

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY

KAMPANIA REKLAMOWA

Klasa 5

POZIOM WYMAGAŃ				
ocena dopuszczająca [1]	ocena dostateczna [1+2]	ocena dobra [1+2+3]	ocena bardzo dobra [1+2+3+4]	ocena celująca [1+2+3+4+5]
Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:
DZIAŁ: PLANOWANIE MEDIÓW				
- potrafi wyjaśnić podstawowe pojęcia: kampania reklamowa, media plan, brief - zna zasady i kryteria dotyczące wyboru mediów - zna kryteria doboru nośników reklamy - zna zasady publikacji reklamy w mediach elektronicznych - zna etapy procesu planowania kampanii reklamowej w mediach	- charakteryzuje pojęcia: kampania reklamowa, media plan, brief - potrafi scharakteryzować zasady i kryteria dotyczące wyboru mediów - potrafi scharakteryzować kryteria doboru nośników reklamy - potrafi określić zasady publikacji reklamy w mediach elektronicznych	- potrafi wskazać zasady planowania reklamy w poszczególnych rodzajach mediów - potrafi określić czas trwania emisji reklamy - potrafi określić zasady publikacji reklamy w mediach elektronicznych	- potrafi zaplanować reklamę w mediach - potrafi zaprezentować plan mediów - potrafi określić czas trwania kampanii: ciągle, sezonowo, pulsacyjnie i z przerwami - potrafi przygotować media plan, cash flow i flow chart do poszczególnych mediów z uzasadnieniem	- potrafi podać przykłady marek i produktów, które reklamowane są: ciągle, sezonowo, pulsacyjnie i z przerwami - trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych
DZIAŁ: BUDŻET KAMPANII				
- zna metody ustalania budżetu reklamowego	- potrafi opisać metody ustalania budżetu reklamowego	- potrafi scharakteryzować metody ustalania budżetu	- potrafi dobrać metodę ustalania budżetu do firmy	- potrafi przygotować budżet kampanii

- zna elementy składowe budżetu - zna czynniki składające się na budżet	- potrafi określić elementy składowe budżetu - potrafi wymienić czynniki składające się na budżet - potrafi dokonać selekcji mediów do kampanii reklamowej na podstawie budżetu	- potrafi scharakteryzować elementy składowe budżetu - potrafi scharakteryzować czynniki składające się na budżet	- potrafi ustalić budżet kampanii reklamowej - potrafi przygotować budżet kampanii reklamowej korzystając z różnych metod - potrafi scharakteryzować kryteria, które należy uwzględnić przy planowaniu mediów kampanii reklamowej (ilościowe i jakościowe) - potrafi dokonać optymalizacji parametrów kampanii medialnej (np. budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu) - wie jak należałoby rozłożyć kampanię reklamową w czasie	- reklamowej korzystając z różnych metod - potrafi uzasadnić budżet kampanii reklamowej klientowi odpowiadając na ewentualne pytania i zarzuty - potrafi zaprezentować budżet kampanii reklamowej - potrafi dokonać optymalizacji parametrów kampanii medialnej (np. budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu) - trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych
POWTÓRZENIE WIADOMOŚCI W RAMACH PRZYGOTOWANIA DO ETAPU PISEMNEGO EGZAMINU ZAWODOWEGO				
Wymagania edukacyjne z działu: Media reklamowe	Wymagania edukacyjne z działu: Media reklamowe	Wymagania edukacyjne z działu: Media reklamowe	Wymagania edukacyjne z działu: Media reklamowe	Wymagania edukacyjne z działu: Media reklamowe
Wymagania edukacyjne z działu: Agencja reklamowa	Wymagania edukacyjne z działu: Agencja reklamowa	Wymagania edukacyjne z działu: Agencja reklamowa	Wymagania edukacyjne z działu: Agencja reklamowa	Wymagania edukacyjne z działu: Agencja reklamowa
Wymagania edukacyjne z działu: Planowanie kampanii reklamowej	Wymagania edukacyjne z działu: Planowanie kampanii reklamowej	Wymagania edukacyjne z działu: Planowanie kampanii reklamowej	Wymagania edukacyjne z działu: Planowanie kampanii reklamowej	Wymagania edukacyjne z działu: Planowanie kampanii reklamowej