**WYMAGANIA EDUKACYJNE I KRYTERIA OCENIANIA**

**TECHNIK REKLAMY 333907**

**PGF.07 Wykonywanie przekazu reklamowego**

**PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową**

**Bezpieczeństwo i higiena pracy**

Cele przedmiotu:

* Określanie warunków i organizacji pracy zapewniających wymagany poziom ochrony zdrowia i życia przed zagrożeniami występującymi w środowisku pracy.
* Organizowanie stanowiska pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiami ergonomii, przepisami i zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.

Kryteria ocen:

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* stosować akty prawa związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią,
* wskazywać zasady ergonomii koncepcyjnej w zakresie kształtowania urządzeń wykorzystywanych w pracy biurowej,
* identyfikować opłaty i sankcje związane z ochroną środowiska,
* zorganizować stanowisko pracy zgodnie z zasadami ergonomii,
* korzystać z instrukcji obsługi urządzeń technicznych podczas wykonywania pracy biurowej.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* identyfikować czynniki, które należy brać pod uwagę przy organizacji przestrzeni biurowej zgodnie z zasadami ergonomii,
* określać wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy siedzącej,
* określać wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy przy komputerze,
* identyfikować akty prawa wewnątrzzakładowego związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią ,
* wskazywać obowiązki pracodawcy w zakresie organizacji czasu pracy dla pracownika pracującego na stanowisku komputerowym.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania.

a w tym potrafi:

* wskazywać sytuacje grożące pożarem podczas pracy biurowej,
* identyfikować ekologiczny sprzęt i materiały wykorzystywane w pracy biurowej,
* identyfikować zastosowanie gaśnic,
* po znormalizowanych oznaczeniach literowych,
* stosować przepisy związane z ochroną przeciwpożarową oraz ekologią z pracy biurowej.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* wymienić rozporządzenia i ustawy regulujące bezpieczeństwo i higienę pracy w pracy biurowej,
* wskazywać zasady postępowania na wypadek pożaru w miejscu pracy,
* rozróżniać znaki informacyjne związane z przepisami ochrony przeciwpożarowej,
* wskazywać właściwe zachowania przy pracach z urządzeniami biurowymi podłączonymi do sieci elektrycznej.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który:

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3 zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny;

56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela,

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Elementy prawa i etyki w reklamie

Cele edukacyjne:

- pogłębienie wiedzy o otaczającej nas rzeczywistości,

- zrozumienie znaczenia nauk ekonomicznych i prawnych we współczesnym świecie,

- rozwijanie zdolności poznawczych, kreatywnych, twórczych,

- analiza, tworzenie, interpretacja zjawisk ekonomicznych, prawnych

- wyszukiwanie informacji z różnych nośników danych,

- posługiwanie się wiedzą ekonomiczną i prawną w zawodzie i w życiu.

Cele kształcenia:

- kształtowanie zdolności myślenia analitycznego służącego do rozumienia wiedzy

w teorii i praktyce,

- określenie przydatności wiedzy z zakresu nauk ekonomicznych i prawnych w otaczającej na

rzeczywistości, jej korelacji z innymi naukami,

Kryteria ocen:

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

- wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę

bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje słuchacz, który:

- zna czynniki wpływające na sukces lub porażkę w biznesie,

- umie ocenić współzależność pomiędzy określonymi prawami ekonomicznymi, prawnymi

- potrafi wymienić przepisy regulujące prawo w reklamie,

- wie czym jest społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw; kodeksy reklamowe; kodeks etyki reklamy; prowokacje w reklamie;

-potrafi odróżnić rynek pracownika od rynku pracodawcy,

- zna przepisy BHP i ochrony przeciwpożarowej oraz, oraz ochrony środowiska,

- zna przepisy prawa pracy, podatkowego, autorskiego,

- zna Prawo mediów,

- zna konsekwencje nieprzestrzegania prawa,

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

- rozumie znaczenie ekonomii i prawa w życiu społecznym i gospodarczym,

- potrafi dopasować sformułować zasady społecznej odpowiedzialności biznesu

- wymienia zagrożenia i wypadki w pracy ,

- zna kodeks etyki reklamy; prowokacje w reklamie; wizerunek człowieka w reklamie ; reklama a dziecko.,

- zna zasady reklamy w mediach,

- opisuje prawo reklamy ogólne a prawo reklamy szczegółowe.,

- zna prawa i obowiązki stron w stosunku pracy ,

- wie czym jest odpowiedzialność pracownicza.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń , który:

- umie wyjaśnić istotę prawa i etyki w reklamie,

-zna przepisy regulujące prawo pracy, autorskie,

- rozwiązuje kazusy prawne ,

- wymienia środki techniczne i ochrony zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych.,

- udziela pierwszej pomocy przedmedycznej ,

- zna zasady etyczne w reklamie

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń , który:

- zna podstawowe pojęcia prawne i etyczne,

- charakteryzuje podstawowe pojęcia min.(ergonomia, badania lekarskie, BHP,

Wypadek przy pracy i choroba zawodowa; świadczenia z tytułu wypadków przy pracy i chorób zakaźnych , rodzaje środków ochrony indywidualnej oraz zbiorowej; zasady doboru środków ochrony. Znaki bezpieczeństwa),

- zna prawo prasowe; zasady reklamowania w mediach; regulacje prawne reklamy zewnętrznej; przepisy dotyczące reklamowania wybranych produktów ,

- wie czym jest własność intelektualna, ,

- zna pojęcie prawa, przepisu prawnego, zdarzeń prawnych,

Ocenę niedostateczną otrzymuje słuchacz, który:

- nie opracował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach

obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3

zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją

rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału

przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji

prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach

na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

 0 – 39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

 85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie

ustalonym przez nauczyciela.

-do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

## **Język obcy (angielski) w reklamie**

Cele ogólne przedmiotu:

* posługiwanie się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie: istoty marketingu mix, budowania wizerunku firmy, analizy SWOT, struktury organizacyjnej agencji reklamowej, reklamy zewnętrznej, prasowej, telewizyjnej, radiowej, internetowej

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* określić główną myśl wypowiedzi/tekstu lub fragmentu wypowiedzi/tekstu,
* znajdować w wypowiedzi/tekście określone informacje,
* rozpoznać związki między poszczególnymi częściami tekstu,
* układać informacje w określonym porządku,
* samodzielnie tworzy spójne i logiczne wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie analizy słabych i mocnych stron, szans i zagrożeń w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych z nazewnictwem działów agencji reklamowej,
* posługiwać się zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych z reklamą ,
* przedstawić sposób postępowania w różnych sytuacjach zawodowych (np. udziela instrukcji, wskazówek, określa zasady),
* wyrazić i uzasadnić swoje stanowisko,
* stosować zasady konstruowania tekstów o różnym charakterze,
* stosować formalny lub nieformalny styl wypowiedzi, adekwatnie do sytuacji,
* posługiwać się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych z dokumentacją sprzedażową,
* uzyskiwać i przekazywać informacje i wyjaśnienia,
* wyrażać swoje opinie i uzasadnić je,
* prowadzić proste negocjacje związane z czynnościami zawodowymi.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* identyfikować słowa klucze, internacjonalizmy,
* zastępować nieznane słowa innymi,
* wykorzystywać środki niewerbalne,
* samodzielnie tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie identyfikacji wizualnej firmy, budowaniu tożsamości marki,
* tworzy krótkie, proste, spójne i logiczne wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie analizy słabych i mocnych stron, szans i zagrożeń w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych z nazewnictwem działów agencji reklamowej,
* uczestniczyć w rozmowie i w typowych sytuacjach związanych z realizacją zadań zawodowych – reaguje w języku obcym nowożytnym w sposób zrozumiały, adekwatnie do sytuacji komunikacyjnej, ustnie lub w formie prostego tekstu,
* rozpoczynać, prowadzić i kończyć rozmowę.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* współdziałać z innymi osobami, realizując zadania językowe,
* posługiwać się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych, w zakresie tematów związanych z pojęciem marketingu mix, promocji, reklamy,
* rozumieć proste wypowiedzi ustne artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie języka obcego nowożytnego, a także proste wypowiedzi pisemne w języku obcym nowożytnym w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych związanych z kompozycją marketingową,
* korzystać z tekstów w języku obcym, również za pomocą technologii informacyjno-komunikacyjnych,
* posługiwać się podstawowym zasobem środków językowych,
* rozumieć proste wypowiedzi ustne artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie języka obcego nowożytnego, a także proste wypowiedzi pisemne w języku obcym nowożytnym.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym:

