## **WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH Skuteczność i efektywność kampanii reklamowej klasa 4 er. Rok szkolny 2024/25**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Wymagania na poszczególne oceny** | | | | |
| **konieczne**  **(ocena dopuszczająca)**  **Uczeń:** | **podstawowe**  **(ocena dostateczna)**  **Uczeń:** | **rozszerzające**  **(ocena dobra)**  **Uczeń:** | **dopełniające**  **(ocena bardzo dobra)**  **Uczeń:** | **wykraczające**  **(ocena celująca)**  **Uczeń:** |
|  | | | | |
| * rozróżnić pojęcia skuteczności (dotarcie) i efektywności (zmiana postaw) reklamy, * wymienić podstawowe pojęcia: skuteczność reklamy, efektywność reklamy, CATI, CAWI, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, *desk research*, dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych. | * wyjaśnić podstawowe pojęcia: skuteczność reklamy, efektywność reklamy, CATI, CAWI, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, *desk research*, dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych, * wymienić metody i techniki badań skuteczności i efektywności reklamy, * wymienić wskaźniki skuteczności i efektywności reklamy, * obliczyć wskaźniki skuteczności i efektywności reklamy, * zidentyfikować czynniki wpływające na skuteczność działań reklamowych. | * dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, * dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, * ocenić skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników, * ocenić efekty i korzyści kampanii reklamowej, * 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. | * konfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności internetowej kampanii reklamowej, * przetwarzać dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, * sporządzić wnioski z badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy, * dokonać interpretacji wyników dostępnych badań rynku reklamy, * interpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej, * ocenić skuteczność przekazu reklamowego na podstawie opracowanych wniosków z badania, * ocenić wpływ reklamy na wielkość sprzedaży, * opracować wyniki przeprowadzonych badań rynku reklamy, * sformułować wnioski dotyczące rynku reklamy na podstawie przeprowadzonych badań, * przygotować potencjalne zgłoszenie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej do konkursu efektywności Effie. | * Opisywanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE orz kodeksu etyki i reklamy |