badania efektywności reklamy oraz przydziela zadania do wykonania; • samodzielnie opracowuje narzędzia do badania efektywności reklamy; • samodzielnie opracowuje graficzną prezentację wyników badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy; • sporządza wnioski z badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy; • wskazuje zalety i wady prezentacji graficznej i tekstowej; • prezentuje pozyskane informacje w formie graficznej;

	<ul style="list-style-type: none"> ocenia przydatność formy prezentacji do reklamy wskazanego produktu ; ustala materiały niezbędne do produkcji środków reklamowych; sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt niezbędne do wykonania zamówionych środków reklamowych;
celujący	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> biegle wykorzystuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; sprawnie tworzy bazy danych, prezentuje wskaźniki, dokonuje obliczeń i analiz z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego; samodzielnie planuje badania efektywności reklamy oraz przydziela zadania do wykonania; w twórczy sposób opracowuje graficzną prezentację wyników badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy; samodzielnie sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt niezbędne do wykonania zamówionych środków reklamowych; proponuje nowatorskie i twórcze podejście do większości zagadnień; angażuje się biorąc udział w konkursach przedmiotowych i uzyskuje sukcesy;

Ocena/stopień:	Wykonywanie kampanii reklamowej
dopuszczający	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> przy pomocy nauczyciela obsługuje odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji; wykorzystuje pocztę elektroniczną i zasoby internetowe do pozyskiwania i gromadzenia informacji; przy pomocy nauczyciela tworzy nośniki reklamy; zna elementy systemu identyfikacji wizualnej; przy pomocy nauczyciela opracuje reklamę w wersji drukowanej; przy pomocy nauczyciela wykonuje reklamę w wersji elektronicznej;
dostateczny	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> obsługuje odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji; obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego; wykorzystuje pocztę elektroniczną i zasoby internetowe do pozyskiwania i gromadzenia informacji; dobiera odpowiednie formy i środki do wykonania reklamy; identyfikuje aktualne programy komputerowe do wykonania środków reklamowych; wykonuje nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; porównuje formy reklamy telewizyjnej, prasowej i radiowej; określa elementy systemu identyfikacji wizualnej; przy pomocy nauczyciela projektuje elementy systemu identyfikacji wizualnej; symbol firmy, symbole dekoracyjne, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe; opracowuje reklamę w wersji drukowanej; wykonuje reklamę w wersji elektronicznej;
dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> samodzielnie obsługuje odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji; wykorzystuje pocztę elektroniczną i zasoby internetowe do pozyskiwania i gromadzenia informacji; tworzy odpowiednie nośniki reklamy (banery reklamowe, pola tekstowe, itp.); projektuje i wykonuje reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego; porównuje formy i środki projektowania reklamy powszechnie stosowane; dobiera sposób prezentacji projektu w zależności od potrzeb klienta; dokonuje prezentacji produktów reklamowych na stronach internetowych; dokonuje doboru materiałów reklamowych (POS – point – of – sale); wykonuje reklamę zgodnie z oczekiwaniami klienta; dobiera formę reklamy do planu reklamy (prasa: ogłoszenia drobne w prasie, większe reklamy w prasie, artykuły sponsorowane, artykuły "sugerowane"); określa miejsce reklamy w systemie instrumentów promocyjnych; wyjaśnia pojęcie „tożsamość firmy”; charakteryzuje wizerunek firmy; określa elementy systemu identyfikacji wizualnej; projektuje symbol firmy (znak i logotyp firmowy), kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wygląd otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania. Projektuje i wykonuje reklamę produktu z wykorzystaniem programów komputerowych; opracowuje reklamę w wersji drukowanej; wykonuje reklamę w wersji elektronicznej;
bardzo dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> obsługuje odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji; obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego;

	<ul style="list-style-type: none"> • dobiera sposób prezentacji projektu w zależności od potrzeb klienta; • dokonuje prezentacji projektu reklamy produktów i usług na własnym portalu internetowym; • ustala ilość i jakość materiałów do zamówionego środka reklamowego; • dokonuje doboru materiałów reklamowych (POS – point – of – sale); • wykonuje nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; • samodzielnie dobiera formę reklamy do planu reklamy (prasa: ogłoszenia drobne w prasie, większe reklamy w prasie, artykuły sponsorowane, artykuły "sugerowane". Internet: pozycjonowanie stron www w wyszukiwarkach internetowych, reklama kontekstowa w wyszukiwarkach, reklama kontekstowa na stronach tematycznych); • projektuje i wykonuje elementy systemu identyfikacji wizualnej: symbol firmy (znak i logotyp firmowy), kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wygląd otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania. • samodzielnie opracowuje reklamę w wersji drukowanej; • samodzielnie wykonuje reklamę w wersji elektronicznej;
celujący	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • w sposób oryginalny dokonuje prezentacji produktów reklamowych na stronach internetowych; • tworzy własne strony internetowe; • wykonuje nowatorskie nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; • trafnie dobiera formę reklamy do planu reklamy (prasa: ogłoszenia drobne w prasie, większe reklamy w prasie, artykuły sponsorowane, artykuły "sugerowane". Internet: pozycjonowanie stron www w wyszukiwarkach internetowych, reklama kontekstowa w wyszukiwarkach, reklama kontekstowa na stronach tematycznych); • projektuje i wykonuje oryginalne elementy systemu identyfikacji wizualnej: symbol firmy (znak i logotyp firmowy), kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wygląd otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania. • angażuje się biorąc udział w konkursach przedmiotowych;

Dodatkowe warunki:

- Ocenianie ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych dostosowane jest do jego indywidualnych możliwości. Uwzględnia ono zalecenia opinii lub orzeczenia PPP, jego zaangażowanie w proces dydaktyczny oraz postępy w nauce.