* posługiwać się podstawowym zasobem środków językowych w języku obcym nowożytnym (ze szczególnym uwzględnieniem środków leksykalnych), umożliwiającym realizację czynności zawodowych w zakresie tematów związanych z pojęciem marketingu, konsumenta, potrzeb,
* rozumieć proste wypowiedzi ustne artykułowane wyraźnie, w standardowej odmianie języka obcego nowożytnego, a także proste wypowiedzi pisemne w języku obcym nowożytnym, w zakresie umożliwiającym realizację zadań zawodowych,
* korzystać ze słownika dwu- i jednojęzycznego.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

**Podstawy marketingu**

Cele ogólne przedmiotu:

* Posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu marketingu.
* Wyjaśnianie znaczenie i hierarchii potrzeb konsumentów.
* Charakteryzowanie słabych i mocnych strony, szans i zagrożeń przedsiębiorstwa.
* Wyjaśnianie istoty mechanizmu rynkowego.
* Określanie motywów postępowania konsumentów.
* Określanie kluczowych elementów strategii marketingowej.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* określać znaczenie marketingu w wymianie produktów i usług,
* wyjaśnić specyfikę marketingu usług,
* wymienić elementy struktury otoczenia przedsiębiorstwa,
* wymienić elementy analizy SWOT,
* sporządzić analizę słabych i mocnych stron, szans i zagrożeń dla przedsiębiorstwa,
* stosować narzędzia marketingu w realizacji zadań zawodowych związanych.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* opisać proces podejmowania decyzji,
* wymienić rodzaje decyzji konsumentów,
* wyjaśnić ideę marketingu mix,
* wymienić koncepcje modelu funkcjonowania marketingu,
* charakteryzować narzędzia marketingu,
* wymienić elementy analizy SWOT.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* wyjaśniać podstawowe pojęcia: potrzeba konsumencka, konsument, rynek, mechanizm rynkowy, popyt, podaż, konkurencja, marketing, marketing mix, produkt, cena, dystrybucja, promocja, 4P, 5P, 7P, 4C, otoczenie rynkowe, analiza SWOT,
* rozróżniać potrzeby człowieka,
* wymienić elementy rynku,
* wyjaśnić istotę rynku i znaczenie rynkowego wizerunku przedsiębiorstwa.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

a w tym potrafi:

* wyjaśniać podstawowe pojęcia: potrzeba konsumencka, konsument, rynek, konkurencja, marketing, marketing mix, produkt, cena, dystrybucja, promocja,
* wymieniać typy klientów i scharakteryzować ich cechy osobowe konsumentów.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

**Podstawy Reklamy**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy.
* Określanie motywów postępowania konsumentów.
* 3Dokonywanie profesjonalnej segmentacji rynku.
* Analiza i stosowanie odpowiednich form reklamy.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie.

a w tym potrafi:

* wybrać rynek docelowy na podstawie segmentacji rynku,
* wymienić sposoby różnicowania i pozycjonowania produktów na rynku,
* określić rolę i zakres promocji,
* zaplanować etapy produkcji reklam,
* podać przykłady usług reklamowych (np. stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki, stworzenie projektu graficznego.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* wyjaśnić potrzebę segmentacji rynku,
* wymienić czynniki wpływające na powstanie segmentów rynku,
* wyjaśnić koncepcję rynku docelowego,
* wyjaśnić istotę promocji,
* charakteryzować formy reklam drukowanych, reklamy zewnętrznej, reklam cyfrowych, reklam bezpośrednich, reklam audio i wideo, reklamy wystawienniczej,
* wymienić etapy produkcji reklam,
* wymienić cechy charakterystyczne wybranej usługi reklamowej.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania.

a w tym potrafi:

* Wyjaśnić podstawowe pojęcia: segmentacja rynku, segment rynku, różnicowanie, pozycjonowanie, mapa percepcji, promocja, promocja mix, reklama, promocja sprzedaży, reklama, sprzedaż osobista, sponsoring, public relations, publicity, ambient, produkt reklamowy, usługa reklamowa, materiał reklamowy, medium reklamy, środek reklamy, nośnik reklamy,
* wymienić materiały stosowane w reklamach drukowanych,
* wymieniać rodzaje reklam cyfrowych, reklam bezpośrednich, reklam audio i wideo.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

a w tym potrafi:

* wymienić podstawowe pojęcia: segmentacja rynku, segment rynku, różnicowanie, pozycjonowanie, mapa percepcji, promocja, promocja mix, reklama, promocja sprzedaży, reklama, sprzedaż osobista, sponsoring, public relations, publicity, ambient, produkt reklamowy, usługa reklamowa, materiał reklamowy, medium reklamy, środek reklamy, nośnik reklamy,
* wymienić rodzaje segmentów rynku, scharakteryzować kryteria segmentacji rynku,
* wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy,
* rozróżnić produkt od usługi reklamowej.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

**Kompetencje personalne i społeczne, organizowanie pracy małych zespołów**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Uzyskanie wiedzy z zakresu podstawowych zasad komunikacji interpersonalnej.
* Określanie motywacji i postaw.
* Charakteryzowanie zasad i norm zachowania.
* Znajomość sposobów pracy w grupie.
* Wyjaśnianie znaczenia stosowania komunikacji werbalnej i niewerbalnej w przekazach reklamowych.
* Kształtowanie zdolności myślenia analitycznego służącego do rozumienia wiedzy w teorii i praktyce.
* Określenie przydatności wiedzy z zakresu nauk ekonomicznych w otaczającej na rzeczywistości, jej korelacji z innymi naukami.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* potrafi powiązać kompetencje społeczne z funkcjonowaniem w środowisku pracy,
* uzasadnia kiedy grupa staje się zespołem,
* wymienia i charakteryzuje warunki prawidłowego rozwoju moralnego,
* w podanej sytuacji problemowej wskazuje fazy i czynności prowadzące do jej rozwiązania,
* wybiera metodę optymalizacji stresu odpowiednią dla swojej osoby, swój wybór uzasadnia,
* wyjaśnia teorie zmian wewnętrznych i zewnętrznych w organizacji wg Petera Druckera,
* wymienia korzyści wynikające z kreatywności – wskazuje przykład z otoczenia na jej poparcie,
* charakteryzuje poszczególne formy doskonalenia zawodowego, wskazuje ich mocne i słabe strony,
* wskazuje te elementy rozwojowe, nad którymi powinien popracować. Swój wybór uzasadnia,
* czyta ze zrozumieniem kodeks etyczny w branży zgodnej z kierunkiem kształcenia,
* wyjaśnia na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu,
* charakteryzuje cechy osoby dobrze wychowanej, uzasadnia tezę, że wysoka kultura osobista ma duży wpływ na życie osobiste, zawodowe i społeczne,
* podaje przykłady własnej efektywności osobistej, uzasadnia swój wybór,
* selekcjonuje zadania zgodnie z macierzą Eisenhowera. Uczeń podaje przykłady funkcjonowania zasady Pareto 20/80,
* tworzy plan działania zgodnie z jego etapami, ustala zasoby, odpowiedzialnych i harmonogram jego realizacji.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym :

