



**Zespół Szkół
Ponadpodstawowych
w Zgorzelcu**

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY SZKOLNE

SYMBOL CYFROWY ZAWODU: 333907

**PRZEDMIOT:
PLANOWANIE KAMPAII REKLAMOWEJ**

**KLASA III
TECHNIKUM REKLAMY**

**WYMAGANIA OBOWIAZUJĄ
W ROKU SZKOLNYM 2025-2026**

KWALIFIKACJE WYODRĘBNIONE W ZAWODZIE:
PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego
PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową

1. OCENA DOPUSZCZAJĄCA (1)

Co uczeń musi umieć i wiedzieć, aby otrzymać ocenę dopuszczającą z przedmiotu Planowania Kampanii Reklamowej (KWALIFIKACJA PGF.07):

I. Analiza i Planowanie:

- **Analiza rynku i konkurencji:** Identyfikacja grupy docelowej, analiza potrzeb i zachowań konsumentów, badanie konkurencji i ich strategii. Umiejętność wykorzystania narzędzi badawczych (np. ankiety, wywiady).
- **Sformułowanie celów i strategii kampanii:** Określenie mierzalnych celów kampanii (np. wzrost świadomości marki, zwiększenie sprzedaży), wybór odpowiedniej strategii reklamowej (np. strategii push, pull).
- **Opracowanie budżetu kampanii:** Planowanie wydatków na poszczególne elementy kampanii (np. media, kreacja, produkcja).
- **Opracowanie harmonogramu kampanii:** Ustalenie terminów realizacji poszczególnych etapów kampanii.

II. Kreacja i Realizacja:

- **Tworzenie koncepcji kreatywnych:** Opracowanie pomysłów na przekaz reklamowy, uwzględniając specyfikę grupy docelowej i kanałów komunikacji.
- **Wybór mediów:** Dobór odpowiednich kanałów komunikacji (np. media społecznościowe, telewizja, prasa, internet) w zależności od grupy docelowej i celów kampanii.
- **Przygotowanie materiałów reklamowych:** Tworzenie tekstów reklamowych, grafiki, spotów wideo, itp. Umiejętność pracy z programami graficznymi i multimedialnymi.
- **Monitorowanie i ewaluacja kampanii:** Pomiar efektywności kampanii, analiza wyników i wprowadzanie ewentualnych korekt.

III. Wiedza teoretyczna:

- **Podstawy marketingu i reklamy:** Znajomość podstawowych pojęć i teorii z zakresu marketingu i reklamy.
- **Prawo i etyka w reklamie:** Znajomość przepisów prawnych regulujących działalność reklamową oraz zasad etyki zawodowej.
- **Analiza danych i raportowanie:** Umiejętność analizy danych i tworzenia raportów z przebiegu kampanii.

UWAGA: Ocenę dopuszczającą uzyskuje się poprzez wykazanie się podstawową znajomością powyższych zagadnień. Szczegółowe wymagania mogą się różnić w zależności od szkoły i nauczyciela.

2. OCENA DOSTATECZNA (1+2)

Co uczeń musi umieć i wiedzieć, aby otrzymać ocenę dostateczną z przedmiotu Planowania Kampanii Reklamowej (KWALIFIKACJA PGF.07):

I. Podstawowa wiedza:

- Rozumieć podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i reklamy (np. grupa docelowa, segmentacja rynku, kanały komunikacji, cele reklamowe).
- Znać podstawowe rodzaje reklam (np. reklama prasowa, telewizyjna, internetowa).
- Rozumieć rolę reklamy w procesie marketingowym.

II. Planowanie kampanii:

- Umieć zidentyfikować podstawowe elementy kampanii reklamowej (np. cel, grupa docelowa, przekaz reklamowy).
- Umieć określić prosty cel kampanii (np. zwiększenie świadomości marki).
- Umieć zidentyfikować podstawową grupę docelową (np. wiek, płeć, zainteresowania).
- Umieć dobrać proste kanały komunikacji (np. media społecznościowe).

III. Kreacja:

- Umieć stworzyć proste hasło reklamowe.
- Umieć przygotować podstawowe materiały reklamowe (np. prosty tekst reklamowy, prosta grafika).

IV. Praca:

- Potrafić pracować pod kierunkiem nauczyciela i wykonywać proste zadania.
- Wykazywać minimalne zaangażowanie w zajęcia.
- Prezentować prace w sposób czytelny i zrozumiały.

Przykład: Uczeń potrafi zidentyfikować grupę docelową dla produktu, np. dla nowego rodzaju napoju energetycznego (młodzież w wieku 16-20 lat). Potrafi wymyślić proste hasło reklamowe i wybrać jeden kanał komunikacji (np. Instagram). Uczeń rozumie, że celem reklamy jest zwiększenie świadomości marki.

3. OCENA DOBRA (1+2+3)

Co uczeń musi umieć i wiedzieć, aby otrzymać ocenę dobrą z przedmiotu Planowania Kampanii Reklamowej (KWALIFIKACJA PGF.07):

I. Wiedza i zrozumienie:

- Posiadać dobrą znajomość pojęć z zakresu marketingu i reklamy (np. analiza SWOT, pozycjonowanie marki, budżet reklamowy, mierniki efektywności kampanii).
- Znać różne rodzaje reklam i ich specyfikę (np. reklama natywna, content marketing, marketing szeptany).
- Rozumieć proces planowania kampanii reklamowej i jego etapy.
- Znać podstawowe zasady prawa i etyki w reklamie.

