

Wymagania edukacyjne

Przedmiot: Badanie skuteczności reklamy (30h)

Klasa 4o4

Zawód: technik reklamy 333907

Punkty z podstawy programowej:

PGF.08.5. Dokonywanie analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej

2) opracowuje oraz interpretuje wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej

- 1) przetwarza dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
- 2) dokonuje analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
- 3) dokonuje analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach cyfrowych: dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych
- 4) interpretuje wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
- 5) ocenia skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników

3) prezentuje wnioski z badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej

- 1) przygotowuje wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji
- 2) prezentuje wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej

Zajęcia prowadzone są w wymiarze 2h tygodniowo w pierwszym semestrze klasy czwartej w zawodzie technik reklamy.

O wymaganiach edukacyjnych uczniowie zostali przez nauczyciela poinformowani na początku roku szkolnego.

Ocena osiągnięć ucznia nie powinna ograniczać się jedynie do rozpoznawania stopnia opanowania wiadomości i umiejętności, ale także uwzględniać następujące kryteria:

- biegłość, z jaką uczeń wykonuje zadania (zadanie może być wykonane szybciej lub wolniej, przy pierwszej lub kolejnej próbie, bezbłędnie lub z błędem zauważonym i poprawionym przez ucznia);
- formę opracowania – estetyka opracowania, dobór narzędzi
- formę wypowiedzi – dobór argumentów, komunikatywność, używanie języka z branży reklamy;
- organizowanie pracy własnej przy wykonywaniu zadań (dobór źródeł, dobór materiałów i form pracy, praca w zespole i praca indywidualna);
- samokontrola;
- wykorzystywanie komputera do wykonywania zadań;

Wymienione powyżej kryteria powinny być podstawą różnicowania ocen pozytywnych.

Jako punkt wyjścia do propozycji przedmiotowego systemu oceniania w ramach przedmiotu przyjęto założenie, że warunkiem uzyskania przez ucznia oceny dopuszczającej jest opanowanie wiadomości i umiejętności co najmniej na poziomie 50% w stosunku do wymagań edukacyjnych. Następnie w celu dostosowania przedmiotowego systemu oceniania do skali ocen szkolnych zaproponowano procentowe normy opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych. Poniżej w tabeli przedstawiono propozycję ocen szkolnych i odpowiadających im poziomów opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych.

Kryteria oceniania według poziomu opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych

Ocena	Poziom opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych
1 (niedostateczny)	0-49%
2 (dopuszczający)	51-62%
3 (dostateczny)	63-75%
4 (dobry)	76-88%
5 (bardzo dobry)	89-99%
6 (celujący)	100%

Opisowe kryteria oceniania w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych

Ocena	Kryteria
1 (niedostateczny)	Uczeń: - nie rozumie poleceń nauczyciela; - nie zapamiętuje podstawowych wiadomości; - odrzuca pomoc nauczyciela i kolegów w trakcie zajęć; - nie wykonuje poleceń, ćwiczeń, prac domowych; - nie uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;
2 (dopuszczający)	Uczeń: - częściowo rozumie polecenia nauczyciela; - zapamiętuje podstawowe wiadomości i potrafi je odtworzyć z pomocą nauczyciela; - rozpoznaje, nazywa i charakteryzuje z pomocą nauczyciela poznane pojęcia i dokumenty; - wykonuje z pomocą nauczyciela proste polecenia i ćwiczenia; - uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;
3 (dostateczny)	Uczeń: - rozumie polecenia i instrukcje; - zapamiętuje podstawowe wiadomości i odtwarza je samodzielnie; - rozumie omawiane zagadnienia; - samodzielnie i poprawnie wykonuje proste ćwiczenia i zadania; - umie zastosować zdobyte umiejętności w praktyce; - aktywnie uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;
4 (dobry)	Uczeń: - rozumie polecenia i instrukcje; - zna omawiane na lekcjach zagadnienia i potrafi je zaprezentować w sposób logiczny i spójny; - rozumie omawiane na lekcjach zagadnienia i umie je wyjaśnić innym osobom; - potrafi formułować wnioski; - uczestniczy w dyskusjach i broni swojego stanowiska; - prowadzi zeszyt przedmiotowy i regularnie sporządza notatki; - aktywnie uczestniczy w lekcjach; - poprawnie i sprawnie wykonuje ćwiczenia i zadania; - umie poprawnie zastosować zdobyte umiejętności w praktyce; - wykazuje zainteresowanie badaniem rynku oraz badaniem efektywności reklamy;