* uzasadnia, dlaczego kompetencje społeczne wpływają na wizerunek człowieka,
* wyjaśnia terminy: socjalizacja, empatia, kształcenie. Ustawiczne,
* wskazuje korzyści wynikające z rozwoju poszczególnych KPS,
* wymienia przykłady instytucji zajmujących się prawami człowieka,
* charakteryzuje czym zajmuje się rzecznik praw ucznia w naszej szkole,
* charakteryzuje cechy dobrze zdefiniowanego problemu,
* analizuje utrudnienia w rozwiązywaniu problemu,
* definiuje czym jest eustres i dystres,
* wymienia sposoby „walki ze stresem”,
* charakteryzuje czynniki mogące wywołać zmiany,
* wymienia etapy wprowadzania zmian,
* wskazuje korzyści wynikające z inwestycji pracodawcy w pracownika,
* wymienia formy rozwoju wiedzy i umiejętności pracowników,
* dokonuje samooceny wpływu tych czynników na własny rozwój; współpracuje w grupie,
* wymienia skutki etycznych i nieetycznych działań firmy,
* wymienia cechy osoby dobrze wychowanej,
* prawidłowo ocenia przedstawioną lub zaobserwowaną sytuację,
* charakteryzuje korzyści wynikające ze stawiania celów,
* wymienia zasady formułowania celów SMARTER,
* definiuje efektywność osobistą,
* charakteryzuje zarządzanie sobą w czasie reaktywne i proaktywne,
* charakteryzuje czynniki utrudniające i ułatwiające zarządzanie czasem,
* kategoryzuje planowanie bieżące, krótkoterminowe, średnioterminowe, długoterminowe, strategiczne; charakteryzuje poszczególne cechy dobrego planu,
* wyjaśnia zapisy art.100 kodeksu pracy dotyczącego obowiązków pracowników,
* ogólnie charakteryzuje zakres Ustawa o ochronie informacji niejawnych,
* charakteryzuje dane osobowe zwykłe i wrażliwe,
* uzasadnia znaczenie budowania wizerunku firmy,
* dopasowuje charakterystykę wizerunków cząstkowych do grup docelowych,
* komunikacji werbalnej i pozawerbalnej,
* wyjaśnia schemat komunikacji,
* podaje przykłady zachowań niewerbalnych związanych z: mimiką, kontaktem wzrokowym, gestykulacją, ruchami głową, dystansem, pozycją ciała, dotykiem, ubiorem, przestrzenią zewnętrzną,
* wymienia etapy negocjacji, uzasadnia, dlaczego każdy z nich jest ważny dla ostatecznego efektu,
* uzasadnia w jaki sposób blokady w komunikacji utrudniają osiągnięcie sukcesu w zespole,
* podaje przykłady konfliktu ze względu na przyczyny po-wstania, dokonuje oceny z którym rodzajem się najczęściej spotyka,
* wymienia 5 stylów rozwiązywania sytuacji konfliktowej: współpraca, kompromis, walka, unikanie, uleganie,
* odróżnia pojęcia: produkcja, świadczenie usługi rzeczowej, świadczenie usługi nierzeczowej,
* wymienia jaką postać mogą mieć dokonania dające satysfakcję z pracy,
* opisuje własny profil kompetencyjny,
* wyjaśnia pojęcia „rekrutacja”, „aplikacja”, „opis stanowiska”, „profil kandydata” i „harmonogram realizacji przydzielonego zadania”,
* opisuje proces wyboru osób do wykonania poszczególnych grup zadań cząstkowych,
* opisuje przebieg procesu oddelegowania osób do wykonania poszczególnych grup zadań cząstkowych,
* wyjaśnia pojęcia „kierowanie”, „motywacja”, „motywowanie”, „motywatory”,
* opisuje zasady skutecznego motywowania,
* wymienia i charakteryzuje trzy podstawowe sposoby rozwiązywania konfliktów: negocjacje, mediacje i arbitraż,
* przedstawia kierunki komunikacji w organizacji,
* wyjaśnia jak wielkie kwantyfikatory wpływają na komunikację,
* wyjaśnia dlaczego plotka może negatywnie wpływać na organizację,
* definiuje pojęcia „usprawnienia techniczne”, „usprawnienia organizacyjne” i „organizacja.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania.

a w tym:

* podaje definicję kompetencji kluczowych. Wymienia cechy grupy,
* wymienia KPS,
* podaje definicję etyki. Wyjaśnia czym jest moralność, kultura, kultura osobista, norma,
* podaje definicję problemu. Wymienia fazy rozwiązywania problemu,
* wymienia objawy stresu: psychologiczne, biologiczne, emocjonalne, behawioralne,
* wymienia czynniki wywołujące zmiany: właściciele, klienci, dostawcy, odbiorcy, konkurenci, gospodarka, prawo, polityka,
* wyjaśnia jak zmienność i dynamiczny rozwój wpływają na konieczność podnoszenie kwalifikacji zawodowych,
* podaje dowolny przykład podnoszenia kwalifikacji zawodowych,
* charakteryzuje te czynniki, wskazuje przykłady z życia świadczące o ich wpływie na rozwój,
* wymienia etyczne i nieetyczne przykłady działania firm,
* rozpoznaje definicję savoir – vivre. Potrafi ogólnie opisać osobę dobrze wychowaną. podaje przykład jednej zasady zachowania, z którą inni wg niego mają kłopot,
* wymienia korzyści wynikające z formułowania celów. Dzieli cele na ogólne i szczegółowe,
* wymienia etapy planowania,
* podaje definicję zarządzania czasem,
* wyjaśnia, co to znaczy efektywnie wykorzystać czas,
* wymienia czynniki utrudniające zarządzanie czasem
* wymienia znane zasady i metody zarządzania czasem,
* podaje definicję decyzji,
* wymienia cechy dobrego planu,
* wymienia etapy planowania,
* wymienia skutki wybranej decyzji, którą musiał podjąć,
* podaje definicje tajemnicy zawodowej,
* uczeń wymienia akty prawne związane z tematem lekcji,
* podaje definicję wizerunku firmy,
* wyjaśnia skrót PR,
* podaje przykłady wykorzystania mediów społecznościowych do budowania wizerunku firmy,
* charakteryzuje poszczególne elementy komunikacji niewerbalnej,
* podaje przykłady sytuacji negocjacyjnych i barier,
* podaje definicję konfliktu,
* uczeń wymienia, dokonuje podziału konfliktu w organizacji ze względu na przyczyny: konflikt danych, konflikt interesów, konflikt wartości, konflikt relacji,
* wyjaśnia pojęcie praca,
* wyjaśnia pojęcie „dochód” i „satysfakcja”,
* wymienia formy świadczenia pracy (prawne podstawy świadczenia pracy),
* wyjaśnia pojęcie „zadanie cząstkowe” i podaje przykłady zadań cząstkowych dla opisanego zadania, jakie ma wykonać zespół,
* wyjaśnia pojęcia „proces” i „mapa procesu”,
* wyjaśnia pojęcie „harmonogram”,
* wymienia różne narzędzia motywowania i charakteryzuje je,
* klasyfikuje narzędzia motywowania na płacowe i pozapłacowe narzędzia motywowania,
* charakteryzuje czynniki decydujące o wyborze kanału komunikacji,
* definiuje pojęcia „jakość”, „wymagania dotyczące wykonania zadania”, „raport”, „kanał raportowania”,
* wyjaśnia na czym polega ocena jakości wykonania przydzielonego zadania,
* wymienia etapy, przez które należy przejść w celu przeprowadzenia oceny jakości wykonania przydzielonego zadania.

