

Wymagania edukacyjne

Przedmiot: Realizowanie kampanii reklamowej (30h)

Klasa 4o4

Zawód: technik reklamy 333907

Punkty z podstawy programowej:

PGF.08.4. Realizowanie kampanii reklamowej

1) zarządza informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej

- 1) gromadzi informacje w celu realizacji kampanii reklamowej
- 2) dokonuje analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej
- 3) syntetyzuje informacje w celu realizacji kampanii reklamowej
- 4) udostępnia przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej

2) zarządza procesem realizacji kampanii reklamowej

- 1) określa zadania w ramach planu kampanii reklamowej
- 2) rozdziela zadania w ramach kampanii zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem
- 3) monitoruje postęp realizacji zadań
- 4) weryfikuje jakość przygotowanych elementów kampanii reklamowej
- 5) realizuje emisję kampanii reklamowej
- 6) przygotowuje raport dla zleceniodawcy podsumowujący stan realizacji 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 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)	Uczeń: <ul style="list-style-type: none">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: <ul style="list-style-type: none">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: <ul style="list-style-type: none">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: <ul style="list-style-type: none">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;

Ocena	Kryteria
	<ul style="list-style-type: none"> • umie poprawnie zastosować zdobyte umiejętności w praktyce; • wykazuje zainteresowanie strategią reklamową oraz kampaniami reklamowymi znanych marek;
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"> • 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)	<p>Na ocenę celującą uczeń powinien spełnić kryteria jak na ocenę bardzo dobrą oraz dodatkowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 (plany mediów, dokumentacja w sprzedaży reklamy, opracowanie briefu 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:
III. Zarządzanie kampanią składającą się z: Audio/Video plus OOH	1. Brief kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH	<ul style="list-style-type: none"> – pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH 	<ul style="list-style-type: none"> – dokonać analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – zsyntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – udostępnić przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH
	2. Plan kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH	<ul style="list-style-type: none"> – określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – sporządzić listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – określić terminy wykonania zadań 	<ul style="list-style-type: none"> – zaplanować wykonanie kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – zgrupować zadania według kryterium ważności i pilności – wskazać obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania – oszacować budżet kampanii reklamowej składającej się z: Audio/Video plus OOH – określić środki i narzędzia do wykonania zadań
	3. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH	<ul style="list-style-type: none"> – współpracować w zespole – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań 	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole – ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania – identyfikować przyczyny i skutki zachowań ryzykownych – rozpoznawać przypadki naruszania norm i procedur postępowania – sporządzać harmonogram realizacji zadania – dobierać osoby do wykonania przydzielonych zadań

		<ul style="list-style-type: none"> – grupować zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – stosować zasady delegowania uprawnień – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – monitorować i oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kontrolować jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów – udzielić informacji zwrotnej 	<ul style="list-style-type: none"> – motywować członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych – dobierać styl kierowania do warunków i możliwości zespołu – dobierać narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników
	4. Prezentacja kampanii składającą się z: Audio/Video plus OOH	<ul style="list-style-type: none"> – przygotować prezentację kampanii składającej się z: Audio/Video plus OOH 	<ul style="list-style-type: none"> – przedstawić prezentację kampanii składającej się z: Audio/Video plus OOH – odpowiedzieć na ew. pytania i zarzuty dot. kampanii składającej się z: Audio/Video plus OOH
IV Zarządzanie kampanią składającą się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment	1. Brief kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment	<ul style="list-style-type: none"> – pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment 	<ul style="list-style-type: none"> – dokonać analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment – zsyntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment – udostępnić przetworzone informacje w celu realizacji kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment
	2. Plan kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment	<ul style="list-style-type: none"> – określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment – sporządzić listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment 	<ul style="list-style-type: none"> – zaplanować wykonanie kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded – zgrupować zadania według kryterium ważności pilności

		<p>z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment</p> <ul style="list-style-type: none"> - określić terminy wykonania zadań 	<ul style="list-style-type: none"> - wskazać obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania - oszacować budżet kampanii reklamowej składającej się z: public relations plus reklama bezpośrednia plus branded - określić środki i narzędzia do wykonania zadań
	<p>3. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment</p>	<ul style="list-style-type: none"> - współpracować w zespole - rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem - monitorować postęp realizacji zadań - weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania - zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań - grupować zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania - rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole - przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu - kierować wykonaniem przydzielonych zadań - stosować zasady delegowania uprawnień - kierować wykonaniem przydzielonych zadań - monitorować i oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań - przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu - kontrolować jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów - udzielić informacji zwrotnej 	<ul style="list-style-type: none"> - rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole - ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania - identyfikować przyczyny i skutki zachowań ryzykownych - rozpoznawać przypadki naruszania norm i procedur postępowania - sporządzać harmonogram realizacji zadania - dobierać osoby do wykonania przydzielonych zadań - motywować członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych - dobierać styl kierowania do warunków możliwości zespołu - dobierać narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników
	<p>4. Prezentacja kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus</p>	<ul style="list-style-type: none"> - przygotować prezentację kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment 	<ul style="list-style-type: none"> - przedstawić prezentację kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment

	Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment		<ul style="list-style-type: none"> – odpowiedzieć na ew. pytania i zarzuty dot. kampanii reklamowej składającej się z: Public Relations plus Reklama bezpośrednia plus Branded Entertainment
VI. Zarządzanie kampanią multimedialną dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	1. Brief kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	<ul style="list-style-type: none"> – pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. 	<ul style="list-style-type: none"> – dokonać analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – zsyntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – udostępnić przetworzone informacje w celu realizacji kampanii dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.
	2. Plan kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	<ul style="list-style-type: none"> – określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – sporządzić listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – określić terminy wykonania zadań 	<ul style="list-style-type: none"> – zaplanować wykonanie kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – zgrupować zadania według kryterium ważności i pilności – wskazać obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania – oszacować budżet kampanii reklamowej kampanii reklamowej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – określić środki i narzędzia do wykonania zadań
	3. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	<ul style="list-style-type: none"> – współpracować w zespole – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań – grupować zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole 	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole – ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania – identyfikować przyczyny i skutki zachowań ryzykownych – rozpoznawać przypadki naruszania norm i procedur postępowania – sporządzać harmonogram realizacji zadania – dobierać osoby do wykonania przydzielonych zadań – motywować członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych – dobierać styl kierowania do warunków i możliwości zespołu

		<ul style="list-style-type: none"> – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – stosować zasady delegowania uprawnień – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – monitorować i oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kontrolować jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów – udzielić informacji zwrotnej 	<ul style="list-style-type: none"> – dobierać narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników
	4. Prezentacja kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.	<ul style="list-style-type: none"> – przygotować prezentację kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. 	<ul style="list-style-type: none"> – przedstawić prezentację kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp. – odpowiedzieć na ew. pytania i zarzuty dot. kampanii multimedialnej dla klienta komercyjnego, miasta, gminy, samorządu itp.
VII. Zarządzanie kampanią multimedialną dla organizacji pożytku publicznego	1. Brief kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego	<ul style="list-style-type: none"> – pozyskać informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – zgromadzić informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego 	<ul style="list-style-type: none"> – dokonać analizy informacji w celu realizacji kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – zsyntetyzować informacje w celu realizacji kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – udostępnić przetworzone informacje w celu realizacji kampanii dla organizacji pożytku publicznego
	2. Plan kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego	<ul style="list-style-type: none"> – określić zadania w ramach planu kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – sporządzić listę kontrolną czynności niezbędnych do wykonania kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – określić terminy wykonania zadań 	<ul style="list-style-type: none"> – zaplanować wykonanie kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – zgrupować zadania według kryterium ważności i pilności – wskazać obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania – oszacować budżet kampanii reklamowej dla organizacji pożytku publicznego – określić środki i narzędzia do wykonania zadań
	3. Zarządzanie projektem i wykonaniem kampanii	<ul style="list-style-type: none"> – współpracować w zespole 	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole – ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania

	reklamowej dla organizacji pożytku publicznego	<ul style="list-style-type: none"> – rozdzielić zadania w ramach zadania zgodnie z dostępnymi zasobami, budżetem i harmonogramem – monitorować postęp realizacji zadań – weryfikować jakość przygotowanych elementów zadania – zaplanować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań – grupować zadania cząstkowe według kryterium kompetencji niezbędnych do ich wykonania – rozpoznawać kompetencje osób pracujących w zespole – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – stosować zasady delegowania uprawnień – kierować wykonaniem przydzielonych zadań – monitorować i oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań – przydzielać zadania według kompetencji członków zespołu – kontrolować jakość wykonanych zadań według przyjętych kryteriów – udzielić informacji zwrotnej 	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikować przyczyny i skutki zachowań ryzykownych – rozpoznawać przypadki naruszania norm i procedur postępowania – sporządzać harmonogram realizacji zadania – dobierać osoby do wykonania przydzielonych zadań – motywować członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych – dobierać styl kierowania do warunków i możliwości zespołu – dobierać narzędzia motywowania do warunków i potrzeb zespołu pracowników
	4. Prezentacja kampanii multimedialnej dla organizacji publicznego	<ul style="list-style-type: none"> – przygotować prezentację kampanii multimedialnej dla organizacji pożytku publicznego 	<ul style="list-style-type: none"> – przedstawić prezentację kampanii multimedialnej dla organizacji pożytku publicznego – odpowiedzieć na ew. pytania i zarzuty dot. kampanii multimedialnej dla organizacji pożytku publicznego