Ocena	Kryteria
5 (bardzo dobry)	Na ocenę bardzo dobrą uczeń powinien spełnić kryteria jak na ocenę dobrą oraz dodatkowo: • posiada bogate wiadomości z zakresu wszystkich treści nauczania; • wykazuje zainteresowanie przepisami prawa dotyczącymi działalności reklamowej; • umie samodzielnie poszukiwać informacji w różnych źródłach oraz je selekcjonować; • właściwie interpretuje przepisy prawa; • potrafi w sposób twórczy rozwiązywać problemy; • kieruje pracą zespołu lub uczestniczy w pracy zespołu przybierając odpowiednią rolę i obowiązki;
6 (celujący)	Na ocenę celującą uczeń powinien spełnić kryteria jak na ocenę bardzo dobrą oraz dodatkowo: • wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem; • chętnie zdobywa dodatkową wiedzę z zakresu omawianych zagadnień i przekazuje ją innym uczniom (prezentacje, projekty, referaty, konkursy itp.); • podejmuje się (indywidualnie lub w zespole) wykonania dodatkowych zadań; • aby otrzymać celującą ocenę śródroczną lub roczną - uczeń zdobywa wszystkie oceny cząstkowe w terminie, regularnie uczestnicząc w formach sprawdzania wiedzy i umiejętności;

Formy sprawdzania wiedzy i umiejętności ucznia:

- odpowiedź ustna
- prace pisemne (analiza badań, formularz ankiety, raport z badań itp.);
- ocena wykonywanych ćwiczeń;
- ocena prac domowych (ćwiczenia, notatki z obserwacji dokonanych przez ucznia, notatki z wycieczek edukacyjnych);
- ocena zadań praktycznych wykonywanych przez ucznia (prezentacje, referaty, projekty), zarówno indywidualnie, jak i podczas pracy w zespole;
- ocena zaangażowania ucznia na lekcji;
- ocena pracy na lekcji (wypowiedzi ustne, udział w dyskusji, obserwacja zaangażowania uczniów w czasie wykonywania zadań w grupie).

MATERIAŁ NAUCZANIA

MATERIAŁ NAUCZANIA

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Wymagania programowe	
		Podstawowe Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:
I. Przetwarzanie informacji z przeprowadzonych badań	1. Planowanie badań	– dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – skonfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej.	– zaplanować badanie skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej; – zaplanować badanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach tradycyjnych; – stworzyć prezentację planu badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – zaprezentować plan badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – uargumentować założenia planu badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – odpowiedzieć na pytania i zarzuty dot. planu badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej.
	2. Opracowanie wyników badań	– przetwarzać dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach cyfrowych ;	– stworzyć prezentację wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – zaprezentować prezentację wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej;

		– sporządzić wnioski z badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy.	– uargumentować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej; – odpowiedzieć na pytania i zarzuty dot. wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej.
	3. Ocena wyników badań	– dokonać interpretacji wyników dostępnych badań rynku reklamy; – zinterpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej.	– ocenić skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników; – ocenić skuteczność przekazu reklamowego na podstawie opracowanych wniosków z badania. – ocenić efekty i korzyści kampanii reklamowej; – ocenić wpływ reklamy na wielkość sprzedaży.
	4. Prezentacja wniosków z badań	– opracować wyniki przeprowadzonych badań rynku reklamy – sformułować wnioski dotyczące rynku reklamy na podstawie przeprowadzonych badań – przygotować wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji.	– dobrać sposób prezentacji projektu w zależności od potrzeb klienta; – zaprezentować wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej; – zidentyfikować czynniki wpływające na skuteczność działań reklamowych;