

Technikum Nr 2 im. gen. Mieczysława Smorawińskiego w Zespole Szkół Ekonomicznych w Kaliszu

Wymagania edukacyjne niezbędne do uzyskania poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z obowiązkowych zajęć edukacyjnych (kształcenie zawodowe).

Przedmiot: Pracownia sprzedaży reklamy kl. I

BEZPIECZEŃSTWO WYKONYWANIA PRACY				
ocena dopuszczająca	ocena dostateczna	ocena dobra	ocena bardzo dobra	ocena celująca
<ul style="list-style-type: none"> ➤ wskazać co to jest ergonomia ➤ wymienić zasady bezpiecznej organizacji stanowiska pracy, ➤ wymienić czynniki tworzące środowisko pracy, ➤ umieć udzielić pierwszej pomocy osobie poszkodowanej w wypadku przy pracy. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wskazać zagrożenia wynikające z nieprzestrzegania zasad bhp, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska, ➤ wymienić środki ochrony indywidualnej i zbiorowej. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wskazać zagrożenia czynnikami uciążliwymi, niebezpiecznymi i szkodliwymi występującymi w środowisku pracy. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ zdefiniować pojęcie wypadku przy pracy i ocenić stan osoby poszkodowanej. ➤ zastosować środki ochrony indywidualnej i zbiorowej. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ zorganizować stanowisko zgodnie z wymogami ergonomii.
ORGANIZACJA SPRZEDAŻY REKLAMY				
<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienić dobre praktyki stosowane w rozmowie sprzedażowej, ➤ wymienić elementy oferty handlowej, ➤ zdefiniować wizerunek firmy, system identyfikacji wizualnej, nazwę firmy, znak graficzny, logo, logotyp, ➤ wymienić elementy wyposażenia firmy; ➤ wskazać jakie są rodzaje druków firmowych w sprzedaży reklamy, ➤ scharakteryzować reklamę, ➤ identyfikować nadawcę, odbiorcę i przedmiot reklamy; ➤ określić cele reklamy bezpośredniej i pośredniej; ➤ wyjaśnić istotę reklamy 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ zdefiniować przekaz reklamowy, ➤ wskazać cechy przekazu reklamowego, ➤ omówić znaczenie sloganu reklamowego, ➤ zdefiniować techniki prezentacji reklamy. ➤ wymienić podstawowe techniki prezentacji reklamy, ➤ podać rodzaje mediów i środków reklamowych, ➤ wymienić formy reklamy prasowej, ➤ zaprojektować drobne ogłoszenie prasowe z uwzględnieniem wszystkich zasad projektowania, ➤ zdefiniować gadżety reklamowe, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ tworzyć bazę danych o klientach, ➤ scharakteryzować promocję w sprzedaży reklamy, ➤ projektować dokumenty firmowe z użyciem nazwy i znaku graficznego „własnej” firmy, ➤ scharakteryzować funkcje reklamy opierając się na przykładach, ➤ scharakteryzować poznane rodzaje reklamy, ➤ wymienić różnice pomiędzy reklamą informacyjną, nakłaniającą i przypominającą, ➤ przedstawić wady i zalety reklamy bezpośredniej i pośredniej, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ omówić cechy charakterystyczne marki, jakości opakowania; ➤ wymienić podstawowe różnice pomiędzy reklamą komercyjną a społeczną; ➤ wskazać przykłady reklam społecznych uwzględniające przedmiot, charakter oraz sposób oddziaływania na odbiorcę; ➤ przedstawić zagadnienia z zakresu nieuczciwej konkurencji, prawa bilansowego i podatkowego oraz prawa autorskiego; ➤ przedstawić zagadnienia z zakresu prawa prasowego, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ omówić techniki oddziaływania reklamy przy użyciu dzieci, ➤ omówić przykłady nieetycznych reklam, ➤ omówić etapy budowania przekazu reklamowego, ➤ ocenić opierając się na przykładach różne przekazy reklamowe, ➤ przyjąć dokumenty zgodnie z instrukcją kancelaryjną, ➤ redagować pisma dotyczące sprzedaży reklamy, ➤ wysłać korespondencję seryjnie.

<p>komercyjnej i społecznej,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienić podstawowe cechy reklamy komercyjnej i społecznej, ➤ zdefiniować etykę reklamy, ➤ wymienić istotę społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, ➤ wymienić podstawowe problemy etyczne w reklamie, ➤ przedstawić wizerunek kobiety, mężczyzny oraz dziecka w reklamie. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienić rodzaje gadżetów reklamowych, ➤ dobrać sprzęt techniczny do wykonywanego zadania, ➤ określić zasady instrukcji kancelaryjnej, ➤ określić zasady redagowania pism dotyczących sprzedaży reklamy, ➤ przyjąć i wysłać korespondencję. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienić przykłady poznanych rodzajów reklam, ➤ przedstawić charakterystykę poznanych reklam w oparciu o przykłady. 	<p>zasad reklamowania w TV i radio, regulacje prawne reklamy zewnętrznej oraz przepisy dotyczące reklamowania wybranych produktów;</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienić zasady funkcjonowania kodeksów etycznych w reklamie, ➤ charakteryzować podstawowe obszary działalności gospodarczej regulowane przepisami kodeksu etyki reklamy, ➤ wymienić przykłady reklamy naruszające zasady etyczne. 	
--	---	--	---	--