

# WYMAGANIA EDUKACYJNE

## ORGANIZACJA KAMPANII REKLAMOWEJ – KLASA 2 TR

Rok szkolny 2026/2027

| Ocena                | Wymagania edukacyjne – uczeń:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Dopuszczająca</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>zna podstawowe zasady BHP obowiązujące podczas zajęć;</li> <li>wyjaśnia pojęcie systemu informacji marketingowej oraz podaje przykłady informacji wykorzystywanych w marketingu;</li> <li>wyjaśnia pojęcie bazy danych, rozpoznaje podstawowe rodzaje i typy baz danych oraz wie, czym jest relacyjna baza danych;</li> <li>wykonuje proste operacje na bazie danych w programie Microsoft Excel według instrukcji nauczyciela;</li> <li>wyjaśnia pojęcie badań marketingowych oraz rozróżnia badania ilościowe i jakościowe;</li> <li>wymienia podstawowe etapy procedury badań marketingowych i rozpoznaje dane pierwotne oraz wtórne;</li> <li>wymienia podstawowe metody pozyskiwania danych pierwotnych;</li> <li>wie, czym są techniki projekcyjne i heurystyczne;</li> <li>rozpoznaje podstawowe elementy kwestionariusza ankietowego oraz przykładowe rodzaje pytań i skal;</li> <li>wyjaśnia pojęcie próby badawczej i zna podstawowe zasady doboru próby;</li> <li>wyjaśnia pojęcia: średnia, mediana, dominanta i struktura danych;</li> <li>zna podstawowe elementy raportu z badań marketingowych;</li> <li>rozpoznaje podstawowe analizy marketingowe: PEST, 5 sił Portera, KCS, SWOT/TOWS i BCG;</li> <li>wyjaśnia pojęcie celu marketingowego, rynku docelowego, strategii marketingowej, budżetu i planu marketingowego;</li> <li>wyjaśnia pojęcia ceny, marży, kosztu, podatku VAT i progu rentowności;</li> <li>rozpoznaje podstawowe metody ustalania cen i pojęcie cenowej elastyczności popytu;</li> <li>zna podstawowe zasady prowadzenia sprzedaży przez telefon;</li> <li>rozpoznaje podstawowe elementy scenariusza rozmowy telefonicznej oraz spotu reklamowego telewizyjnego i radiowego;</li> <li>wykonuje proste ćwiczenia i obliczenia przy pomocy nauczyciela oraz uczestniczy w pracach projektowych.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Dostateczna</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>spełnia wymagania na ocenę dopuszczającą i poprawnie posługuje się podstawową terminologią z zakresu informacji i badań marketingowych;</li> <li>charakteryzuje elementy systemu informacji marketingowej oraz rodzaje i typy baz danych;</li> <li>tworzy prostą bazę danych w programie Microsoft Excel, wprowadza dane, porządkuje je i wykonuje podstawowe operacje;</li> <li>charakteryzuje badania ilościowe i jakościowe oraz wskazuje ich przykładowe zastosowania;</li> <li>omawia kolejne etapy procedury badań marketingowych, w tym definiowanie problemu i gromadzenie danych;</li> <li>rozróżnia podstawowe metody pozyskiwania danych pierwotnych oraz charakteryzuje proste techniki projekcyjne i heurystyczne;</li> <li>wymienia i omawia elementy kwestionariusza ankietowego oraz konstruuje proste pytania ankietowe;</li> <li>rozróżnia podstawowe rodzaje skal pomiarowych i stosuje je w prostych przykładach;</li> <li>wyjaśnia podstawowe sposoby doboru próby oraz wykonuje proste obliczenia związane z doбором kwotowym;</li> <li>wyjaśnia zasady współpracy przedsiębiorstwa z agencją badań marketingowych;</li> <li>oblicza i interpretuje w prostych przykładach strukturę, średnią, medianę i dominantę;</li> <li>omawia strukturę raportu z badań i redaguje jego podstawowe elementy w programie Word;</li> <li>charakteryzuje cel i podstawowe elementy analiz PEST, 5 sił Portera, KCS, SWOT/TOWS i BCG;</li> <li>wymienia elementy planu marketingowego, podstawowe strategie marketingowe oraz metody ustalania budżetu marketingowego;</li> <li>wyjaśnia funkcje ceny i marży oraz rozróżnia metody obliczania marży „w stu” i „od stu”;</li> <li>wykonuje proste obliczenia ceny, kosztu, marży i podatku VAT;</li> <li>wyjaśnia istotę kosztowych i popytowych metod ustalania cen oraz progu rentowności;</li> <li>wyjaśnia pojęcie cenowej elastyczności popytu i wykonuje proste zadania według wzoru;</li> <li>omawia zasady sprzedaży telefonicznej i tworzy prosty scenariusz rozmowy;</li> <li>omawia strukturę scenariusza spotu TV i radiowego oraz redaguje prosty scenariusz według podanego schematu.</li> </ul> |
| <b>Dobra</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>spełnia wymagania na ocenę dostateczną i samodzielnie stosuje terminologię właściwą dla badań i analiz marketingowych;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