Ocenę dopuszczająca otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym:

* współpracuje w zespole,
* wymienia mocne i słabe strony swojej osobowości,
* podaje przykład zachowania ważnego w pracy zespołu,
* wymienia przykłady dobrego i złego zachowania,
* podaje przykład problemu, który udało mu się rozwiązać,
* wymienia sytuacje stresujące na podstawie własnego doświadczenia,
* wymienia przykłady zmian zachodzących w jego życiu, zmian zachodzące w jego otoczeniu,
* podaje przykład urządzenia, którego obsługa wymaga aktualizacji wiedzy i umiejętności,
* podaje przykład umiejętności, którą rozwijał na przestrzeni lat,
* wymienia czynniki, które mają wpływ na rozwój wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych,
* podaje przykłady etycznego i nieetycznego zachowania,
* współpracuje w grupie, podaje przykłady kulturalnego zachowania się na co dzień,
* podaje definicję zarządzania czasem,
* wyjaśnia, co to znaczy efektywnie wykorzystać czas,
* wymienia czynniki utrudniające zarządzanie czasem,
* wymienia znane zasady i metody zarządzania czasem,
* podaje definicję decyzji,
* wymienia cechy dobrego planu,
* podaje definicje tajemnicy,
* wymienia akty prawne związane z tematem lekcji,
* podaje definicję wizerunku firmy,
* wyjaśnia Skrót PR,
* podaje przykłady wykorzystania mediów społecznościowych do budowania wizerunku firmy,
* wymienia elementy komunikacji,
* aktywnie uczestniczy w ćwiczeniach,
* wymienia elementy komunikacji niewerbalnej,
* wyjaśnia czym są negocjacje,
* wymienia czynniki, które utrudniają komunikację w zespole,
* podaje przykłady konfliktów z którymi spotyka się na co dzień,
* wymienia etapy rozwiązania sytuacji konfliktowej: etap diagnozy, etap rozwiązania,
* podaje przykłady pracy ze swojego otoczenia,
* wyjaśnia podstawowe powody, dla których ludzie pracują,
* podaje korzyści wynikające z pracy grupowej,
* odróżnia zadania indywidualne od zadań zespołowych,
* wymienia etapy planowania pracy zespołu w celu wykonania przydzielonego zadania,
* podaje przykłady predyspozycji do wykonania zadania,
* wymienia przykłady dobrze wykonanych zadań, które realizował wspólnie z grupą,
* wymienia przykłady szybko zmieniających się rozwiązań technicznych z własnego otoczenia.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

**Przekaz i komunikat w reklamie**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Zapoznanie z pojęciami dotyczącymi reklamy, marketingu, prawa, komunikacji w reklamie.
* Przygotowanie do aktywnej współpracy w zespole.
* Rozwijanie zdolności poznawczych, kreatywnych, twórczych.
* Aktualizowanie na bieżąco wiedzy a temat budowania przekazów i komunikatów w reklamie stosowanych w różnych mediach oraz poszukiwanie nowości i obserwowanie trendów w reklamie i marketingu.
* Wykształcenie umiejętności kreatywnego myślenia.
* Korzystać z zasobu Internetu, w celu poszerzania wiedzy na temat reklamy i projektowania przekazów reklamowych.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* wymienić etapy tworzenia przekazu reklamowego,
* dobierać środki reklamowe do przekazu reklamowego,
* określać znaczenie przekazu reklamowego w procesie zwiększania wartości marki,
* rozpoznać formy i rodzaje komunikacji.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* scharakteryzować modele oddziaływania reklamy,
* dokonać selekcji informacji pozyskanych dla celów realizacji reklamy,
* określić mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy,
* rozróżnić elementy kanału komunikacji,
* łączyć tekst i grafikę w przekazie reklamowym,
* wymienić elementy layoutu,
* wyjaśnić znaczenie kolorów,
* wymienić formy dźwiękowe,
* wymienić reguły i elementy kompozycji obrazu,
* wymienić elementy typografii,
* wymienić i charakteryzować rodzaje sloganów,
* wymienić cele kreowania hasła reklamowego,
* wymienić formy hasła reklamowego,
* wymienić elementy logo,
* rozróżnić logo od logotypu,
* wymienić etapy powstawania logo,
* wymienić elementy księgi znaku i księgi identyfikacji wizualnej,
* wymienić elementy systemu identyfikacji wizualnej,
* wymienić etapy tworzenia księgi identyfikacji wizualnej,
* wymienić i rozróżnić formy komunikacji interpersonalnej, masowej i wirtualnej.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* wyjaśniać podstawowe pojęcia: kanał komunikacji, slogan reklamowy, hasło reklamowe, szum komunikacyjny, znak firmowy, logo, logotyp, sygnet, monogram, identyfikacja wizualna, księga znaku, księga znaku, pole ochronne, siatka znaku,
* określić cele przekazu reklamowego,
* wymienić i rozróżnić elementy kanałów komunikacji,
* wymienić cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych,
* rozróżnić rodzaje sloganów reklamowych,
* wymienić zasady tworzenia sloganów reklamowych.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* wymienić podstawowe pojęcia: kanał komunikacji, slogan reklamowy, hasło reklamowe, szum komunikacyjny, znak firmowy, logo, logotyp, sygnet, monogram, identyfikacja wizualna, księga znaku, księga znaku, pole ochronne, siatka znaku,
* wymienić cele przekazu reklamowego,
* wymienić elementy kanałów komunikacji,
* wymienić cechy, funkcje reklamy,
* wymienić rodzaje komunikatów reklamowych.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

**Kampania reklamowa**

**Cele ogólne przedmiotu:**

## Posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu kampanii reklamowej.

* Określanie elementów strategii kampanii.
* Planowanie mediów.
* Ustalanie budżetu kampanii.
* Charakteryzowanie struktury organizacyjnej agencji reklamowej.
* Wymienianie aktów prawa stosowane w reklamie.
* Wymienianie zasad funkcjonowania kodeksów etycznych w reklamie.
* Charakteryzowanie otoczenia branży reklamowej.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie.

a w tym potrafi:

* zaplanować reklamę w mediach,
* opracować plan finansowy przebiegu kampanii reklamowej,
* dokonać oceny kosztów reklamowania w poszczególnych mediach,
* rozróżnić reklamę od propagandy, propagacji, informacji i dzieła sztuki,
* dokonać analizy wykorzystania człowieka w reklamie, przez pryzmat stosowanych archetypów kulturowych.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* dobrać odpowiednie do strategii reklamy medium, określić czynniki strategii reklamy, opracować brief,
* wskazać zasady planowania reklamy w poszczególnych rodzajach mediów,
* określić czas trwania emisji reklamy, określić zasady publikacji reklamy w mediach elektronicznych,
* ustalić cenę reklamy zgodnie z podanymi wskaźnikami,
* charakteryzować rodzaje firm reklamowych,
* opisać zakres działalności firm reklamowych
* wymienić i opisać zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej,
* określić specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego
* opisać udział reklamy w budowaniu wyników makroekonomicznych,
* wskazać funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* opisać rodzaje i zakres działalności firm reklamowych,
* wymienić zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej,
* określić specyficzne dla branży reklamowej przepisy prawa ogólnego i szczegółowego,
* zidentyfikować organizacje branżowe ich główne obszary działania,
* wymienić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych,
* określić zadania reklamy w biznesie i marketingu,
* określić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

a w tym potrafi:

* wyjaśnić podstawowe pojęcia: kampania reklamowa, media plan, brief,
* wymienić etapy kampanii reklamowej,
* określić cele komunikacji i ich charakter,
* opisać grupę docelową działań komunikacyjnych,
* wymienić rodzaje i zakres działalności firm reklamowych,
* wymienić zasady określone w kodeksie etyki reklamy,
* wymienić organizacje branżowe i zidentyfikować ich główne obszary działania,
* wymienić zadania reklamy w biznesie i marketingu.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

**Strategia w reklamie**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Zapoznanie z pojęciami dotyczącymi reklamy, komunikacji interpersonalnej, sloganów reklamowych, strategii przekazu reklamowego, odbiorców przekazu, budżetu reklamowego, budowania przekazu reklamowego.
* Przygotowanie do aktywnej współpracy w zespole.
* Rozwijanie zdolności poznawczych, kreatywnych, twórczych.
* Aktualizowanie na bieżąco wiedzy nt. strategii w reklamie oraz poszukiwanie nowości i obserwowanie trendów w reklamie i marketingu.
* Korzystać z zasobu internetu, w celu poszerzania wiedzy na temat strategii reklamowych.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* określić sposoby mierzenia postępów w realizacji strategii,
* stosować elementy kluczowe dla efektywności przekazu reklamowego,
* określać grupę docelową na podstawie badań,
* stworzyć formularz briefu i określić zwartości elementów briefu dla konkretnego zlecenia,
* stworzyć wytyczne dla planowanych działań reklamowych.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* stosować zasady tworzenia przekazu reklamowego,
* określić cele komunikacji i sposoby ich realizacji poprzez reklamę,
* określać grupę docelową,
* stworzyć brief,
* spisać wytyczne dla planowanych działań reklamowych.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* Scharakteryzować elementy przekazu reklamowego,
* rozróżnić typy argumentów używanych w przekazach reklamowych,
* określić znaczenie przekazu reklamowego,
* wymienić zasady tworzenia przekazu reklamowego,
* opisać specyfikę planowania strategicznego,
* wymienić elementy kluczowe dla efektywności przekazu reklamowego,
* charakteryzować grupę docelową,
* określić zawartość elementów tzw. briefu.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* wymienić elementy przekazu reklamowego,
* wymienić typy argumentów używanych w przekazach reklamowych,
* wymienić cechy przekazu reklamowego i etapy jego tworzenia,
* rozróżniać elementy opisu grupy docelowej,
* wymienić elementy struktury briefu.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

**Kreacja w reklamie – grafika**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Zastosowanie zasad tworzenia tekstów reklamowych.
* Zastosowanie zasad projektowania graficznego.
* Zastosowanie zasad typografii.
* Stosowanie technik wykonywania elementów identyfikacji wizualnej.
* Stosowanie technik wykonywania reklam drukowanych.
* Stosowanie technik fotograficznych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego.
* Stosowanie technik grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego.
* Stosowanie technik multimedialnych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego.
* Wykorzystanie mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* wykonać elementy podstawowe identyfikacji wizualnej różnymi technikami z zastosowaniem zasad kompozycji i layout,
* obierać parametry fontów do układu graficznego i charakteru prezentowanych treści,
* dobierać programy i narzędzia do wykonywania grafiki komputerowej,
* dobierać formę grafiki komputerowej do treści przekazu reklamowego,
* wykonywać obiekty grafiki komputerowej na podstawie szkicu,
* wykonywać kompozycje graficzno-tekstowe na podstawie szkicu z zachowaniem zasad kompozycji i layout reklamowego.
* wykonać scenariusz reklamy audio i wideo z zachowaniem zasad kompozycji i layout reklamowego,
* wykonać reklamę radiową i wideo na podstawie wytycznych z zachowaniem zasad kompozycji i layout reklamowego,
* dobierać formy reklamy cyfrowej do treści przekazu i celu kampanii reklamowej.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* wykonać teksty reklamowe,
* stosować zasady kompozycji i typografii w wykonywaniu przekazu reklamowego,
* dobierać kolorystykę w wykonywaniu elementów graficznych i tekstowych przekazu reklamowego,
* wykonać elementy podstawowe identyfikacji wizualnej różnymi technikami,
* identyfikować różnice w przygotowaniu fotografii do poszczególnych,
* dobierać formę reklamy multimedialnej do przekazu reklamowego,
* wykonać scenariusz reklamy audio i wideo,
* wykonać reklamę radiową i wideo na podstawie wytycznych,
* dobierać formy reklamy cyfrowej do treści przekazu i celu określonego w briefie,
* zamieszczać elementy przekazu reklamowego na witrynach i portalach internetowych, w mediach społecznościowych itp.,
* charakteryzować sposoby budowania baz odbiorców komunikacji e-mail.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* dobierać formę tekstu reklamowego do treści przekazu reklamowego,
* wykonać teksty reklamowe z pomocą nauczyciela,
* wykonać elementy podstawowe identyfikacji wizualnej różnymi technikami,
* rozróżnić rodzaje fontów,
* rozróżnić formy reklamy audio i wideo,
* tworzyć prosty scenariusz reklamy audio i wideo z pomocą nauczyciela,
* wykonać reklamę radiową i wideo na podstawie wytycznych z pomocą nauczyciela,
* dobierać formy reklamy cyfrowej do treści przekazu,
* charakteryzować specyfikę tworzenia przekazu dostosowanego do urządzeń mobilnych,
* zna zasady zamieszczania elementu przekazu reklamowego na witrynach i portalach internetowych, w mediach społecznościowych,
* wysyłać mailing do bazy odbiorców za pomocą specjalistycznych narzędzi.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* rozróżnić rodzaje i funkcje tekstu reklamowego,
* rozróżniać elementy identyfikacji wizualnej,
* rozpoznać i wymienić rodzaje fontów,
* rozróżnić rodzaje grafiki komputerowej,
* wymienić formy reklamy audio i wideo,
* zna elementy scenariusza reklamy audio i wideo,
* rozróżnić formy reklamy cyfrowej w mediach.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0 – 39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

**Kreacja w reklamie – FOTOGRAFIA**

Cele ogólne przedmiotu:

* Organizowanie stanowiska pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiami ergonomii, przepisami i zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska.
* Stosowanie technik fotograficznych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego.
* Stosowanie technik grafiki komputerowej w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego z wykorzystaniem fotografii.
* Stosowanie technik multimedialnych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego z wykorzystaniem fotografii.
* Wykorzystanie mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego (z wykorzystaniem fotografii).

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* dobierać styl zdjęcia do określonego przekazu reklamowego,
* wykonać fotografie do reklamy na podstawie wytycznych zgodnie z zasadami kompozycji i wymogami technicznymi,
* wykonać retusz cyfrowy fotografii zgodnie z zasadami kompozycji i wymogami technicznymi.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* stosować zasady kompozycji w wykonywaniu przekazu reklamowego (fotografia),
* dobierać kolorystykę w wykonywaniu elementów graficznych i tekstowych przekazu reklamowego (fotografia),
* dobierać programy i narzędzia do wykonywania fotografii,
* identyfikować różnice w przygotowaniu fotografii do poszczególnych reklam,
* wykonać fotografie do reklamy na podstawie wytycznych,
* wykonać retusz cyfrowy fotograf.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* wskazać zasady ergonomii koncepcyjnej w zakresie kształtowania urządzeń wykorzystywanych w pracy biurowej oraz pracy w studio fotograficznym,
* rozpoznać zasady kompozycji w wykonywaniu przekazu reklamowego (fotografia),
* rozróżnić rodzaje fotografii,
* dobierać narzędzia do wykonywania fotografii,
* dobierać sprzęt do wykonania fotografii w określonej technice.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* określić wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy siedzącej oraz pracy w studio fotograficznym,
* określić wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy przy komputerze oraz pracy w studio fotograficznym,
* wskazać sytuacje grożące pożarem podczas pracy biurowej oraz w studio fotograficznym,
* identyfikować ekologiczny sprzęt i materiały wykorzystywane w pracy biurowej oraz w studio fotograficznym,
* wymienić zasady kompozycji w wykonywaniu przekazu reklamowego (fotografia),
* wymienić rodzaje fotografii,
* wymienić dobierać programy i narzędzia do wykonywania fotografii,
* wymienić i rozpoznać sprzęt do wykonania fotografii w określonej technice.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

