

**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:** 2024/2025

**Nr programu nauczania:** CKZiU-T3-TRACH-INN-2023

**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**

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

<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"> <li>• 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• z pomocą nauczyciela poprawnie stosuje wiadomości i umiejętności przy rozwiązywaniu typowych problemów</li> <li>• potrafi scharakteryzować działania skutecznego e-mailingu</li> <li>• opanował podstawowe fakty i pojęcia pozwalające mu na rozumienie najważniejszych zagadnień</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wie czym jest marketing wirusowy i potrafi podać jego przykłady</li> <li>• sprawnie porusza się w obszarze skutecznego e-mailingu i newslettera</li> <li>• poprawnie rozumie w kategoriach przyczynowo-skutkowych,</li> <li>• potrafi wykorzystać wiedzę w sytuacjach typowych</li> </ul>	<p>marketingu (content marketing, ambient marketing, marketing wirusowy, e-mail marketing)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• trafnie wykorzystuje media społecznościowe do promocji działalności e-commerce</li> <li>• dokonuje realnej analizy spójności wizerunkowej firmy</li> <li>• sprawnie rozróżnia typy platform e-sklepowych i trafnie stosuje pojęcia z tym związane w praktyce</li> </ul>
--	---	---	--	---

**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**