| Ocena               | Wymagania edukacyjne – uczeń:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• dobiera rodzaj informacji i bazę danych do określonych potrzeb przedsiębiorstwa;</li> <li>• samodzielnie tworzy i porządkuje bazę danych w Excelu oraz wykorzystuje ją w typowych zadaniach przygotowujących do egzaminu;</li> <li>• dobiera rodzaj badania marketingowego do określonego problemu i uzasadnia wybór;</li> <li>• planuje podstawowe etapy badania marketingowego, poprawnie definiuje prosty problem badawczy i wskazuje źródła danych;</li> <li>• dobiera metody pozyskiwania danych pierwotnych oraz właściwe techniki badawcze do sytuacji;</li> <li>• opracowuje poprawny kwestionariusz ankietowy, dobiera pytania i skale pomiarowe;</li> <li>• dobiera próbę do prostego badania i prawidłowo wykonuje obliczenia metodą kwotową;</li> <li>• analizuje zebrane dane i prawidłowo oblicza strukturę, średnią, medianę i dominantę oraz interpretuje wyniki;</li> <li>• redaguje logiczny i poprawny merytorycznie raport z badań w programie Word;</li> <li>• przeprowadza na prostych przykładach analizę PEST, 5 sił Portera, KCS i SWOT;</li> <li>• rozróżnia SWOT i TOWS oraz interpretuje podstawowe wyniki analizy;</li> <li>• klasyfikuje produkty lub obszary działalności w macierzy BCG i uzasadnia przyporządkowanie;</li> <li>• formułuje podstawowe cele marketingowe, określa rynek docelowy i dobiera strategię marketingową;</li> <li>• dobiera metodę ustalania budżetu marketingowego i opracowuje podstawowe elementy planu marketingowego;</li> <li>• prawidłowo oblicza marżę, cenę i koszty metodą „w stu” i „od sta” oraz wykonuje obliczenia związane z VAT i zobowiązaniem podatkowym;</li> <li>• stosuje kosztowe metody ustalania cen i oblicza próg rentowności;</li> <li>• wykonuje zadania dotyczące cenowej elastyczności popytu i interpretuje otrzymany wynik;</li> <li>• redaguje poprawny scenariusz rozmowy sprzedażowej przez telefon;</li> <li>• tworzy poprawne merytorycznie scenariusze spotów telewizyjnych i radiowych zgodnie z ich strukturą;</li> <li>• samodzielnie wykonuje typowe zadania problemowe i zadania zbliżone do egzaminacyjnych.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Bardzo dobra</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• spełnia wymagania na ocenę dobrą i swobodnie posługuje się terminologią z zakresu informacji, badań, analiz i planowania marketingowego;</li> <li>• samodzielnie projektuje sposób gromadzenia, porządkowania i wykorzystywania informacji marketingowych oraz baz danych;</li> <li>• sprawnie wykorzystuje Excel do tworzenia i analizy baz danych w zadaniach praktycznych;</li> <li>• samodzielnie planuje procedurę badania marketingowego, dobiera metodę badawczą, źródła danych i właściwe techniki pozyskiwania informacji;</li> <li>• projektuje poprawny metodologicznie kwestionariusz ankietowy, właściwie dobiera skale pomiarowe i uzasadnia ich zastosowanie;</li> <li>• dobiera metodę próby do celu badania i sprawnie wykonuje obliczenia związane z doborem kwotowym;</li> <li>• samodzielnie analizuje wyniki badania, dobiera właściwe mierniki statystyczne i interpretuje ich znaczenie;</li> <li>• opracowuje kompletny, uporządkowany i estetyczny raport z badań marketingowych w programie Word;</li> <li>• samodzielnie sporządza i interpretuje analizy PEST, 5 sił Portera, KCS, SWOT/TOWS i BCG dla wskazanego przedsiębiorstwa;</li> <li>• łączy wyniki różnych analiz i na ich podstawie formułuje trafne wnioski marketingowe;</li> <li>• formułuje mierzalne cele marketingowe, określa rynek docelowy i dobiera