

**Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny
z przedmiotu „Organizacja kampanii reklamowej”**

Zawód: technik reklamy

klasa 5 TRa, 5 TRb

Rok szkolny 2026/2027

1. OCENA NIEDOSTATECZNA

Uczeń:

- nie opanował wiadomości objętych podstawą programową, powstałe w wiadomościach braki uniemożliwiają dalsze zdobywanie wiedzy w zakresie nauczanego przedmiotu;
- nie zna podstawowych pojęć, nie potrafi stosować wiadomości do wykonywania podstawowych czynności praktycznych, nie rozumie pytań i poleceń;
- dokumenty, formularze sporządza/wypełnia bardzo niestarannie, popełniając liczne błędy merytoryczne;
- nie rozumie i nie potrafi wykonać prostych zadań, nawet przy pomocy nauczyciela;
- w wypowiedziach, ćwiczeniach popełnia bardzo poważne błędy;
- odznacza się brakiem systematyczności i chęci do nauki oraz biernością na lekcjach;
- braki, jakie wykazuje nie pozwalają na dalsze kształcenie.

2. Ocena dopuszczająca

Uczeń:

- zna podstawowe pojęcia związane z planowaniem i realizacją kampanii reklamowej;
- zna pojęcie parametrów medialnych;
- rozpoznaje podstawowe parametry kampanii reklamowej;
- zna pojęcia: zasięg, częstotliwość, GRP, TRP, koszt emisji reklamy;
- rozróżnia zasięg całkowity i efektywny kampanii;
- zna pojęcie średniej częstotliwości kontaktu odbiorcy z reklamą;
- zna podstawowe znaczenie wskaźnika GRP i TRP;
- rozpoznaje podstawowe informacje dotyczące kosztu emisji reklamy;
- wykonuje proste obliczenia związane z parametrami medialnymi z pomocą nauczyciela;
- zna podstawowe elementy media planu;
- potrafi odczytać podstawowe informacje z gotowego media planu;
- zna pojęcie umowy o świadczenie usług reklamowych;
- rozpoznaje podstawowe elementy umowy reklamowej;
- zna podstawowe etapy realizacji kampanii reklamowej;
- zna pojęcia: grupa i zespół;

- rozpoznaje podstawowe role pełnione przez członków zespołu;
- zna podstawowe etapy formowania się zespołu;
- zna podstawowe zasady współpracy w grupie;
- zna pojęcie skuteczności kampanii reklamowej;
- zna podstawowe metody badania skuteczności reklamy;
- rozpoznaje pojęcia: pretest i posttest;
- zna pojęcia: rozpoznanie, zapamiętanie i zrozumienie reklamy;
- zna podstawowe metody badania postaw odbiorców reklamy;
- rozpoznaje podstawowe sposoby badania wpływu reklamy na odbiorcę;
- zna pojęcie spontanicznej świadomości marki (SSM);
- zna pojęcie TOM (Top of Mind);
- wykonuje proste zadania egzaminacyjne z pomocą nauczyciela;
- uczestniczy w pracy grupowej i wykonuje przydzielone zadania.

3. Ocena dostateczna

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dopuszczającą oraz:

- wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z parametrami medialnymi;
- definiuje zasięg całkowity i efektywny;
- wyjaśnia pojęcie częstotliwości średniej i efektywnej;
- wyjaśnia znaczenie wskaźników GRP i TRP;
- rozpoznaje zależności pomiędzy zasięgiem, częstotliwością i intensywnością kampanii;
- zna podstawowe zasady obliczania parametrów medialnych;
- wykonuje proste obliczenia zasięgu, częstotliwości, GRP, TRP i kosztu emisji;
- interpretuje podstawowe wyniki obliczeń;
- wyjaśnia znaczenie parametrów medialnych dla planowania kampanii;
- sporządza prosty media plan według podanego wzoru;
- odczytuje informacje zawarte w media planie;
- zna podstawowe zasady redagowania umowy o świadczenie usług reklamowych;
- wskazuje podstawowe elementy umowy reklamowej;
- wymienia podstawowe etapy procesu realizacji kampanii;
- wyjaśnia znaczenie właściwej organizacji pracy podczas realizacji kampanii;
- rozróżnia grupę i zespół;
- wymienia podstawowe role członków zespołu;
- zna etapy rozwoju zespołu według modelu Tuckmana i Jensena;
- wyjaśnia podstawowe zasady efektywnej współpracy zespołowej;
- zna podstawowe metody oceny skuteczności kampanii reklamowej;
- wyjaśnia cel przeprowadzania pretestów i posttestów;
- rozróżnia badanie przed rozpoczęciem kampanii i po jej zakończeniu;

- wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z rozpoznaniem, zapamiętaniem i zrozumieniem reklamy;
- zna podstawowe metody badania postaw odbiorców;
- wyjaśnia pojęcie spontanicznej świadomości marki;
- wyjaśnia znaczenie wskaźnika TOM;
- wykonuje proste zadania egzaminacyjne na podstawie instrukcji;
- przygotowuje prostą prezentację dotyczącą badań lub kampanii reklamowej;
- aktywnie uczestniczy w pracy zespołowej.

4. Ocena dobra

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dostateczną oraz:

- poprawnie posługuje się terminologią dotyczącą planowania mediów;
- samodzielnie wykonuje obliczenia podstawowych parametrów medialnych;
- oblicza i interpretuje zasięg całkowity i efektywny;
- oblicza średnią i efektywną częstotliwość kontaktu z reklamą;
- oblicza GRP i TRP na podstawie danych;
- oblicza lub określa koszt emisji reklamy;
- analizuje zależności pomiędzy zasięgiem, częstotliwością i intensywnością kampanii;
- interpretuje wyniki obliczeń parametrów medialnych;
- samodzielnie sporządza media plan na podstawie określonych założeń;
- dobiera podstawowe rozwiązania medialne do celu kampanii;
- analizuje poprawność przygotowanego media planu;
- samodzielnie redaguje podstawową umowę o świadczenie usług reklamowych na podstawie określonych założeń;
- rozpoznaje podstawowe problemy mogące wystąpić podczas realizacji kampanii;
- określa kolejność działań niezbędnych do realizacji kampanii reklamowej;
- zna zasady organizowania pracy zespołu realizującego kampanię;
- charakteryzuje role pełnione przez członków zespołu;
- potrafi wskazać etap rozwoju zespołu na podstawie opisanej sytuacji;
- właściwie komunikuje się z członkami zespołu;
- terminowo wykonuje powierzone zadania;
- współpracuje przy realizacji projektu reklamowego;
- określa podstawowe kryteria oceny skuteczności kampanii;
- dobiera podstawowe metody badawcze do celu badania;
- analizuje wyniki prostych badań skuteczności reklamy;
- interpretuje wyniki pretestów i posttestów;
- analizuje poziom rozpoznania, zapamiętania i zrozumienia reklamy;
- charakteryzuje metody badania postaw odbiorców;
- analizuje podstawowe wyniki badań wpływu reklamy na produkt lub firmę;

- oblicza lub interpretuje wskaźnik SSM;
- oblicza lub interpretuje wskaźnik TOM;
- formułuje podstawowe wnioski na podstawie danych badawczych;
- przygotowuje prezentację wyników badań w programie PowerPoint;
- samodzielnie rozwiązuje typowe zadania egzaminacyjne z kwalifikacji PGF.08.

5. Ocena bardzo dobra

Uczeń spełnia wymagania na ocenę dobrą oraz:

