

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 ogólne).

Przedmiot: Pracownia kampanii reklamowej IV

Zakres: Podstawowy

Zespół twórczy

ocena dopuszczająca	ocena dostateczna	ocena dobra	ocena bardzo dobra	ocena celująca
<ul style="list-style-type: none">➤ Planuje i organizuje pracę małego zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań➤ Dobiera osoby do przydzielonych zadań➤ Monitoruje jakość wykonania pracy zespołowej➤ Komunikuje się ze współpracownikami	<ul style="list-style-type: none">➤ Planuje i organizuje pracę małego zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań➤ Dobiera osoby do przydzielonych zadań.➤ Poprawnie kieruje zespołem➤ Monitoruje jakość wykonania pracy zespołowej,➤ Komunikuje się ze współpracownikami	<ul style="list-style-type: none">➤ Planuje i organizuje pracę średniego zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań➤ Dobiera osoby do przydzielonych zadań.➤ Dobrze kieruje zespołem➤ Monitoruje jakość wykonania pracy zespołowej,➤ Wprowadza rozwiązania wpływające na poprawę warunków i jakości pracy➤ Komunikuje się ze współpracownikami	<ul style="list-style-type: none">➤ Planuje i organizuje pracę dużego zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań➤ Dobiera osoby do przydzielonych zadań, zna ich kompetencje.➤ Bardzo dobrze kieruje zespołem➤ Monitoruje jakość wykonania pracy zespołowej,➤ Wprowadza rozwiązania wpływające na poprawę warunków i jakości pracy➤ Jest otwarty na zmiany➤ Komunikuje się ze współpracownikami	<ul style="list-style-type: none">➤ Planuje i organizuje pracę dużego zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań➤ Dobiera osoby do przydzielonych zadań, zna ich kompetencje, wykorzystuje potencjał➤ Wzorowo kieruje zespołem➤ Monitoruje na bieżąco jakość wykonania pracy zespołowej,➤ Wprowadza na bieżąco rozwiązania wpływające na poprawę warunków i jakości pracy➤ Jest otwarty na zmiany➤ Stosuje metody motywacji do pracy➤ Komunikuje się ze współpracownikami

Badanie skuteczności kampanii reklamowej

<ul style="list-style-type: none">➤ Interpretuje wyniki badań rynku reklamy➤ Potrafi ocenić jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów.➤ Ocenia skuteczność kampanii reklamowej na podstawie badań rynkowych➤ Potrafi przeprowadzić proste badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych➤ Bez większych błędów prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy	<ul style="list-style-type: none">➤ Interpretuje wyniki badań rynku reklamy➤ Potrafi ocenić jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów.➤ Ocenia skuteczność kampanii reklamowej na podstawie badań rynkowych➤ Prowadzi własne, proste badania kampanii reklamowej oraz jej elementów z wykorzystaniem programów komputerowych➤ Poprawnie prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy	<ul style="list-style-type: none">➤ Opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy➤ Ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów.➤ Określa efektywność poszczególnych elementów kampanii na podstawie ustalonych wskaźników.➤ Ocenia skuteczność kampanii reklamowej na podstawie badań rynkowych➤ Prowadzi własne, proste badania kampanii reklamowej oraz jej elementów z wykorzystaniem programów komputerowych➤ dobrze prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy	<ul style="list-style-type: none">➤ Opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy➤ Ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów.➤ Określa efektywność poszczególnych elementów kampanii na podstawie ustalonych wskaźników. Potrafi wyciągnąć z nich wnioski do kolejnych projektów.➤ Ocenia skuteczność kampanii reklamowej na podstawie badań rynkowych➤ Prowadzi własne, badania kampanii reklamowej oraz jej elementów z wykorzystaniem programów komputerowych➤ Bardzo dobrze prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy	<ul style="list-style-type: none">➤ Opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy➤ Ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów➤ Określa efektywność poszczególnych elementów kampanii na podstawie ustalonych wskaźników, potrafi je modyfikować w zależności od wyników➤ Ocenia skuteczność kampanii reklamowej na podstawie badań rynkowych➤ Prowadzi własne, rozbudowane badania kampanii reklamowej oraz jej elementów z wykorzystaniem programów komputerowych➤ Wzorowo prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy
---	---	--	---	--

Przygotowanie środków reklamowych w ramach kampanii reklamowej

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocenia projekt kampanii reklamowej przed jego publikacją. ➤ Dobiera podstawowe nośniki reklamy do przyjętej strategii kampanii ➤ Sporządza bez większych błędów prosty plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach ➤ Prowadzi podstawową dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych ➤ Przestrzega zasad etyki zawodowej oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocenia projekt kampanii reklamowej przed jego publikacją. ➤ Dobiera podstawowe nośniki reklamy do przyjętej strategii kampanii ➤ Sporządza prosty plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach ➤ Poprawnie planuje etapy produkcji środków reklamowych ➤ Prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych ➤ Przestrzega zasad etyki zawodowej oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocenia projekt kampanii reklamowej przed jego publikacją. ➤ Dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii kampanii ➤ Sporządza plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach ➤ Dobrze planuje etapy produkcji środków reklamowych ➤ Sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych ➤ Prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych ➤ Przestrzega zasad etyki zawodowej oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocenia projekt kampanii reklamowej przed jego publikacją. ➤ Dobiera zróżnicowane nośniki reklamy do przyjętej strategii kampanii ➤ Sporządza plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach ➤ bardzo dobrze planuje etapy produkcji środków reklamowych ➤ Sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych ➤ Sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych ➤ Prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych ➤ Przestrzega zasad etyki zawodowej oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ocenia projekt kampanii reklamowej przed jego publikacją. ➤ Dobiera zróżnicowane nośniki reklamy do przyjętej strategii kampanii, korzystając także z nowych metod. ➤ Sporządza szczegółowy plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach ➤ Wzorowo planuje etapy produkcji środków reklamowych ➤ Sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych ➤ Określa metody i techniki produkcji poszczególnych elementów kampanii reklamowej ➤ Sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych ➤ Prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych ➤ Przestrzega zasad etyki zawodowej oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie
---	--	--	--	---