II. Planowanie kampanii:

- Umieć przeprowadzić podstawową analizę rynku i konkurencji.
- Umieć określić cele kampanii (np. zwiększenie sprzedaży, poprawa wizerunku marki).
- Umieć wybrać odpowiednie kanały komunikacji, uwzględniając grupę docelową i cele kampanii.
- Umieć oszacować budżet kampanii.

III. Kreacja:

- Umieć tworzyć różnorodne materiały reklamowe (np. teksty reklamowe, grafiki, krótkie filmy).
- Umieć wykorzystywać różne techniki i narzędzia reklamowe (np. storytelling, call to action).

IV. Praca:

- Potrafić pracować samodzielnie i w grupie.
- Wykazywać zaangażowanie w zajęcia i inicjatywę.
- Prezentować prace w sposób uporządkowany i profesjonalny.

Przykład: Uczeń potrafi przeprowadzić krótką analizę SWOT dla produktu. Potrafi określić cele SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) dla kampanii reklamowej. Uczeń wybiera odpowiednie kanały komunikacji (np. Facebook, Instagram, YouTube) i tworzy przykładowe materiały reklamowe, uwzględniając specyfikę każdego z nich.

4. OCENA BARDZO DOBRA (1+2+3+4)

Co uczeń musi umieć i wiedzieć, aby otrzymać ocenę bardzo dobrą z przedmiotu Planowania Kampanii Reklamowej (KWALIFIKACJA PGF.07):

I. Wiedza i umiejętności:

- Doskonała znajomość pojęć i zasad marketingu i reklamy.
- Zna i potrafi stosować zaawansowane techniki i narzędzia reklamowe (np. marketing partyzancki, neuromarketing).
- Rozumie zależności między elementami kampanii reklamowej i potrafi je efektywnie łączyć.
- Zna i przestrzega zasad etyki w reklamie i prawa.

II. Planowanie kampanii:

- Umieć przeprowadzić szczegółową analizę rynku i konkurencji, wykorzystując różne metody badawcze.
- Umieć opracować kompleksowy plan kampanii reklamowej, uwzględniając cele, strategię, budżet, harmonogram i kanały komunikacji.
- Umieć monitorować i ewaluować kampanię, analizując jej efektywność i wprowadzając korekty.
- Potrafi optymalizować kampanię w oparciu o wyniki.

III. Kreacja:

- Umieć tworzyć kreatywne i innowacyjne materiały reklamowe, dostosowane do różnych kanałów komunikacji.
- Potrafi wykorzystywać różne style i techniki kreacji reklamowej.

IV. Praca:

- Potrafić pracować samodzielnie i w grupie, wykazując inicjatywę i kreatywność.
- Aktywnie uczestniczyć w zajęciach i dzielić się swoją wiedzą z innymi.
- Prezentować prace w sposób profesjonalny i przekonujący.

Przykład: Uczeń przeprowadza kompleksową analizę rynku, uwzględniając badania konsumenckie i analizę konkurencji. Opracowuje szczegółowy plan kampanii reklamowej, uwzględniając cele SMART, budżet, harmonogram, dobór kanałów komunikacji i mierniki efektywności. Uczeń tworzy kreatywne i angażujące materiały reklamowe, dostosowane do różnych platform. Uczeń monitoruje i ewaluuje kampanię, analizując wyniki i wprowadzając korekty w celu optymalizacji.

5. OCENA CELUJĄCA (1+2+3+4+5)

Co uczeń musi umieć i wiedzieć, aby otrzymać ocenę celującą z przedmiotu Planowania Kampanii Reklamowej (KWALIFIKACJA PGF.07):

I. Wiedza i umiejętności:

- Wyjątkowa wiedza i zrozumienie zasad marketingu i reklamy.
- Zna i potrafi stosować najnowsze trendy i technologie w reklamie (np. AI w marketingu, metaverse).
- Posiada umiejętność krytycznej analizy i oceny kampanii reklamowych.
- Wykazuje się doskonałą znajomością etyki w reklamie i prawa.

II. Planowanie kampanii:

- Potrafi opracować innowacyjne i nowatorskie plany kampanii reklamowych, wykraczające poza standardowe rozwiązania.
- Potrafi samodzielnie prowadzić badania i analizy, które wnoszą nową wiedzę do tematu.
- Potrafi przewidywać trendy w reklamie i dostosowywać do nich swoje działania.

III. Kreacja:

- Tworzy wyjątkowe i inspirujące materiały reklamowe, które wyróżniają się na tle innych.
- Potrafi eksperymentować z nowymi formami i technikami kreacji reklamowej.

IV. Praca:

- Aktywnie uczestniczy w zajęciach, dzieląc się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi uczniami.
- Wykazuje się inicjatywą i kreatywnością, proponując własne rozwiązania i projekty.
- Prezentuje swoje prace w sposób profesjonalny, angażujący i inspirujący.
- Reprezentuje szkołę w konkursach i olimpiadach związanych z reklamą.

Przykład: Uczeń opracowuje innowacyjną kampanię reklamową, wykorzystującą nowe technologie i trendy (np. reklama w metaverse). Przeprowadza własne badania i analizy, które wnoszą nową wiedzę do tematu. Tworzy wyjątkowe i inspirujące materiały reklamowe, które zdobywają uznanie w konkursach branżowych. Uczeń aktywnie uczestniczy w zajęciach, dzieląc się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi uczniami i reprezentuje szkołę w konkursach i olimpiadach związanych z reklamą.

OCENĘ NIEDOSTATECZNĄ OTRZYMUJE UCZEŃ, KTÓRY:

- 1. nie opanował podstawowych wiadomości i umiejętności niezbędnych do dalszej nauki danego przedmiotu;**
- 2. nie opanował wymagań edukacyjnych na ocenę dopuszczającą;**
- 3. nie bierze aktywnego udziału w zajęciach.**