**Produkcja reklamy**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Wykonanie projektów reklamy zewnętrznej.
* Posługiwanie się dokumentacją dotyczącą przygotowania reklamy.
* Wykonanie projektów reklamy do umieszczenia w mediach cyfrowych.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który potrafi:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* wykonać reklamę zewnętrzną zgodnie z zasadami,
* wykonać oryginalne elementy identyfikacji wizualnej firmy zgodnie z zasadami,
* wykonać oryginalne elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej, mediach społecznościowych oraz na portalach internetowych zgodnie z zasadami,
* wykonać oryginalne elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych (np. sklep internetowy, platforma aukcyjna) zgodnie z zasadami.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* wykonać reklamę zewnętrzną,
* odczytać szkic, makietę, projekt,
* odczytać informacje z briefu niezbędne do wykonania projektów reklamy,
* posługiwać się dokumentacją technologiczną,
* ustalić parametry technologiczne wyrobu,
* przygotować kalkulację wykonania reklamy według założeń projektowych,
* wykonać elementy identyfikacji wizualnej firmy według briefu,
* wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej, mediach społecznościowych oraz na portalach internetowych zgodnie z briefem,
* wykonać elementy przekazu reklamowego, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie (np. e-mailing, urządzenie mobilne),
* wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych (np. sklep internetowy, platforma aukcyjna).

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* rozróżnić rodzaje reklamy zewnętrznej,
* dobierać adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej,
* wykonać reklamę zewnętrzną zgodnie z briefem,
* odczytać dokumentację technologiczną,
* przygotować kalkulację wykonania reklamy,
* wykonać elementy identyfikacji wizualnej firmy,
* wykonać elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej, mediach społecznościowych oraz na portalach internetowych,
* wykonać podstawowe elementy przekazu reklamowego, uwzględniając specyfikę kanałów komunikacji reklamowej w internecie (np. e-mailing, urządzenie mobilne),
* wykonać podstawowe elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na platformach sprzedażowych (np. sklep internetowy, platforma aukcyjna).

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* wymienić rodzaje reklamy zewnętrznej,
* wykonać reklamę zewnętrzną według schematu,
* wykonać podstawowe elementy identyfikacji wizualnej firmy,
* wykonać podstawowe elementy przekazu reklamowego do zamieszczenia na witrynie internetowej, mediach społecznościowych oraz na portalach internetowych,

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną.

## **Planowanie kampanii reklamowej**

Cele ogólne przedmiotu:

* Posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy.
* Charakteryzowanie usług reklamowych.
* Charakteryzowanie mediów i form reklamy.
* Określanie roli reklamy w działaniach biznesowych i marketingowych.
* Określanie funkcji reklamy w kontekście polityczno-społecznym.
* Określanie znaczenia branży reklamowej w gospodarce
* Charakteryzowanie struktury organizacyjnej, specyficznej dla agencji reklamowej.
* Charakteryzowanie narzędzi promocji.
* Charakteryzowanie przekazu reklamowego i zasad tworzenia przekazu reklamowego.
* Tworzenie strategii przekazu reklamowego.
* Definiowanie odbiorców przekazu reklamowego (tzw. grupę docelową).
* Tworzenie listy wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (tzw. brief kreatywny).
* Stosowanie technik kreatywnych w procesie powstawania reklamy.
* Wykorzystywanie wiedzy z zakresu psychologii reklamy.
* Opracowanie strategii komunikacji marki.
* Opracowanie planu kampanii reklamowej.
* Sprzedawanie zleceniodawcy kampanii reklamowej.
* Planowanie pracy zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań.
* Dobieranie osób do wykonania przydzielonych zadań.
* Kierowanie wykonania przydzielonych zadań.
* Rozróżnianie stylów kierowania.
* Motywowanie członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych.
* Stosowanie zasad delegowania uprawnień.
* Monitorowanie i ocenianie, jakości wykonania przydzielonych zadań.
* Wprowadzanie rozwiązań technicznych i organizacyjnych wpływających na poprawę warunków i jakość pracy.
* Przestrzeganie zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami.
* Rozróżnianie zasad skutecznej komunikacji.
* Przestrzeganie zasad komunikacji w środowisku pracy biurowej.
* Przestrzeganie zasad etyki zawodowej w środowisku pracy biurowej.
* Wykazywanie się kreatywnością i otwartością na zmiany.
* Planowanie wykonania zadania.
* Ponoszenie odpowiedzialności za podejmowane działania.
* Współpracowanie w zespole.
* Analizowanie opinii i pomysłów innych członków zespołu.
* Modyfikowanie działań w oparciu o wspólnie wypracowane stanowisko.
* Rozwiązywanie konfliktów w zespole.
* Stosowanie technik radzenia sobie ze stresem.
* Aktualizowanie wiedzy i doskonalenie umiejętności zawodowych.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* koordynować zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej,
* zanalizować potencjalne efekty biznesowe i marketingowe działań reklamowych,
* określić perswazyjną funkcję przekazu reklamowego,
* tworzyć przekaz reklamowy wykorzystując argumenty racjonalne i emocjonalne dla konkretnej kampanii reklamowej,
* określić znaczenie przekazu reklamowego w procesie zwiększania wartości marki,
* Stosować zasady tworzenia przekazu reklamowego (np. określenie treści, struktury, kształtu przekazu),
* Stosować cechy przekazu reklamowego (np. atrakcyjność, sugestywność, zapamiętywalność, oryginalność, adekwatność dla odbiorców, etyczność),
* Stosować etapy tworzenia przekazu reklamowego (np. strategia komunikacji, opracowanie idei przewodniej tzw. big idea, opracowanie konkretnej reklamy),
* Stosować specyfikę planowania strategicznego (np. długoterminowość, orientacja na cele, efektywność),
* stosować sposoby mierzenia postępów w realizacji strategii,
* optymalizować parametry kampanii medialnej (np. budżet, zasięg, częstotliwość kontaktu),
* dokonać syntezy potrzeb zleceniodawcy.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* podać przykłady usług reklamowych (np. stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki, stworzenie projektu graficznego),
* zaplanować zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej,
* określić zadania reklamy w biznesie i marketingu,
* określić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych dla konkretnych działań reklamowych,
* opisać udział reklamy w budowaniu wyników makroekonomicznych,
* tworzyć przekaz reklamowy wykorzystując argumenty racjonalne i emocjonalne używane w przekazach reklamowym,
* scharakteryzować zasady tworzenia przekazu reklamowego (np. określenie treści, struktury, kształtu przekazu),
* scharakteryzować cechy przekazu reklamowego (np. atrakcyjność, sugestywność, zapamiętywalność, oryginalność, adekwatność dla odbiorców, etyczność),
* scharakteryzować etapy tworzenia przekazu reklamowego (np. strategia komunikacji, opracowanie idei przewodniej tzw. big idea, opracowanie konkretnej reklamy),
* określić sposoby mierzenia postępów w realizacji strategii,
* określać cele reklamowe wynikające ze strategii marki i z celów marketingowych,
* tworzyć strategie reklamowe na podstawie założonych celów,
* tworzyć plan kampanii reklamowej,
* dokonać analizy potrzeb zleceniodawcy.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* omówić podstawowe pojęcia z zakresu reklamy (np. branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, grp, ctr, atl, btl, b2b, b2c),
* scharakteryzować cechy charakterystyczne wybranej usługi reklamowej,
* podać cechy charakterystyczne poszczególnych mediów (np. telewizja, kino, internet, prasa, event, mobile),
* wymienić formy reklamy charakterystyczne dla danego medium (np. audycja sponsorowana, fanpage, reklama radiowa, plansza reklamowa w audycji, lokowanie produktu, sygnał dźwiękowy marki (tzw. jingiel), banner na fanpage’u, reklama wideo online, audycja sponsorowana, lokowanie produktu),
* opisać zadania realizowane w poszczególnych działach w agencji reklamowej,
* określić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych,
* wskazać funkcje reklamy w kreowaniu popytu na towary i usługi,
* wyjaśnić znaczenie narzędzi promocji,
* rozróżnić typy działań promocyjnych (np. promocja cenowa, optymalizacja produktu, poprawa dystrybucji),
* klasyfikować narzędzia promocji,
* scharakteryzować elementy przekazu reklamowego (np. główny komunikat, korzyści produktowe, argumenty sprzedażowe, symbole),
* rozróżniać argumenty racjonalne i emocjonalne używane w przekazach reklamowym,
* wymienić zasady tworzenia przekazu reklamowego (np. określenie treści, struktury, kształtu przekazu),
* wymienić cechy przekazu reklamowego (np. atrakcyjność, sugestywność, zapamiętywalność, oryginalność, adekwatność dla odbiorców, etyczność),
* wymienić etapy tworzenia przekazu reklamowego (np. strategia komunikacji, opracowanie idei przewodniej tzw. big idea, opracowanie konkretnej reklamy),
* określić cele komunikacji i sposoby ich realizacji poprzez reklamę,
* definiować cele reklamowe wynikające ze strategii marki i z celów marketingowych,
* określać cele kampanii reklamowej,
* planować etapy kampanii reklamowej
* określać budżet kampanii reklamowej,
* tworzyć plan mediów.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

