## **WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH Skuteczność i efektywność kampanii reklamowej 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:** |
|  | | | | |
| * wyjaśnia pojęcia : skuteczność reklamy (dotarcie), efektywność reklamy (zmiana postaw) * Wymienia metody badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej * Wylicza metody zbierania danych w tym: cati, cavi, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany * Wymienia wskaźniki efektywności reklamy * Odczytuje pozyskane dane z badań skuteczności i efektywności kampanii   reklamowej  Wymienia etapy analizy badania   * Odczytuje wyniki badania skuteczności reklamy * Odczytuje wyniki badania efektywności reklamy | * Rozróżnia pojęcia skuteczność reklamy, efektywność reklamy * Określa poszczególne metody i techniki badań skuteczności kampanii reklamowej * Charakteryzuje poszczególne metody zbierania danych w tym: cati, cavi, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany * Wyjaśnia poszczególne wskaźniki skuteczności i efektywności reklamy * Selekcjonuje otrzymane dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej * Dokonuje analizy badania skuteczności reklamy * Dokonuje analizy badania efektywności reklamy * Dokonuje analizy badań skuteczności i efektywności w mediach cyfrowych | * Charakteryzuje poszczególne pojęcia dobierając odpowiednie badania efektywności reklamy * Dokonuje analizy wyboru metod i technik badawczych * Dokonuje wyboru zastosowania metody i techniki zbierania danych do problemu badawczego * Interpretuje wskaźniki efektywności i skuteczności reklamy * Przetwarza dane z badania skuteczności i efektywności   reklamy   * Tworzy prezentację wyników badania skuteczności reklamy * Tworzy prezentację wyników efektywności reklamy Porównuje skuteczność i efektywność kampanii reklamowych na podstawie otrzymanych wyników | * Dobiera odpowiednie   metody i techniki badawcze do badania skuteczności i efektywności kampanii reklamowej   * Porównuje techniki i metody badawcze pasujące do zastosowania w badaniu * Opracowuje narzędzia badawcze do metody zbierania danych * Planuje badanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach   tradycyjnych | * Projektuje badanie dotyczące skuteczności i efektywności kampanii reklamowej * Konfiguruje oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej |