**WYMAGANIA EDUKACYJNE NIEZBĘDNE DO OTRZYMANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH z Elementy prawa i etyki w reklamie 4 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 pojęcie i rodzaje emocji * zna znaczenie symboli w reklamie * zna wizerunek kobiety i mężczyzny w reklamie * zna podstawowe modele oddziaływania przekazu reklamowego na konsumenta * rozróżnia prawo reklamy ogólne o szczegółowego * odróżnia reklamę o działań reprezentacyjnych zna reklamy jako czyn nieuczciwej konkurencji * zna co jest przedmiotem a co podmiotem praw autorskich * zna zasady publikacji reklam w mediach. Zna zasady publikacji różnych grup towarowych w mediach * zna pojęcia „etyka zawodowa”. „etyka w reklamie” i „kodeks etyki reklamy | * wyjaśnia co oznacza znak emocji i intensywność emocji * wyjaśnia symbolikę gestów w naszej kulturze. Zna symbolikę kolorów * wymienia role mężczyzny i kobiety w reklamie oraz dziecka * potrafi wymienić i opisać modele odziaływania przekazu reklamowego na konsumenta * potrafi wyjaśnić czym jest prawo szczegółowe w reklamie * wymienia reklamy niezgodne z prawem * potrafi określić specyficzne dla branży reklamowej aspekty prawa autorskiego (np. sposoby korzystania z wizerunku, licencjonowanie, banki * potrafi opisać wybrane zasady publikacji reklam w   mediach   * potrafi wymienić źródła kodeksów etycznych | * potrafi scharakteryzować rodzaje emocji według Plutchika. Odróżnia emocje negatywne od pozytywnych * potrafi dokonać podziału symboli według kategorii * potrafi scharakteryzować role kobiety i mężczyzny w reklamie * potrafi scharakteryzować modele odziaływania przekazu reklamowego na konsumenta * zna ustawy dotyczące regulacji sposobu zamieszczania reklam w różnych mediach * potrafi scharakteryzować reklamy niezgodne z prawem * potrafi użyć wizerunku osoby w reklamie zgodnie z prawem * potrafi określić zasady publikacji reklamy w mediach elektronicznych; * potrafi opisać co zawiera kodeks etyki reklamy i z ilu części się składa. Zna Kodeks etyki reklamy | * potrafi wyjaśnić kiedy emocje mogą wywierać pozytywny wpływ na skuteczność reklamy, a kiedy negatywny * potrafi wyjaśnić znaczenie symboli w reklamie. * potrafi wyjaśnić problem stereotypowego przedstawiania kobiety w reklamie * potrafi na podstawie modelu oddziaływania przekazu reklamowego na konsumenta scharakteryzować sposób reklamowania wybranego produktu * potrafi wyjaśnić dlaczego prawo reklamy jest regulowane wieloma ustawami i rozporządzeniami * potrafi odróżnić czy dana reklama jest zgodna z prawem czy nie jest zgodna potrafi kupić zdjęcie z banku zdjęć * potrafi odróżnić rodzaje sankcji za naruszenie zasad prawnych i zasad etycznych * potrafi wyjaśnić jaki jest powód tworzenia kodeksów etycznych dla branży reklamowej | * potrafi dokonać analizy spotów reklamowych pod względem emocji * potrafi wyjaśnić jakie skojarzenia niosą zjawiska przyrodnicze, symbolika zwierząt, przedmiotów * potrafi dobrać nadawcę w reklamie do wybranego produktu * potrafi na podstawie modelu oddziaływania przekazu reklamowego na konsumenta scharakteryzować sposób reklamowania wybranego produktu * potrafi wyjaśnić dlaczego prawo reklamy jest regulowane wieloma ustawami i rozporządzeniami * potrafi uzasadnić czy dana reklama jest zgodna z prawem czy nie jest zgodna   potrafi napisać umowę dotyczącą użycia wizerunku, użycia zdjęcia lub ilustracji. Potrafi  napisać umowę dotyczącą przekazania praw autorskich  • potrafi odróżnić rodzaje sankcji za naruszenie zasad prawnych i zasad etycznych   * potrafi stosować normy etyczne w działalności reklamowej |