

WYMAGANIA EDUKACYJNE Z PRZEDMIOTU
„ORGANIZACJA I TECHNIKI REKLAMY”
TECHNIK ORGANIZACJI REKLAMY

Na ocenę dopuszczającą uczeń powinien:

- znać czynniki szkodliwe w pracy biurowej, rodzaje i kryteria klasyfikacji reklamy, elementy przekazu reklamowego, środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego, podstawowe metody i techniki prezentacji reklamy, cele działalności reklamowej, cechy użytkowe produktu
- wymieniać elementy składające się na zawartość reklamy, podstawowe nośniki reklamy,
- wskazywać podmiot i przedmiot reklamy
- przy pomocy nauczyciela opracowywać przekaz reklamowy, dobierać nośniki reklamy oraz media do przyjętej strategii reklamy,
- znać pojęcie psychologii reklamy, media, środki reklamy, nośniki reklamy

na ocenę dostateczną uczeń powinien:

- wszystko, co powyżej, a ponadto:
- rozpoznawać źródła i czynniki szkodliwe w pracy biurowej
- znać sposoby zapobiegania zagrożeniom zdrowia i życia w miejscu pracy, mechanizm wpływający na tworzenie reklamy, modele oddziaływania reklamy
- określać zagrożenia dla zdrowia związane z nieprawidłową pozycją ciała podczas pracy z komputerem
- charakteryzować rodzaje reklamy, podmiot i przedmiot reklamy, elementy przekazu reklamowego
- określać zasięg geograficzny reklamy, czas trwania emisji reklamy, rodzaj nośnika reklamy, jakość produktu, jego markę, opakowanie i oznakowanie
- rozróżniać elementy składające się na zawartość reklamy
- znać i wymieniać kryteria klasyfikacji reklamy
- wymieniać środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego
- porównywać wskazane nośniki reklamy
- wykorzystywać informacje potrzebne do realizacji reklamy
- dobierać podstawowe środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego
- rozróżniać i analizować pojęcia: media, środki reklamowe, nośniki reklamy
- znać kryteria doboru mediów
- określać

na ocenę dobrą uczeń powinien:

- wszystko, co powyżej, a ponadto:
- charakteryzować wybrane sposoby zapobiegania zagrożeniom zdrowia i życia w miejscu pracy
- określać czynniki zwiększające ryzyko uszkodzenia wzroku i układu ruchu związane z pracą z komputerem
- prawidłowo rozpoznawać, porządkować, grupować funkcje i cele reklamy
- charakteryzować podmiot i przedmiot reklamy na wybranych przykładach,
- określać i charakteryzować zasięg geograficzny reklamy
- wskazywać i charakteryzować elementy składające się na zawartość reklamy

- dokonywać klasyfikacji reklamy w zależności od rodzaju kryterium
- wyszukiwać metody stosowane na rynku reklamy
- analizować elementy przekazu reklamowego, etapów produkcji środków reklamowych
- sporządzać plan realizacji strategii reklamowej
- pozyskiwać i przetwarzać informacje niezbędne do realizacji reklamy
- przygotowywać zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej
- dobierać środki prezentacji przekazu reklamowego
- oceniać projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją
- ustalać czas emisji i cenę reklamy w mediach na podstawie określonych wskaźników
- sporządzać plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach zgodnie z przyjętym budżetem
- organizować emisję reklamy w mediach
- planować etapy produkcji środków reklamowych
- określać metody i techniki produkcji reklamy, efektywność reklamy, strukturę mediów reklamowych
- opracowywać oraz interpretować wyniki badań rynku reklamy
- oceniać skuteczność reklamy, wiarygodność źródeł informacji
- dokonywać analizy strategii reklamowej
- charakteryzować modele oddziaływania reklamy
- pozyskiwać informacje niezbędne do zaplanowanej kampanii reklamowej
- określać czynniki strategii reklamy
- uzasadniać wybór nośnika reklamy do strategii
- ustalać kryteria doboru mediów
- dokonywać analizy zainteresowań odbiorców reklamy
- wskazywać zasady planowania reklamy w poszczególnych rodzajach mediów
- określać zasięg techniczny poszczególnych mediów
- wyszukiwać informacji o usługach agencji reklamowych

na ocenę bardzo dobrą uczeń powinien:

- wszystko, co powyżej, a ponadto:
- rozpoznawać zagrożenia dla zdrowia związane z nieprawidłową pozycją ciała podczas pracy z komputerem i ich unika stosując właściwe zasady
- określać czynniki zwiększające ryzyko uszkodzenia wzroku i układu ruchu związane z pracą z komputerem i ich unikać stosując właściwe zasady
- charakteryzować rodzaje reklamy oraz dokonywać ich analizy
- rozpoznawać, porządkować, grupować funkcje i cele reklamy
- charakteryzować podmiot i przedmiot reklamy

- wykorzystywać klasyfikację reklamy w zależności od rodzaju kryterium w identyfikacji przekazów reklamowych
- analizować informacje niezbędne do realizacji reklamy
- przygotowywać zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej
- trafnie wykorzystywać środki reklamowe
- oceniać projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją
- samodzielnie sporządzać: dokumenty dotyczące emisji reklamy w mediach, plan produkcji reklamy wydawniczej oraz pozawydawniczej, mediaplan
- planować kampanię reklamową i jej kosztorys
- określać strukturę mediów reklamowych
- ocenić możliwości budżetowe niezbędne do opracowania reklamy
- samodzielnie planować reklamę w mediach
- pozyskiwać informacje na temat cech produktu do jego reklamy
- dokonywać oceny przydatności poszczególnych mediów do osiągnięcia celu kampanii reklamowej
- prawidłowo dobierać odpowiednie do strategii reklamy medium

na ocenę celującą uczeń powinien:

- wykraczać poza podstawy programowe w zakresie posiadanej wiedzy
- korzystać z różnych źródeł w celu poszerzania swojej wiedzy
- wyrażać samodzielny, krytyczny stosunek do określonych zagadnień
- potrafić udowadniać swoje zdanie, używając odpowiedniej argumentacji będącej skutkiem nabytej samodzielnie wiedzy
- brać aktywny udział w konkursach, olimpiadach, w których wymagana jest wiedza przedmiotowa oraz odnosi na nich sukcesy.