a w tym potrafi:

* wyjaśnić podstawowe pojęcia z zakresu reklamy (np. branding, marka, copy, slogan, banner, billboard, layout, logo, grp, ctr, atl, btl, b2b, b2c),
* wymienić cechy charakterystyczne wybranej usługi reklamowej,
* wymienić działy w agencji reklamowej (np. obsługa klienta, strategia, kreacja, produkcja),
* wymienić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych,
* wymienić znaczenie narzędzi promocji,
* wymienić typy działań promocyjnych (np. promocja cenowa, optymalizacja produktu, poprawa dystrybucji),
* wymienić elementy przekazu reklamowego (np. główny komunikat, korzyści produktowe, argumenty sprzedażowe, symbole),
* wymienić typy argumentów używanych w przekazie reklamowym (racjonalne i emocjonalne),
* wymienić cele komunikacji i sposoby ich realizacji poprzez reklamę,
* wymieniać cele kampanii reklamowej.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

## **Zarządzanie procesem realizacji kampanii reklamowej**

**Cele ogólne przedmiotu:**

* Posługiwanie się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy.
* Charakteryzowanie usług reklamowych.
* Charakteryzowanie mediów i form reklamy.
* Charakteryzowanie rodzajów firm reklamowych.
* Charakteryzowanie struktury organizacyjnej specyficznej dla agencji reklamowej.
* Określanie roli reklamy w działaniach biznesowych i marketingowych.
* Określanie funkcji reklamy w kontekście polityczno-społecznym.
* Określanie znaczenia branży reklamowej w gospodarce
* Charakteryzowanie narzędzi promocji.
* Charakteryzowanie przekazu reklamowego i zasad tworzenia przekazu reklamowego.
* Tworzenie strategii przekazu reklamowego.
* Definiowanie odbiorców przekazu reklamowego (tzw. grupa docelowa).
* Tworzenie listy wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (tzw. brief kreatywny).
* Stosowanie technik kreatywnych w procesie powstawania reklamy.
* Wykorzystywanie wiedzy z zakresu psychologii reklamy.
* Przestrzeganie norm etycznych w działalności reklamowej.
* Stosowanie przepisów prawa w zakresie reklamy.
* Opracowywanie strategii komunikacji marki.
* Opracowywanie planu kampanii reklamowej.
* Sprzedawanie zleceniodawcy kampanii reklamowej.
* Zarządzanie informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej.
* Zarządzanie procesem realizacji kampanii reklamowej.
* Planowanie pracy zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań.
* Dobieranie osób do wykonania przydzielonych zadań.
* Kierowanie wykonaniem przydzielonych zadań.
* Rozróżnianie stylów kierowania.
* Motywowanie członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych.
* Stosowanie zasad delegowania uprawnień.
* Monitorowanie i ocenianie jakości wykonania przydzielonych zadań.
* Wprowadzanie rozwiązań technicznych i organizacyjnych, wpływających na poprawę warunków i jakość pracy.
* Przestrzeganie zasad kultury i etyki w komunikacji z innymi osobami.
* Rozróżnianie zasad skutecznej komunikacji.
* Przestrzeganie zasad komunikacji w środowisku pracy biurowej.
* Przestrzeganie zasad etyki zawodowej w środowisku pracy biurowej.
* Wykazywanie się kreatywnością i otwartością na zmiany.
* Planowanie wykonania zadania.
* Ponoszenie odpowiedzialności za podejmowane działania.
* Współpracowanie w zespole.
* Analizowanie opinii i pomysłów innych członków zespołu.
* Modyfikowanie działań w oparciu o wspólnie wypracowane stanowisko.
* Rozwiązywanie konfliktów w zespole.
* Stosowanie technik radzenia sobie ze stresem.
* Aktualizowanie wiedzy i doskonalenie umiejętności zawodowych.
* Określanie praw i obowiązków pracownika oraz pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy.
* Określanie zagrożeń występujących w środowisku pracy.
* Określanie skutków oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka.
* Stosowanie środków technicznych i ochrony zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych.
* Udzielanie pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane
z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym:

* tworzy strategię przekazu reklamowego,
* stosuje techniki kreatywne w procesie powstawania reklamy,
* wykorzystuje wiedzę z zakresu psychologii reklamy,
* przestrzega normy etyczne w działalności reklamowej,
* stosuje przepisy prawa w zakresie reklamy,
* opracowuje strategię komunikacji marki,
* opracowuje plan kampanii reklamowej,
* zarządza informacjami w procesie realizacji kampanii reklamowej,
* zarządza procesem realizacji kampanii reklamowej,
* planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań,
* dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań,
* kieruje wykonaniem przydzielonych zadań,
* rozróżnia style kierowania,
* motywuje członków zespołu do wykonywania zadań zawodowych,
* stosuje zasady delegowania uprawnień.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* określić rolę reklamy w działaniach biznesowych i marketingowych,
* określić funkcję reklamy w kontekście polityczno-społecznym,
* określić znaczenie branży reklamowej w gospodarce,
* definiować odbiorców przekazu reklamowego (tzw. grupa docelowa),
* tworzyć listy wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (tzw. brief kreatywny),
* sprzedawać zleceniodawcy kampanię reklamową.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego
i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania.

a w tym:

* charakteryzuje usługi reklamowe,
* charakteryzuje media i formy reklamy,
* charakteryzuje rodzaje firm reklamowych,
* charakteryzuje strukturę organizacyjną specyficzną dla agencji reklamowej,
* charakteryzuje narzędzia promocji,
* charakteryzuje przekaz reklamowy i zasady tworzenia przekazu reklamowego.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.,
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego,

a w tym potrafi:

* posługuje się podstawowymi pojęciami z zakresu reklamy.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

-uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną

## **Skuteczność i efektywność kampanii reklamowej**

Cele ogólne przedmiotu:

* Posługiwanie się terminologią z zakresu skuteczności reklamy.
* Dobranie metod i technik umożliwiających zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej w mediach cyfrowych i tradycyjnych.
* Określanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników.
* Dokonywanie prezentacji wniosków z badań skuteczności i efektywności badań.
* Opisywanie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej posługując się kryteriami konkursu efektywności EFFIE.

