

## Wymagania edukacyjne

### Przedmiot: Metody pomiaru skuteczności reklamy (30h)

Klasa 4o

Zawód: technik reklamy 333907

Punkty z podstawy programowej:

#### PGF.08.5. Dokonywanie analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej

1) planuje badania skuteczności i efektywności kampanii reklamowej

- 1) rozróżnia pojęcia skuteczności (dotarcie) i efektywności (zmiana postaw) reklamy
- 2) wymienia metody i techniki badań skuteczności i efektywności reklamy, w tym cati, cawi, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, desk research
- 3) dobiera metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej
- 4) konfiguruje oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej 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

Zajęcia prowadzone są w wymiarze 1h tygodniowo w klasie 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 zróżnicowania 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)	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>nie rozumie poleceń nauczyciela;</li> <li>nie zapamiętuje podstawowych wiadomości;</li> <li>odrzuca pomoc nauczyciela i kolegów w trakcie zajęć;</li> <li>nie wykonuje poleceń, ćwiczeń, prac domowych;</li> <li>nie uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;</li> <li>nie prowadzi zeszytu przedmiotowego;</li> </ul>
2 (dopuszczający)	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>częściowo rozumie polecenia nauczyciela;</li> <li>zapamiętuje podstawowe wiadomości i potrafi je odtworzyć z pomocą nauczyciela;</li> <li>rozpoznaje, nazywa i charakteryzuje z pomocą nauczyciela poznane pojęcia i dokumenty;</li> <li>wykonuje z pomocą nauczyciela proste polecenia i ćwiczenia;</li> <li>uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;</li> <li>prowadzi zeszyt przedmiotowy;</li> </ul>
3 (dostateczny)	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>rozumie polecenia i instrukcje;</li> <li>zapamiętuje podstawowe wiadomości i odtwarza je samodzielnie;</li> <li>rozumie omawiane zagadnienia;</li> <li>samodzielnie i poprawnie wykonuje proste ćwiczenia i zadania;</li> <li>umie zastosować zdobyte umiejętności w praktyce;</li> <li>aktywnie uczestniczy w wykonywaniu zadań w zespole;</li> <li>prowadzi zeszyt przedmiotowy i regularnie sporządza notatki;</li> </ul>
4 (dobry)	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>rozumie polecenia i instrukcje;</li> <li>zna omawiane na lekcjach zagadnienia i potrafi je zaprezentować w sposób logiczny i spójny;</li> <li>rozumie omawiane na lekcjach zagadnienia i umie je wyjaśnić innym osobom;</li> <li>potrafi formułować wnioski;</li> <li>uczestniczy w dyskusjach i broni swojego stanowiska;</li> </ul>

Ocena	Kryteria
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prowadzi zeszyt przedmiotowy i regularnie sporządza notatki;</li> <li>• aktywnie uczestniczy w lekcjach;</li> <li>• poprawnie i sprawnie wykonuje ćwiczenia i zadania;</li> <li>• umie poprawnie zastosować zdobyte umiejętności w praktyce;</li> <li>• wykazuje zainteresowanie strategią reklamową;</li> </ul>
5 (bardzo dobry)	<p>Na ocenę bardzo dobrą uczeń powinien spełnić kryteria jak na ocenę dobrą oraz dodatkowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• posiada bogate wiadomości z zakresu wszystkich treści nauczania;</li> <li>• wykazuje zainteresowanie przepisami prawa dotyczącymi działalności reklamowej;</li> <li>• umie samodzielnie poszukiwać informacji w różnych źródłach oraz je selekcjonować;</li> <li>• właściwie interpretuje przepisy prawa;</li> <li>• potrafi w sposób twórczy rozwiązywać problemy;</li> <li>• kieruje pracą zespołu lub uczestniczy w pracy zespołu przybierając odpowiednią rolę i obowiązki;</li> </ul>
6 (celujący)	<p>Na ocenę celującą uczeń powinien spełnić kryteria jak na ocenę bardzo dobrą oraz dodatkowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem;</li> <li>• chętnie zdobywa dodatkową wiedzę z zakresu omawianych zagadnień i przekazuje ją innym uczniom (prezentacje, projekty, referaty, konkursy itp.);</li> <li>• podejmuje się (indywidualnie lub w zespole) wykonania dodatkowych zadań;</li> <li>• aby otrzymać celującą ocenę śródroczną lub roczną - uczeń zdobywa wszystkie oceny częściowe w terminie, regularnie uczestnicząc w formach sprawdzania wiedzy i umiejętności;</li> </ul>

Formy sprawdzania wiedzy i umiejętności ucznia:

- odpowiedź ustna
- prace pisemne (sprawdziany, kartkówki);
- 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

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe		Uwagi do realizacji
			Podstawowe: Uczeń potrafi:	Ponadpodstawowe: Uczeń potrafi:	
Badania skuteczności i efektywności kampanii reklamowej	1. Badanie skuteczności reklamy		<ul style="list-style-type: none"> <li>– wyjaśnić podstawowe pojęcia: skuteczność reklamy, CATI, CAWI, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, <i>desk research</i>, dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych;</li> <li>– wymienić metody i techniki badań skuteczności;</li> <li>– wymienić wskaźniki skuteczności reklamy.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zaplanować badania skuteczności reklamy;</li> <li>– obliczyć wskaźniki skuteczności reklamy;</li> <li>– dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności kampanii reklamowej;</li> <li>– przeprowadzić badania skuteczności reklamy;</li> <li>– stworzyć prezentację wyników badania skuteczności reklamy;</li> <li>– przeprowadzić prezentację wyników badania skuteczności reklamy;</li> <li>– uzasadnić wyniki badania skuteczności reklamy;</li> <li>– odpowiedzieć na pytania i zarzuty dotyczące wyników badania skuteczności reklamy.</li> </ul>	Klasa V
	2. Badanie efektywności reklamy		<ul style="list-style-type: none"> <li>– wyjaśnić podstawowe pojęcia: efektywność reklamy;</li> <li>– rozróżnić pojęcia skuteczności (dotarcie) i efektywności (zmiana postaw) reklamy;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zaplanować badania efektywności reklamy</li> <li>– dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych</li> </ul>	Klasa V

			<ul style="list-style-type: none"> <li>– wymienić metody i techniki badań efektywności reklamy;</li> <li>– wymienić wskaźniki efektywności reklamy.</li> </ul>	<p>służących do analizy efektywności kampanii reklamowej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– przeprowadzić badania efektywności reklamy;</li> <li>– obliczyć wskaźniki efektywności reklamy;</li> <li>– stworzyć prezentację wyników badania efektywności reklamy;</li> <li>– przeprowadzić prezentację wyników badania efektywności reklamy;</li> <li>– uzasadnić wyniki badania efektywności reklamy;</li> <li>– odpowiedzieć na pytania i zarzuty dotyczące wyników badania efektywności reklamy.</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--