strategię odpowiednią do sytuacji przedsiębiorstwa;</li> <li>• opracowuje spójny budżet marketingowy i podstawowy plan marketingowy dla wybranego przedsiębiorstwa;</li> <li>• sprawnie rozwiązuje zadania dotyczące ceny, marży, kosztów, VAT i zobowiązania podatkowego oraz uzasadnia zastosowaną metodę;</li> <li>• stosuje kosztowe i popytowe metody ustalania cen, oblicza i interpretuje próg rentowności;</li> <li>• oblicza i interpretuje cenową elastyczność popytu oraz wyciąga wnioski dla polityki cenowej;</li> <li>• tworzy profesjonalny scenariusz rozmowy sprzedażowej przez telefon, uwzględniający cel, argumentację i reakcje klienta;</li> <li>• samodzielnie redaguje spójne scenariusze spotów telewizyjnych i radiowych dostosowane do produktu, grupy docelowej i celu reklamy;</li> <li>• rozwiązuje zadania problemowe i egzaminacyjne oraz potrafi zastosować zdobytą wiedzę w nowych sytuacjach praktycznych;</li> <li>• aktywnie i rzeczowo prezentuje wyniki pracy indywidualnej i grupowej oraz uzasadnia przyjęte rozwiązania.</li> </ul> |
| <b>Celująca</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• spełnia wymagania na ocenę bardzo dobrą i wykazuje bardzo dobre rozumienie zależności między informacją marketingową, badaniami, analizą rynku i planowaniem działań przedsiębiorstwa;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| Ocena | Wymagania edukacyjne – uczeń:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• samodzielnie projektuje rozwiązania dotyczące systemu informacji marketingowej i baz danych dla określonych potrzeb przedsiębiorstwa;</li> <li>• sprawnie wykorzystuje narzędzia informatyczne do opracowania, analizy i prezentacji danych marketingowych;</li> <li>• projektuje kompleksowe badanie marketingowe: formułuje problem i cele, dobiera metody, techniki, narzędzia badawcze, skalowanie oraz próbę;</li> <li>• tworzy rozbudowany i poprawny metodologicznie kwestionariusz oraz krytycznie ocenia jakość narzędzi badawczych;</li> <li>• samodzielnie analizuje dane, dobiera odpowiednie mierniki statystyczne, interpretuje wyniki i formułuje trafne rekomendacje;</li> <li>• opracowuje profesjonalny raport z badań marketingowych, łączący wyniki, wnioski i rekomendacje dla przedsiębiorstwa;</li> <li>• samodzielnie przeprowadza pogłębione analizy PEST, 5 sił Portera, KCS, SWOT/TOWS i BCG oraz łączy ich wyniki w spójną diagnozę sytuacji przedsiębiorstwa;</li> <li>• na podstawie analiz proponuje własne cele, rynek docelowy i strategie marketingowe oraz przekonująco uzasadnia wybór;</li> <li>• opracowuje rozbudowany plan marketingowy wraz z logicznie zaplanowanym budżetem i potrafi bronić przyjętych założeń;</li> <li>• sprawnie rozwiązuje złożone zadania dotyczące marży, cen, kosztów, VAT, zobowiązania podatkowego, progu rentowności i elastyczności cenowej popytu;</li> <li>• interpretuje wyniki obliczeń ekonomicznych i wykorzystuje je do podejmowania decyzji marketingowych;</li> <li>• tworzy oryginalne, profesjonalne scenariusze rozmów sprzedażowych oraz spotów reklamowych TV i radiowych, dostosowane do konkretnego briefu i grupy docelowej;</li> <li>• sprawnie rozwiązuje złożone zadania o charakterze egzaminacyjnym, łącząc wiedzę z różnych działów;</li> </ul><br><ul style="list-style-type: none"> <li>• samodzielnie wyszukuje i selekcjonuje dodatkowe informacje, wykorzystuje je w projektach i formułuje własne, trafne wnioski;</li> <li>• przygotowuje rozbudowane i oryginalne projekty marketingowe, profesjonalnie je prezentuje oraz rzeczowo broni zastosowanych rozwiązań.</li> </ul> |

Opracowała:

Adrianna Gońda