

# WYMAGANIA EDUKACYJNE – PROJEKTOWANIE KAMPANII REKLAMOWEJ

TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY PROGRAM NR 333906

## Kryteria na poszczególne oceny:

- na ocenę **dopuszczającą** uczniów:
  - tworzy pisma z wykorzystaniem edytora tekstu
  - zna rodzaje prezentacji tabelarycznych
  - wskazuje zalety i wady prezentacji graficznej i tekstowej
  - przy pomocy nauczyciela prezentuje pozyskane informacje w formie graficznej
  - przy pomocy nauczyciela obsługuje odpowiednie programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji
  - wykorzystuje pocztę elektroniczną i zasoby internetowe do pozyskiwania i gromadzenia informacji
  - tworzy proste nośniki reklamy
  - zna elementy systemu identyfikacji wizualnej
  - przy pomocy nauczyciela opracowuje i wykonuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej
  
- na ocenę **dostateczną** uczniów:
  - zna i obsługuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie
  - ustala czynniki efektywności reklamy
  - ocenia 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
  - dobiera odpowiednie środki i formy do wykonania reklamy
  - wykonuje nośniki reklamy m.in.: banery reklamowej, loga
  - porównuje formy reklamy telewizyjnej, prasowej i radiowej
  - określa elementy systemu identyfikacji wizualnej
  - opracowuje i wykonuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej
  
- na ocenę **dobrą** uczniów:
  - samodzielnie obsługuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie
  - planuje badania efektywności reklamy
  - opracowuje narzędzia do badania efektywności reklamy we współpracy
  - opracowuje graficzną prezentację wyników badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy
  - ocenia przydatność formy prezentacji do reklamy wskazanego produktu
  - identyfikuje sprzęt konieczny do produkcji środków reklamowych
  - określa rodzaj materiałów i sprzętu niezbędny do kampanii reklamowej
  - projektuje i wykonuje reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego

- dobiera 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)
  - dobiera formę reklamy do planu reklamy
  - określa miejsce reklamy w systemie instrumentów promocyjnych
  - charakteryzuje wizerunek firmy
  - określa elementy systemu identyfikacji wizualnej
  - projektuje symbol firmy, kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie, druki firmowe, identyfikatory pracowników, stemple, materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu, ubiór pracowników, wystrój stanowisk targowych, aranżację firmy, tablice informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania
- na ocenę **bardzo dobrą** uczeń:
- biegle stosuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań
  - dokonuje obliczeń i analiz z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego
  - planuje badania efektywności reklamy oraz przydziela zadania do wykonania
  - sporządza wnioski z badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy
  - ocenia przydatność formy prezentacji do reklamy wskazanego produktu
  - ustala materiały niezbędne do produkcji środków reklamy
  - sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt niezbędne do wykonania zamówionych środków reklamy
  - w sposób oryginalny dokonuje prezentacji produktów reklamowych na stronach internetowych
  - tworzy własne strony internetowe
  - wykonuje nowatorskie nośniki reklamy
  - trafnie dobiera formę reklamy do planu reklamy
  - projektuje i wykonuje oryginalne elementy systemu identyfikacji wizualnej m.in. symbol firmy, kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie, druki firmowe, identyfikatory pracowników, stemple, materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu, ubiór pracowników, wystrój stanowisk targowych, aranżację firmy, tablice informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania
  - samodzielnie wykonuje i opracowuje reklamę drukowaną i elektroniczną
- ocenę **celującą** uczeń powinien:
- posiadać wiedzę wykraczającą poza program nauczania
  - samodzielnie i twórczo rozwijać swoje zainteresowania
  - uczestniczyć w konkursach i olimpiadach, uzyskiwać wyróżniające wyniki, godnie reprezentować szkołę
  - podejmować dodatkowe działania promocyjne

Osiągnięcie powyższych wymagań powinno być wspomagane odpowiednio przygotowaniem materiałów i zadań, a także pracą w chmurach informatycznych oraz stosowanie komunikatorów i innych sposobów elektronicznej komunikacji i przesyłania plików.

Na ocenę powinna mieć też wpływ ogólna postawa ucznia i kultura zawodowa. Jest to subiektywny czynnik, dlatego nauczyciel powinien stosować go z rozwagą.