Wymagania edukacyjne niezbędne do otrzymania przez ucznia poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z planowania kampanii reklamowej

Zawód: Technik reklamy
Klasa: IV

Wymagania edukacyjne z przekazu reklamowego w Zespole Szkół Ekonomicznych im. bł. ks. Romana Sitki w Mielcu, opracowane są w oparciu o:

1) Podstawa programowa kształcenia w zawodzie TECHNIK REKLAMY (SYMBOL CYFROWY ZAWODU 333907).
2) Rozporządzenie MEN z dnia 22 lutego 2019 roku w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych.
3) Statut i Zasady Wewnątrzszkolnego oceniania.

Przedmiotem oceniania są:

- wiadomości,
- umiejętności,
- postawa ucznia i jego aktywność.

Cele ogólne oceniania:

- rozpoznanie przez nauczyciela poziomu i postępów w opanowaniu przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań programowych,
- poinformowanie ucznia o poziomie osiągnięć edukacyjnych i postępach w tym zakresie,
- pomoc uczniowi w samodzielnym kształceniu i motywowanie do dalszej pracy;
- motywowanie ucznia do dalszej pracy,
- dostarczanie rodzicom i nauczycielowi informacji o postępach oraz trudnościach ucznia w postaci ocen i wpisów w dzienniku elektronicznym,
- umożliwienie nauczycielowi doskonalenia organizacji i metod pracy.

W szczególności ocenie podlegają następujące osiągnięcia edukacyjne:

- czytanie – umiejętność rozumienia, wykorzystywania i refleksyjnego przetwarzania tekstów, w tym tekstów kultury, prowadząca do osiągnięcia własnych celów, rozwoju osobowego oraz aktywnego uczestnictwa w życiu

społeczeństwa,

- myślenie matematyczne – umiejętność wykorzystywania narzędzi matematyki w życiu codziennym oraz formułowania sądów opartych na rozumowaniu matematycznym,
- myślenie naukowe – umiejętność wykorzystania wiedzy o charakterze naukowym do identyfikowania i rozwiązywania problemów, a także formułowania wniosków opartych na obserwacjach empirycznych dotyczących przyrody i społeczeństwa,
- umiejętność komunikowania się w języku ojczystym i w językach obcych, zarówno w mowie, jak i piśmie,
- umiejętność sprawnego posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi,
- umiejętność wyszukiwania, selekcjonowania i krytycznej analizy informacji,
- umiejętność rozpoznawania własnych potrzeb edukacyjnych oraz uczenia się,
- umiejętność pracy zespołowej.

Formy i metody sprawdzania osiągnięć i postępów ucznia:

- prace projektowe,
- zadanie domowe,
- kartkówka obejmująca niewielką partię materiału /15 minut/,
- praca w grupach,
- sprawdzian obejmujący moduł programowy,
- aktywność na zajęciach,
- praca pozalekcyjna / konkursy/.

Skala przy wystawianiu ocen z odpowiedzi pisemnych:

0 – 49% - niedostateczny
50 – 65% - dopuszczający
66% – 80% - dostateczny
81 – 93% - dobry
94 – 99% - bardzo dobry
100% - celujący

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela,
- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Wymagania na poszczególne oceny

Ocenę **niedostateczną** otrzymuje uczeń, który nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Ocenę **dopuszczającą** otrzymuje uczeń, który:

- opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
- ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
- wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
- zna podstawowe pojęcia z zakresu strategii marki, kampanii reklamowej, sprzedaży kampanii reklamowej,
- obsługuje oprogramowanie Microsoft office (word, excel, powerpoint),
- wykonuje ofertę handlową w układzie AIDA,
- stosuje formularz firmowy z nadrukiem i bez nadruku,
- sporządza ofertę handlową z zakresu usług reklamy z uwzględnieniem potrzeb klienta,
- tworzy cenniki w Excelu z zastosowaniem formuł,
- sporządza ofertę sprzedaży oraz prezentację w Power Poincie,
- wskazuje, jaka powinna być oferta sprzedaży,
- wymienia formy sprzedaży produktów i usług reklamowych,
- zna zasady obsługi klientów,
- wskazuje dokumenty związane z realizacją usług reklamowych,
- określa co to jest brief,
- scharakteryzuje elementy briefu,
- wymienia elementy zamówienia i elementy zapytania ofertowego,
- definiuje prawa autorskie, wyłączność,
- zna warunki sprzedaży,
- wymienia etapy procesu sprzedaży,
- wymienić elementy wpływające na nawiązanie właściwej relacji z klientem,
- rozróżniać pytania w rozmowie sprzedażowej,
- wymieniać i charakteryzować techniki prezentacji produktów,
- wymieniać elementy rozmowy telefonicznej,

- definiować pojęcie negocjacji,
- braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

Ocenę **dostateczną** otrzymuje uczeń, który:

- opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
- zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
- z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
- z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
- posługuje się terminologią fachową z błędami,
- wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
- potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

oraz opanował materiał na ocenę dopuszczającą i ponad to:

