**WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH z Przekaz i komunikat w reklamie 3 er. 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:** |
|  | | | | |
| * zna formy języka używanego w produkcji tekstów reklamowych * zna budowę tekstów reklamowych * zna pojęcie nagłówek, slogan * potrafi napisać prosty slogan samodzielny i niesamodzielny oraz hasło reklamowe * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy prasowej * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy radiowej * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy telewizyjnej * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy internetowej * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy zewnętrznej * określa cechy przekazu reklamowego dla reklamy wewnętrznej * zna funkcje tekstów reklamowych zna tekst reklamowy Voice Over * zna pojęcie: Unikatowa propozycja sprzedaży | * zna grupy elementów kodu słowno- obrazowego * odróżnia nagłówek od sloganu * zna rodzaje nagłówków i sloganów * potrafi napisać slogan reklamowy oraz hasło reklamowe dla wybranego produktu * potrafi napisać prosty tekst reklamowy do radia, i post na portalu społecznościowym * zna czym jest reklama Adwords * potrafi wskazać na Unikatowa propozycja sprzedaży w przykładach reklam * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy prasowej   * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy radiowej   * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy telewizyjnej   * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy internetowej   * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy zewnętrznej   * charakteryzuje budowę   przekazu reklamowego dla reklamy wewnętrznej | * zna środki stylistyczne, wyrazy wzmacniające i osłabiające przekaz, styl języka, czas, tryb * potrafi scharakteryzować nagłówki na podstawie przykładów * zna zasadę 4U przy tworzeniu nagłówków * potrafi napisać rożne wersje nagłówków oraz slogan samodzielny i niesamodzielny dla wybranego produktu * zna formy prezentacji tekstu reklamowego * opracowuje Unikatową propozycję sprzedaży * analizuje przekaz reklamowy reklamy prasowej * analizuje przekaz reklamowy reklamy radiowej * analizuje przekaz reklamowy reklamy telewizyjnej * analizuje   przekaz reklamowy reklamy internetowej   * analizuje   przekaz reklamowy reklamy zewnętrznej   * analizuje   przekaz reklamowy reklamy wewnętrznej | * potrafi zastosować w tekstach reklamowych środki stylistyczne, wyrazy wzmacniające i osłabiające przekaz, styl języka, czas, tryb * potrafi zastosować regułę FOMO przy pisaniu nagłówków * potrafi scharakteryzować zasadę 4U * potrafi napisać rożne wersje nagłówków oraz slogan samodzielny i niesamodzielny * uzasadnia opracowaną Unikatowa propozycja sprzedaży dla konkretnej kampanii reklamowej * ocenia skuteczność przekazu reklamy prasowej * ocenia skuteczność przekazu reklamy radiowej * ocenia skuteczność przekazu reklamy telewizyjnej * ocenia skuteczność przekazu reklamy internetowej   ocenia skuteczność przekazu reklamy zewnętrznej  ocenia skuteczność przekazu reklamy wewnętrznej | * Organizuje pracę zespołu tworzącego przekaz reklamowy * Ocenia przekaz reklamowy zgodnie z zasadami, etapami tworzenia i cechami * potrafi napisać tekst reklamowy w których zastosuje różne formy językowe, charakterystyczne dla danego produktu * potrafi zastosować regułę FOMO przy pisaniu nagłówków * opracowuje oryginalny przekaz reklamowy oryginalny i zastosowaniem zasad * opracowuje kryteria weryfikacji skuteczności przekazów reklamowych |