- biegle posługuje się terminologią dotyczącą mediów, kampanii reklamowych i badań reklamy;
- samodzielnie i poprawnie wykonuje złożone obliczenia parametrów medialnych;
- analizuje zależności pomiędzy wszystkimi podstawowymi parametrami medialnymi;
- interpretuje zasięg, częstotliwość, GRP, TRP i koszt emisji w kontekście konkretnej kampanii;
- potrafi ocenić efektywność przyjętego sposobu planowania mediów;
- samodzielnie opracowuje kompletny media plan na podstawie określonego briefu lub założeń kampanii;
- uzasadnia dobór poszczególnych mediów i parametrów kampanii;
- analizuje i optymalizuje przygotowany media plan;
- samodzielnie redaguje poprawną umowę o świadczenie usług reklamowych;
- analizuje umowę pod względem jej podstawowych elementów i zgodności z założeniami zlecenia;
- samodzielnie planuje proces realizacji kampanii reklamowej;
- identyfikuje potencjalne problemy organizacyjne i proponuje sposoby ich rozwiązania;
- potrafi organizować pracę zespołu realizującego kampanię;
- rozpoznaje etap rozwoju zespołu i dobiera właściwy sposób działania;
- charakteryzuje role członków zespołu i potrafi właściwie przydzielać zadania;
- wykazuje odpowiedzialność za realizację powierzonych zadań;
- konstruktywnie rozwiązuje problemy pojawiające się podczas pracy zespołowej;
- samodzielnie planuje proces oceny skuteczności kampanii;
- dobiera odpowiednie metody badawcze do postawionego celu;
- analizuje i interpretuje wyniki pretestów i posttestów;
- ocenia stopień rozpoznania, zapamiętania i zrozumienia reklamy;
- analizuje zmianę nastawienia odbiorców do produktu lub firmy pod wpływem reklamy;
- interpretuje wyniki badań postaw odbiorców;
- prawidłowo wykorzystuje wskaźniki SSM i TOM do analizy świadomości marki;
- formułuje wnioski i rekomendacje na podstawie wyników badań;
- przygotowuje profesjonalną prezentację wyników analizy;
- potrafi rzeczowo zaprezentować i obronić swoje rozwiązania;

- sprawnie rozwiązuje zadania egzaminacyjne z kwalifikacji PGF.08;
- samodzielnie analizuje zadania egzaminacyjne i dobiera właściwe metody rozwiązania.

6. Ocena celująca

Uczeń spełnia wymagania na ocenę bardzo dobrą oraz:

- samodzielnie poszukuje i wykorzystuje dodatkowe informacje dotyczące współczesnych metod planowania i oceny kampanii reklamowych;
- biegle analizuje dane medialne i wyciąga z nich samodzielne wnioski;
- samodzielnie rozwiązuje złożone problemy obliczeniowe związane z parametrami medialnymi;
- potrafi optymalizować kampanię pod kątem zasięgu, częstotliwości, GRP, TRP i kosztów;
- tworzy zaawansowane media plany i uzasadnia przyjęte rozwiązania;
- potrafi porównać kilka wariantów media planu i wskazać rozwiązanie najbardziej efektywne dla określonego celu kampanii;
- samodzielnie analizuje umowy dotyczące świadczenia usług reklamowych i wskazuje potencjalne problemy lub nieścisłości;
- kompleksowo planuje i organizuje proces realizacji kampanii reklamowej;
- potrafi przewidywać ryzyko organizacyjne i opracowywać rozwiązania awaryjne;
- świadomie wykorzystuje wiedzę o funkcjonowaniu zespołów w praktyce;
- potrafi diagnozować problemy komunikacyjne i organizacyjne w zespole;
- proponuje sposoby poprawy efektywności pracy zespołu;
- samodzielnie opracowuje kompleksowy system oceny skuteczności kampanii;
- dobiera różnorodne metody i techniki badawcze do postawionego problemu;
- krytycznie analizuje wyniki badań reklamy i wskazuje ograniczenia zastosowanych metod;
- interpretuje wyniki pretestów i posttestów w kontekście celów kampanii;
- analizuje wpływ reklamy na rozpoznanie, zapamiętanie i zrozumienie przekazu;
- potrafi ocenić zmianę postaw odbiorców wobec produktu lub firmy;
- wykorzystuje wskaźniki SSM i TOM do pogłębionej analizy świadomości marki;
- formułuje trafne rekomendacje dotyczące dalszych działań reklamowych;
- samodzielnie przygotowuje profesjonalne opracowania i prezentacje wyników badań;
- potrafi przedstawić wyniki analizy w sposób logiczny, przekonujący i dostosowany do odbiorcy;
- wykazuje bardzo wysoki poziom samodzielności, kreatywności i odpowiedzialności;
- aktywnie inicjuje i organizuje pracę zespołową;
- podejmuje się zadań o wysokim stopniu trudności;
- osiąga bardzo dobre wyniki w zadaniach przygotowujących do egzaminu zawodowego PGF.08;
- potrafi wykorzystać wiedzę z różnych obszarów kwalifikacji do rozwiązania złożonego zadania egzaminacyjnego;

- tworzy własne, uzasadnione rozwiązania problemów zawodowych wykraczające poza schemat przedstawiony na zajęciach.

Opracowała
Dominika Krawczyk