WYMAGANIA EDUKACYJNE DLA ZAWODU TECHNIK REKLAMY

NA POSZCZEGÓLNE OCENY:

Ocena dopuszczająca (2)

Uczeń:

- rozpoznaje podstawowe pojęcia z zakresu reklamy i marketingu,
- wymienia narzędzia komunikacji marketingowej,
- identyfikuje podstawowe formy reklamy,
- wskazuje elementy kampanii reklamowej,
- rozpoznaje grupy docelowe odbiorców reklamy,
- odczytuje podstawowe informacje z briefu reklamowego,
- wykonuje proste projekty reklamowe według instrukcji nauczyciela,
- korzysta z podstawowych funkcji programów graficznych,
- stosuje podstawowe zasady BHP podczas pracy przy komputerze.

Ocena dostateczna (3)

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dopuszczającą oraz:

- opisuje funkcje reklamy i promocji,
- wyjaśnia znaczenie identyfikacji wizualnej marki,
- charakteryzuje podstawowe media reklamowe,
- dobiera formę reklamy do wskazanej grupy odbiorców,
- przygotowuje prosty przekaz reklamowy zgodny z otrzymanym briefem,
- wykonuje projekt materiału reklamowego z wykorzystaniem podstawowych narzędzi graficznych,
- stosuje zasady kompozycji, koloru i typografii,
- omawia etapy procesu przygotowania kampanii reklamowej,
- interpretuje podstawowe wyniki badań marketingowych.

Ocena dobra (4)

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dostateczną oraz:

- wykorzystuje wiedzę marketingową podczas planowania działań promocyjnych,
- opracowuje projekt reklamy zgodny z założeniami komunikacyjnymi marki,
- tworzy materiały reklamowe z zastosowaniem zasad projektowania graficznego,
- dobiera odpowiednie środki przekazu reklamowego do określonych celów marketingowych,
- przygotowuje harmonogram prostych działań promocyjnych,
- analizuje skuteczność wybranych form reklamy,
- wykorzystuje programy graficzne do tworzenia materiałów reklamowych,

- stosuje zasady prawa autorskiego podczas realizacji projektów,
- współtworzy projekty kampanii reklamowych.

Ocena bardzo dobra (5)

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dobrą oraz:

- analizuje potrzeby klienta i odbiorców reklamy,
- planuje działania reklamowe uwzględniające cele marketingowe przedsiębiorstwa,
- projektuje spójne materiały reklamowe dla różnych kanałów komunikacji,
- uzasadnia dobór środków wyrazu graficznego i reklamowego,
- interpretuje wyniki badań rynku i wykorzystuje je do planowania kampanii,
- ocenia skuteczność działań reklamowych na podstawie dostępnych danych,
- samodzielnie przygotowuje kompleksowy projekt kampanii reklamowej,
- stosuje zaawansowane funkcje programów graficznych i multimedialnych,
- proponuje rozwiązania zwiększające efektywność przekazu reklamowego.

Ocena celująca (6)

Uczeń spełnia wymagania na ocenę bardzo dobrą oraz:

- tworzy innowacyjne projekty reklamowe wykorzystujące aktualne trendy marketingowe,
- projektuje kompleksowe kampanie reklamowe dla rzeczywistych lub symulowanych klientów,
- dokonuje krytycznej oceny skuteczności działań reklamowych i proponuje ich optymalizację,
- wykorzystuje różnorodne źródła branżowe do rozwiązywania problemów zawodowych,
- samodzielnie opracowuje strategie promocji produktów, usług lub marek,
- integruje wiedzę z zakresu marketingu, grafiki, mediów i psychologii reklamy,
- prezentuje i argumentuje własne rozwiązania projektowe,
- osiąga sukcesy w konkursach, olimpiadach lub projektach branżowych,
- wykonuje zadania realizujące wymagania podstawy programowej zawodu w zakresie 98-100% punktów do zdobycia za wykonanie określonego zadania

Przedmioty Technik Reklamy, dla których obowiązuje powyższe:

1. Podstawy reklamy
2.Przekaz i komunikat w reklamie
3. Kampania reklamowa
4. Strategia reklamowa
5. Kreacja w reklamie
6. Produkcja reklamy
7. Planowanie kampanii reklamowej
8. Zarządzanie procesem kampanii reklamowej
9. Skuteczność i efektywność kampanii reklamowej