- wykonuje oferty z uwzględnieniem typów klientów,
- wymienia i rozróżnia cechy cennika handlowego,
- scharakteryzuje zadania agencji reklamowych,
- wskazuje różnice między ofertą sprzedaży a ofertą handlową,
- wymienia elementy oferty sprzedaży,
- wskazuje zasady obsługi klientów o różnych typach,
- buduje trwałe relacje z klientem z wykorzystaniem właściwej komunikacji interpersonalnej,
- stosuje właściwe dokumenty w realizacji produktów i usług reklamowych,
- wymienia rodzaje briefu,
- wskazuje błędy występujące w briefie,
- określa elementy umowy o dzieło, umowy zlecenie,
- dokonuje analizy sposobu realizacji zamówień,
- omawia istotę jakości realizacji zamówień,
- wymienia rodzaje pytań stosowanych w rozmowie sprzedażowej,
- wymienia sygnały klienta świadczące o chęci zamknięcia sprzedaży,
- wymienia zasady zamykania sprzedaży,
- pisze scenariusz rozmowy sprzedażowej,
- wymienia i charakteryzuje rodzaje telefonicznych rozmów sprzedażowych,

- wymienia sposoby realizacji zamówienia,
- wymienia style negocjacji i cechy dobrego negocjatora,
- wymieniać techniki negocjacji.

Ocenę **dobrą** otrzymuje uczeń, który:

- opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
- braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
- potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
- zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
- zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
- potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

oraz opanował materiał na ocenę dostateczną i ponad to:

- wykona ofertę z cennikiem zawierającym kalkulację kosztów,
- scharakteryzuje rodzaje agencji reklamowych, według różnych kryteriów,
- scharakteryzuje przebieg realizacji zlecenia klienta w agencji reklamowej np. typu full service, domach mediowych,
- napisze ofertę handlową wywołaną i samoistną,
- wymieni elementy komunikacji interpersonalnej,
- posługuje się w budowaniu relacji z klientem komunikacją niewerbalną,
- na podstawie rozmowy rozpozna typ klienta,
- przeprowadzi rozmowę sprzedażową dostosowaną do typu klienta,
- wymieni etapy nawiązania współpracy między klientem a agencją reklamową,
- tworzy brief marketingowy, brief reklamowy agencji, brief kreatywny,
- tworzy zapytanie ofertowe, zamówienie,
- rozróżnia pytania w rozmowie sprzedażowej,
- wymienia i charakteryzować techniki prezentacji produktów,
- dokonuje sprzedaży produktów i usług reklamowych,
- wyjaśnia w jakich sytuacjach należy przeprowadzać negocjacje,
- przygotowuje argumentację do negocjacji,
- wyjaśnia znaczenie określonych cech u negocjatora.

Ocenę **bardzo dobrą** otrzymuje uczeń, który:

- opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
- samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
- sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
- potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
- potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
- wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych,
- jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
- pracuje systematycznie.

oraz opanował materiał na ocenę dobrą i ponad to:

- wskazuje korzyści dla klienta poprzez indywidualizację oferty handlowej,
- wymienia korzyści wynikające z korzystania z agencji reklamowych i domów mediowych,
- wskazuje znaczenie działalności agencji reklamowej dla innych uczestników rynku,
- przedstawi na przykładach lokalne agencje reklamowe oraz określić zakres ich usług,
- stosuje poznane możliwości prezentacji oferty produktów agencji reklamowej,
- dokonuje porównań zobowiązań stron wynikających z prezentacji oferty handlowej i oferty sprzedaży,
- buduje trwałe relacje z lojalnymi klientami,
- określa znaczenie poszczególnych dokumentów,
- określa wzajemne zobowiązania stron wynikające ze sporządzonej umowy zlecenie i umowy o działo,
- sporządza umowę zlecenie i umowę o dzieło,
- przewiduje prawne konsekwencje zapisów umowy sprzedażowej,
- tworzy porozumienie o zachowaniu poufności i poszanowaniu własności intelektualnej,
- omawia znaczenie poszczególnych etapów dla osiągnięcia sukcesu w sprzedaży,
- prezentuje produkty reklamowe potencjalnym klientom,
- zamyka proces sprzedaży,
- tworzy scenariusz rozmowy telefonicznej z klientem,

- omawia cechy negocjacji i style negocjacji,
- uzasadnia konieczność prowadzenia negocjacji wg zasad,
- proponuje sposoby nawiązania kontaktu z klientem w różnych sytuacjach,
- stosuje odpowiednie pytania podczas rozmowy sprzedażowej,
- przeprowadza rozmowę sprzedażową, symulowaną rozmowę telefoniczną z klientem,
- dobiera sposób realizacji zamówienia do potrzeb klienta,
- przygotowuje materiały reklamowe do wysyłki,
- wykorzystuje techniki negocjacyjne w różnych sytuacjach,
- negocjuje, stosując odpowiednie techniki.

Ocenę **celującą** otrzymuje uczeń, który spełnia wymagania na ocenę bardzo dobrą oraz:

- bezbłędnie opanował pełny zakres wiadomości i umiejętności w określonych wymaganiach edukacyjnych,
- samodzielnie rozwiązuje problemy związane z zawodem,
- biegle stosuje terminologię właściwą dla zawodu technik reklamy,
- analizuje i ocenia rozwiązania problemów,
- trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych,
- planuje proces rozwiązywania problemów,
- proponuje oryginalne twórcze rozwiązania
- wykazuje zainteresowanie zawodem,

Ocenę celującą otrzymuje także uczeń, który osiąga sukcesy na szczeblu regionalnym, krajowym w konkursach/olimpiadach związanych z zawodem.