Ocenę celującą otrzymuje uczeń , który:

* wskazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności zawodowe w stopniu gwarantującym wysoki poziom kwalifikacji zawodowych,
* samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne związane z zawodem,
* sprawnie posługuje się terminologią właściwą dla zawodu,
* potrafi argumentować własne rozwiązania problemów,
* potrafi dokonać analizy problemu, potrafi rozwiązywać zadania nietypowe związane z zawodem,
* wykorzystuje widzę teoretyczną do rozwiązywania zadań praktycznych, jest aktywny na lekcjach, wykonuje prace w sposób estetyczny,
* pracuje systematycznie,

a w tym potrafi:

* konfigurować oprogramowanie umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności internetowej kampanii reklamowej,
* przetwarzać dane z badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,
* sporządzić wnioski z badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy,
* dokonać interpretacji wyników dostępnych badań rynku reklamy,
* interpretować wyniki badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,
* ocenić skuteczność przekazu reklamowego na podstawie opracowanych wniosków z badania,
* ocenić wpływ reklamy na wielkość sprzedaży,
* opracować wyniki przeprowadzonych badań rynku reklamy,
* sformułować wnioski dotyczące rynku reklamy na podstawie przeprowadzonych badań,
* przygotować potencjalne zgłoszenie skuteczności i efektywności kampanii reklamowej do konkursu efektywności Effie.

Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:

* opanował wiadomości i umiejętności właściwe dla zawodu w stopniu pozwalającym na skuteczne wykonywanie zawodu,
* braki, jakie posiada pozwalają na wykonywanie czynności zawodowych,
* potrafi prawidłowo rozpoznać problem zawodowy i zaproponować typowy sposób rozwiązania,
* zna i stosuje pojęcia i zasady właściwe dla zawodu,
* zna i stosuje zasady bhp właściwe dla zawodu,
* potrafi stosować poznane procedury do wykonania zadania praktycznego,

a w tym potrafi:

* dobrać metody i techniki umożliwiające zbieranie danych służących do analizy skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,
* dokonać analizy wyników badań skuteczności i efektywności kampanii reklamowej,
* ocenić skuteczność i efektywność kampanii reklamowej na podstawie założonych wskaźników,
* ocenić efekty i korzyści kampanii reklamowej,
* przygotować wnioski z badań w formie raportów lub prezentacji,
* dobrać sposób prezentacji projektu w zależności od potrzeb klienta,
* zaprezentować wyniki badań dotyczących oceny skuteczności i efektywności prowadzonej kampanii reklamowej.

Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:

* opanował podstawowe wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* zna podstawowe pojęcia, zasady i prawa właściwe dla zawodu,
* z pomocą nauczyciela potrafi dokonać analizy typowego problemu zawodowego i zaproponować rozwiązanie,
* z pomocą nauczyciela potrafi określić nieprawidłowości w rozwiązaniu i poprawić błędy,
* posługuje się terminologią fachową z błędami,
* wykonane prace zawierają błędy, które pozwalają po wprowadzeniu poprawek na prawidłowe rozwiązania problemu,
* potrafi stosować poznane wcześniej typowe rozwiązania,

a w tym potrafi:

* wyjaśnić podstawowe pojęcia: skuteczność reklamy, efektywność reklamy, CATI, CAWI, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, *desk research*, dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych,
* wymienić metody i techniki badań skuteczności i efektywności reklamy,
* wymienić wskaźniki skuteczności i efektywności reklamy,
* obliczyć wskaźniki skuteczności i efektywności reklamy,
* zidentyfikować czynniki wpływające na skuteczność działań reklamowych.

Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:

* opanował w stopniu elementarnym wiadomości i umiejętności zawodowe w zakresie pozwalającym na rozwiązywanie większości problemów i zadań zawodzie,
* ma braki w wiadomościach i umiejętnościach pozwalają na wykonywanie podstawowych czynności zawodowych,
* wykonuje proste czynności zawodowe, stosuje nieudolnie język zawodowy,
* zna podstawowe pojęcia, nazywa podstawowe przyrządy, materiały reklamowe itp.
* braki, jakie wykazuje pozwalają na kontynuowanie kształcenia zawodowego.

a w tym potrafi:

* rozróżnić pojęcia skuteczności (dotarcie) i efektywności (zmiana postaw) reklamy,
* wymienić podstawowe pojęcia: skuteczność reklamy, efektywność reklamy, CATI, CAWI, wywiad indywidualny, wywiad zogniskowany, *desk research*, dotarcie, efektywność kreacji, efektywność stron docelowych.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który

* nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

Forma sprawdzania wiedzy i umiejętności:

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na zajęciach obejmująca cały dział lub kilka działów,

- praca kontrolna w formie próbnego zadania egzaminacyjnego,

- pisemna praca kontrolna sprawdzająca wiedzę i umiejętności nabyte na ostatnich 3zajęciach,

- praca pisemna domowa,

- wypowiedz ustna będąca odpowiedzią na pytania nauczyciela, prezentacją rozwiązania zadania lub wykonaniem innego polecenia,

- wypowiedź ustna będąca prezentacją lub odczytaniem obszernego materiału przygotowanego przez ucznia na dany temat,

- ćwiczenie praktyczne polegające na wykonaniu zadania według podanej instrukcji prezentacji jego wyników w formie ustnej lub pisemnej,

- praca projektowa zlecona do wykonania samodzielnie lub w zespole,

- wypowiedzi ustne i pisemne w czasie danych zajęć edukacyjnych,

- uzyskane wyniki w olimpiadach przedmiotowych, konkursach, zawodach, turniejach na szczeblu szkolnym.

Sposób oceniania

0-39%: niedostateczny;

40-49%: dopuszczający;

50-55%: -dostateczny; 56-65%: dostateczny;

66-70%: +dostateczny;

71-75%: -dobry;

76-84%: dobry;

85-89%: +dobry;

90-100%: bardzo dobry;

Formy poprawy oceny:

- uczeń ma prawo poprawy oceny niedostatecznej w formie i terminie ustalonym przez nauczyciela.

- do dziennika obok oceny uzyskanej wcześniej wpisuje się ocenę uzyskaną z poprawy.

Sposób oceniania ćwiczeń powtórzeniowych do egzaminu z kwalifikacji wynika z przyjętego przez CKE % zdania egzaminu - 50% część teoretyczna, 75% - część praktyczna.

Przyjęcie takiego systemu oceniania w/w ćwiczeń da uczniom i nauczycielom pełen obraz postępów edukacyjnych. Pozostałe zadania oraz formy aktywności uczniów oceniane będą według WSO ZSPM

Część pisemna

50% - 62% - dopuszczający

63% - 75 % - dostateczny

76% - 87 % - dobry

88 % - 100 % - bardzo dobry

Część praktyczna:

75% - 79% - dopuszczający

80% - 86% - dostateczny

87% - 94% - dobry

95% - 100 % - bardzo dobry

Komentarzem do oceny są udostępniane przez nauczyciela rezultaty wynikające z treści ćwiczenia.

Waga ocen: 3

W przypadku nieobecności usprawiedliwionej, uczeń ma prawo do wykonania ćwiczenia w wyznaczonym przez nauczyciela terminie i otrzymana ocena jest ostateczna. Brak wykonanego w tym terminie ćwiczenia skutkuje oceną niedostateczną.

W przypadku nieobecności nieusprawiedliwionej, uczeń otrzymuje ocenę niedostateczną