**WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH z Podstawy reklamy 3 fr. Rok szkolny 2024/25**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Wymagania na poszczególne oceny** | | | | |
| **konieczne**  **(ocena dopuszczająca)**  **Uczeń:** | **podstawowe**  **(ocena dostateczna)**  **Uczeń:** | **rozszerzające**  **(ocena dobra)**  **Uczeń:** | **dopełniające**  **(ocena bardzo dobra)**  **Uczeń:** | **wykraczające**  **(ocena celująca)**  **Uczeń:** |
| * wymienić podstawowe pojęcia: 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, public relations, publicity, media relations, sponsoring, lobbing, events * wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy, zewnętrznej * wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy audio i wideo * wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy cyfrowej * wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy bezpośredniej * wymienia zalety i wady reklamy zewnętrznej * wymienia zalety i wady reklamy audio i wideo * wymienia zalety i wady reklamy cyfrowej * wymienia zalety i wady reklamy bezpośredniej * wymienia rodzaje reklamy zewnętrznej * wymienia rodzaje reklamy audio i wideo * wymienia rodzaje reklamy cyfrowej * wymienia rodzaje reklamy bezpośredniej * wymienia materiały stosowane w reklamie zewnętrznej * wymienia materiały , techniki i oprogramowanie stosowane w reklamie audio i wideo * wymienia materiały , techniki i oprogramowanie stosowane w reklamie cyfrowej * wymienia techniki stosowane w reklamie bezpośredniej | * wyjaśnić podstawowe pojęcia: 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, public relations, publicity, media relations, sponsoring, lobbing, events * określa i charakteryzuje zalety i wady reklamy zewnętrznej * określa i charakteryzuje zalety i wady reklamy audio i wideo * określa i charakteryzuje zalety i wady reklamy cyfrowej * określa i charakteryzuje zalety i wady reklamy bezpośredniej * charakteryzuje rodzaje reklamy zewnętrznej * charakteryzuje rodzaje reklamy audio i iwdeo * charakteryzuje rodzaje reklamy cyfrowej * charakteryzuje rodzaje reklamy bezpośredniej * opisuje materiały stosowane w reklamie zewnętrznej * opisuje materiały , techniki i oprogramowanie stosowane w reklamie audio i wideo * opisuje materiały , techniki i oprogramowanie stosowane w reklamie cyfrowej * opisuje techniki stosowane w reklamie bezpośredniej | * charakteryzuje i stosuje pojęcia branżowe w wypowiedzi pisemnej, ustnej, ćwiczeniach projektowych: 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, public relations, publicity, media relations, sponsoring, lobbing, events * Charakteryzuje funkcje i cele reklamy zewnętrznej * Charakteryzuje funkcje i cele reklamy audio i wideo * Charakteryzuje funkcje i cele reklamy cyfrowej * Charakteryzuje funkcje i cele reklamy bezpośredniej * Określa zalety i wady reklamy zewnętrznej dla konkretnej kampanii reklamowej * Określa zalety i wady reklamy audio i wideo dla konkretnej kampanii reklamowej * Określa zalety i wady reklamy cyfrowej dla konkretnej kampanii reklamowej * Określa zalety i wady reklamy bezpośredniej dla konkretnej kampanii reklamowej * wybiera rodzaje reklamy zewnętrznej dla konkretnej kampanii reklamowej * wybiera rodzaje reklamy audio i wideo dla konkretnej kampanii reklamowej * wybiera rodzaje reklamy cyfrowej dla konkretnej kampanii reklamowej * wybiera rodzaje reklamy bezpośredniej dla konkretnej kampanii reklamowej * określa materiały potrzebne do realizacji reklamy zewnętrznej dla konkretnej kampanii * określa materiały potrzebne do realizacji reklamy audio i wideo dla konkretnej kampanii * określa materiały potrzebne do realizacji reklamy cyfrowej dla konkretnej kampanii * określa materiały potrzebne do realizacji reklamy bezpośredniej dla konkretnej kampanii * dobiera rodzaje reklamy audio, wideo i cyfrowej do konkretnych mediów z uwzględnieniem mediów społecznościowych | * Uzasadnia wybór rodzajów reklamy zewnętrznej do kampanii * Uzasadnia uzasadnić wybór rodzajów reklamy audio i wideo do kampanii * Uzasadnia wybór rodzajów reklamy cyfrowej do kampanii * Uzasadnia wybór rodzajów reklamy bezpośredniej do kampanii * Wykonuje wybrane reklamy zewnętrznej dla konkretnej kampanii * Wykonuje wybrane reklamy audio, wideo dla konkretnej kampanii * Wykonuje wybrane reklamy cyfrowe dla konkretnej kampanii * Opracowuje koncepcję reklamy bezpośredniej dla konkretnej kampanii * Ocenia reklamę zewnętrzną na podstawie kryteriów * Ocenia reklamę audio, wideo na podstawie kryteriów * Ocenia reklamę cyfrową na podstawie kryteriów * Ocenia reklamę koncepcję reklamy bezpośredniej na podstawie kryteriów | * Opracowuje przykładowe koncepcje prac konkursowych do wybranego konkursu branżowego * Opracowuje kryteria wyboru reklamy zewnętrznej dla konkretnej kampanii * Opracowuje kryteria wyboru reklamy audio i wideo dla konkretnej kampanii * Opracowuje kryteria wyboru reklamy cyfrowej dla konkretnej kampanii * Opracowuje kryteria wyboru reklamy bezpośredniej dla konkretnej kampanii |