**WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH Zarządzanie procesem realizacji kampanii reklamowych klasa 5 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:** |
|  | | | | |
| * Wymienia działy agencji reklamowych * Określa zakres działań poszczególnych działów agencji reklamowych * Zna elementy dokumentacji reklamowej * Zna elementy briefu reklamowego * Określa zależność między briefem a realizacją kampanii * Określa działanie harmonogramu Gannta * Wykonuje czynności przydzielone w zespole projektowym w realizacji reklamy prasowej, zewnętrznej, POS, radiowej, tv, internetowej | * Charakteryzuje działy agencji reklamowej * Wybiera zakres działań w poszczególnych działach agencji reklamowej zgodnie z kompetencjami * Analizuje podstawową dokumentację reklamową * Analizuje brief rekalmowy * Planuje realziację kampanii na podstawie przydzielonych zadań zespołu projektowego, harmonogramu Gannta oraz briefu reklamowego reklamy prasowej, zewnętrznej, wewnętrznej, materiałów POS, radiowej, tv, internetowej * Wykonuje czynności przydzielone w zespole projektowym w realizacji reklamy prasowej, zewnętrznej, POS, radiowej, tv, internetowej | * Rozdziela prace poszczególnych działów agencji reklamowej zgodnie z zleceniem oraz specyfiką * Ocenia i analizuje dokumentację reklamową * interpretuje brief reklamowy * realizuje kampanię na podstawie przydzielonych zadań zespołu projektowego, harmonogramu Gannta oraz briefu reklamowego dla reklamy prasowej, zewnętrznej, wewnętrznej, materiałów POS, radiowej, tv, internetowej * ocenia czynności przydzielone w zespole projektowym w realizacji reklamy prasowej, zewnętrznej, POS, radiowej, tv, internetowej | * ocenia realizację kampanii reklamowej pod kontem zgodności z harmonogramem i briefiem * opracowuje kampanię i reklamy dla reklamy prasowej, zewnętrznej, wewnętrznej, materiałów POS, radiowej, tv, internetowej * ocenia skuteczność kampanii i reklamy prasowej, zewnętrznej, wewnętrznej, materiałów POS, radiowej, tv, internetowej | * Organizuje pracę zespołu projektowego realizującego kampanię wizerunkową marki * Dokonuje oceny skuteczności działań zespołu według opracowanych kryteriów |