

Kampania promocyjna – tabela oceny pracy grupy | materiał pomocniczy

Skład grupy:

Zakres	Początkujący (1-10 pkt.)	Odpowiedni (11-20 pkt.)	Wzorcowy (21-25 pkt.)	Punktacja i uwagi
planowanie pracy i umiejętność działania w zespole	<ul style="list-style-type: none"> - plan pracy nie jest wystarczająco szczegółowy; grupa nie uświadamia sobie wszystkich zadań lub zapomina o zaplanowaniu części z nich - zadania są nierównomiernie rozdzielone - grupa nie wykazuje chęci do pracy - osobom w grupie ciężko przychodzi współdziałanie w ramach zespołu, podział zadań i egzekwowanie efektów pracy od poszczególnych członków - grupa ma problemy z rozwiązywaniem konfliktów i problemów. 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa potrafi zaplanować najważniejsze elementy pracy - grupa jest chętna do pracy i usiłuje sprawnie działać w ramach zespołu - grupa umie podzielić zadania między siebie i nie ma dużych trudności w egzekwowaniu efektów pracy od siebie nawzajem - grupa radzi sobie z rozwiązywaniem konfliktów i problemów, jeśli to konieczne, z pomocą opiekuna 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa umie świetnie zaplanować pracę, o niczym nie zapomina, potrafi dostosowywać plan pracy do zmieniających się okoliczności - zadania są sprawiedliwie rozdzielone, z uwzględnieniem możliwości członków grupy - grupa jest bardzo chętna do pracy, dobrze dogaduje się w ramach zespołu i umie efektywnie pracować - grupa nie ma problemów ze stawianiem czoła trudnościom, wspiera się nawzajem i motywuje do pracy 	
ogólna koncepcja kampanii	<ul style="list-style-type: none"> - grupa niezbyt dobrze radzi sobie ze stworzeniem spójnej koncepcji kampanii - kampania nie ma jasnego przesłania - w opisie grupy docelowej są znaczne niedociągnięcia - zastosowane elementy nie odpowiadają potrzebom grupy docelowej 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa tworzy kampanię o pewnej myśli przewodniej, którą potrafi przedstawić - w planowaniu kampanii grupa stara się brać pod uwagę potrzeby grupy docelowej - kampania jest umiarkowanie atrakcyjna dla odbiorców 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa tworzy spójną kampanię o jasnym i atrakcyjnym dla grupy docelowej przesłaniu - materiały promocyjne korespondują ze sobą i są dobrze dostosowane do oczekiwań odbiorców - kampania jest przemyślana i skuteczna 	
materiały promocyjne	<ul style="list-style-type: none"> - materiał promocyjny jest niedokończony lub posiada wyraźne wady - nie zawiera wszystkich ważnych informacji - nie posiada funkcji perswazyjnej - nie świadczy o wyczuciu konwencji lub/i świadomym wykorzystywaniu gatunków użytkowych. 	<ul style="list-style-type: none"> - materiał promocyjny zawiera podstawowe informacje - pojawia się funkcja perswazyjna - można zidentyfikować współczesne konwencje gatunków użytkowych 	<ul style="list-style-type: none"> - materiał promocyjny ma wyraźną funkcję informacyjną i perswazyjną - widać w nim duże wyczucie w stosowaniu gatunków i konwencji przekazów medialnych, próby ich remiksowania i kreatywnego wykorzystania - materiał ma pewną wartość artystyczną 	
prezentacja na forum	<ul style="list-style-type: none"> - grupa przeprowadziła prezentację, jednak mówca nie potrafił skupić uwagi odbiorców - wypowiedź była chaotyczna, nie zawierała wszystkich wymaganych elementów 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa przeprowadziła poprawną prezentację, zawierającą najważniejsze wymagane elementy - wypowiedź była zaplanowana - odbiorcy skupiali uwagę na prezentacji 	<ul style="list-style-type: none"> - grupa przeprowadziła bardzo udaną prezentację i zaintrygowała słuchaczy - wypowiedź zawierała wszystkie wymagane elementy, była uporządkowana i logiczna - mówca stosował zabiegi ubarwiające wypowiedź i przyciągające uwagę słuchaczy 	