

**WYMAGANIA EDUKACYJNE – ZAWÓD TECHNIK RACHUNKOWOŚCI
INNOWACJA – E-BIZNES. FIRMA W SIECI.**

Nazwa szkoły: Technikum nr 3 w Dąbrowie Górniczej

Imię i nazwisko: mgr Michalina Miśkiewicz-Brzęczek

Rok szkolny: 2023/2024

Nr programu nauczania: CKZiU-T3-TRACH-INN-2022

Zawód: **Technik Rachunkowości**

Nauczyciel nie wymaga podręcznika. Rekomenduje zapoznanie się z poszczególnymi treściami z poradników *Biblia e-biznesu 1* oraz *Biblia e-biznesu 2* oraz na bieżąco sugerowanych stron internetowych

W celu otrzymania pozytywnej oceny, oprócz spełnienia wymagań wynikających z realizacji treści podstawy programowej, uczeń powinien:

- a. brać czynny udział w zajęciach edukacyjnych
- b. prowadzić rzetelnie zeszyt przedmiotowy
- c. wykonywać polecenia nauczyciela związane z procesem dydaktycznym,
- d. być obecnym na pisemnych sprawdzianach wiadomości (z wyjątkiem sytuacji losowych – usprawiedliwionych)

Klasa II

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY				
ZAKRES PROGRAMOWY	KONIECZNE (ocena dopuszczająca)	PODSTAWOWE (ocena dostateczna)	ROZSZERZAJĄCE (ocena dobra)	DOPEŁNIAJĄCE (ocena bardzo dobra)
<p>Pojęcie marketingu.</p> <p>Elementy Marketingu MIX - formuła 4P.</p> <p>Strategia e-marketingu</p> <p>Pojęcie marketingu internetowego.</p> <p>Odmiany marketingu internetowego.</p> <p>Media społecznościowe jako narzędzie e-marketingu.</p>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna pojęcia marketing, Formuła 4P, e-marketing, • potrafi wymienić zalety i wady e-marketingu • rozróżnia odmiany e-marketingu • potrafi wymienić rodzaje mediów społecznościowych wykorzystywanych w e-biznesie • zna pojęcie e-mailingu • zna pojęcie „ochrona danych osobowych” • z pomocą nauczyciela rozwiązuje typowe zadania 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opanował wiedzę w zakresie wymagań koniecznych • opanował częściowo zakres wiadomości i umiejętności trzech ostatnich lekcji • posiada wyrywkową i fragmentaryczną wiedzę z zakresu E-marketingu • korzysta z pomocą nauczyciela ze źródeł wiedzy • wyjaśnia i charakteryzuje pojęcia marki i wizerunku marki • potrafi wymienić zalety marketingu opartego na działaniach związanych ze społecznościami w Internecie 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opanował wiedzę w zakresie wymagań koniecznych i podstawowych • w znacznym stopniu opanował zakres wiadomości i umiejętności trzech ostatnich lekcji • posiada ugruntowaną wiedzę z zakresu E-marketingu • poprawnie stosuje wiadomości i umiejętności potrzebne do samodzielnego rozwiązywania typowych problemów • potrafi scharakteryzować pojęcie identyfikacji wizualnej i spójności wizerunkowej 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sprawnie posługuje się terminologią z zakresu E-marketingu • wykazuje dużą samodzielność i bez pomocy nauczyciela korzysta z różnych źródeł wiedzy • samodzielnie potrafi przygotować skuteczny e-mailing i newsletter • chętnie i samodzielnie wykonuje zadania dodatkowe • bezproblemowo porusza się w odmianach e-

<p>Wizerunek marki w Internecie</p> <p>Strategia budowania marki w Internecie.</p> <p>System identyfikacji wizualnej a spójność wizerunkowa.</p> <p>Zalety marketingu opartego na społecznościach</p> <p>Marketing wirusowy - pojęcie i skuteczność w e-biznesie.</p> <p>Pojęcie e-mail marketingu.</p> <p>Skuteczny e-mail marketing.</p> <p>Jak stworzyć dobry e-mailing/newsletter.</p> <p>E-mail marketing a ochrona danych osobowych.</p>	<p>praktyczne o niewielkim stopniu trudności</p> <ul style="list-style-type: none"> • jest bierny na lekcjach, ale motywowany jest w stanie przy pomocy nauczyciela wykonywać proste zadania wymagające zastosowania podstawowych umiejętności, które umożliwiają edukację na następnym etapie kształcenia 	<ul style="list-style-type: none"> • z pomocą nauczyciela poprawnie stosuje wiadomości i umiejętności przy rozwiązywaniu typowych problemów • potrafi scharakteryzować działania skutecznego e-mailingu • opanował podstawowe fakty i pojęcia pozwalające mu na rozumienie najważniejszych zagadnień 	<ul style="list-style-type: none"> • wie czym jest marketing wirusowy i potrafi podać jego przykłady • sprawnie porusza się w obszarze skutecznego e-mailingu i newslettera • poprawnie rozumie w kategoriach przyczynowo-skutkowych, • potrafi wykorzystać wiedzę w sytuacjach typowych 	<p>marketingu (content marketing, ambient marketing, marketing wirusowy, e-mail marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> • trafnie wykorzystuje media społecznościowe do promocji działalności e-commerce • dokonuje realnej analizy spójności wizerunkowej firmy • sprawnie rozróżnia typy platform e-sklepowych i trafnie stosuje pojęcia z tym związane w praktyce
--	---	---	--	---

Ocenę celującą otrzymuje uczeń, gdy:

- w pełni opanował materiał przewidziany programem nauczania,
- jego wypowiedzi są wyczerpujące pod względem merytorycznym,
- swobodnie operuje pojęciami w zakresie e-biznesu i wyciąga właściwe wnioski,
- samodzielnie i twórczo rozwija swoje uzdolnienia,
- aktywnie uczestniczy w lekcjach,
- wyróżnia się: sumiennością, dyscypliną pracy, postawą zawodową, prowadzeniem zeszytu zajęć lekcyjnych, wyglądem zewnętrznym, postawą wobec nauczycieli i kolegów oraz poszanowaniem mienia;

Ocenianie ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych dostosowane jest do jego indywidualnych możliwości. Uwzględnia ono zalecenia opinii lub orzeczenia PPP, jego zaangażowanie w proces dydaktyczny oraz postępy w nauce.

**Opracowała:
Michalina Miśkiewicz-Brzęczek**