

Technikum Nr 2 im. gen. Mieczysława Smorawińskiego  
w Zespole Szkół Ekonomicznych w Kaliszu

Wymagania edukacyjne z uwzględnieniem efektów kształcenia i kryteriów weryfikacji ujętych w podstawie programowej niezbędne do uzyskania poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z obowiązkowych zajęć edukacyjnych (kształcenie zawodowe).

Przedmiot: Marketing

Zawód: Technik ekonomista

Klasa: III

**Uczeń na ocenę:**

**dopuszczającą**

**dostateczną**

**dobrą**

**bardzo dobrą**

**celującą**

**Marketing, badania skuteczności i efektywności kampanii reklamowej**

- zna wszystkie pojęcia dotyczące istoty marketingu, marketing mix, strategii reklamy, badania marketingowe, reklama, kampania reklamowa, skuteczność reklamy, efektywność reklamy, targetowanie rentowność reklamy, posttesty,, budżet reklamy
- określa odbiorców reklamy i motywy zakupu,
- określa cele marketingowe i reklamowe, medialne i kreatywne,
- modele rodzaje reklamy, planowanie badań,

- posiada ogólną wiedzę o marketingu,
- ma ogólną wiedzę na temat reklamy i jej rodzajów,
- zna media, środki i nośniki reklamy,
- zna rodzaje badań związanych z reklamą,
- zna kryteria klasyfikacji reklamy,
- wymienia funkcje reklamy,
- wymienia cele reklamy,
- wie jak się ustala budżet reklamy,
- wymienia czynniki skuteczności reklamy,
- zna czynniki osłabiające skuteczność reklamy,
- wymienia wskaźniki skuteczności reklamy,
- umiejętność obsługi programu ( Excel)

- zna istotę marketingu (badanie rynku, organizację marketingu w przedsiębiorstwie, kształtowanie produktów, polityki cen, dystrybucji produktów , promocji) i je omawia,
- zna istotę, cele i funkcje reklamy w szerszym zakresie,
- opisuje rodzaje badań związanych z reklamą,
- dokonuje klasyfikacji reklamy ze względu na poszczególne kryteria,
- omawia poszczególne funkcje reklamy,
- omawia poszczególne cele reklamy,
- omawia wskaźniki skuteczności reklamy,
- omawia czynniki osłabiające skuteczność reklamy.

- posiada szeroką wiedzę w zakresie istoty marketingu i marketingu Mix,
- zna przepisy prawne regulujące działania marketingowe i ogólne prawo reklamy,
- ma wiedzę na temat programowania działalności reklamowej,
- dokonuje klasyfikacji reklamy ze względu na poszczególne kryteria (szczegółowo omawia je),
- wyjaśnia przyczyny nieskuteczności przekazów reklamowych,
- wyjaśnia jakie czynniki mają wpływ na zmniejszenie skuteczności reklamy a jakie mogą efekty reklamy ograniczyć i omawia na konkretnym przykładzie.

- zna wszystkie przepisy prawne regulujące działania marketingowe i ogólne prawo reklamy i stosuje je w praktyce,
- zna i stosuje schematy marketingu MIX,
- posiada szeroką wiedzę na temat programowania działalności reklamowej i potrafi ją zastosować w praktyce,
- oblicza wskaźniki skuteczności reklamy na podstawie badań medialnych i analizuje je,
- wie czym jest rentowność reklamy i w jaki sposób się ją mierzy.

## Przetwarzanie informacji z przeprowadzonych badań

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zna pojęcia: planowanie, przetwarzanie, analiza,</li> <li>➤ obsługuje w stopniu podstawowym programy do analizy informacji.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wyjaśnia istotę planowania badań,</li> <li>➤ wymienia metody i techniki badań efektywności reklamy,</li> <li>➤ wie w jaki sposób przetworzyć dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ potrafi przetworzyć dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w postaci wykresu lub tabeli.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ dokonuje interpretacji wyników badań (ryunku reklamy),</li> <li>➤ dobiera metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służące do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,</li> <li>➤ dobiera oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych do analizy skuteczności i efektywności internetowej kampanii reklamowej,</li> <li>➤ potrafi przygotować prezentację wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ samodzielnie planuje badania,</li> <li>➤ analizuje plan badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,</li> <li>➤ potrafi odpowiedzieć na pytania i uzasadnić konieczność prowadzenia badań,</li> <li>➤ analizuje wyniki badania skuteczności reklamy wraz z wnioskami,</li> <li>➤ potrafi uargumentować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,</li> <li>➤ potrafi opisać skuteczność i efektywność kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności Effie,</li> <li>➤ potrafi przygotować potencjalne zgłoszenie do konkursu efektywności Effie.</li> </ul>
---	--	--	--	---

Sporządziła: I. Jabłońska