

Technikum organizacji reklamy
nr cyfrowy zawodu 333906

Wymagania edukacyjne
niezbędne do uzyskania poszczególnych
ocen śródrocznych
i rocznych ocen klasyfikacyjnych
z przedmiotu:

Wizualizacja

Działy programowe:

- Projektowanie przekazów reklamowych klasa 2
- Wykonywanie przekazów reklamowych klasa 3

Opracowała: mgr Dorota Marcinkowska

ocena/stopień:	Projektowanie przekazów reklamowych
dopuszczający	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna elementy przekazu reklamowego; • przy pomocy nauczyciela projektuje przekaz reklamowy; • przy pomocy nauczyciela wykorzystuje program komputerowy do opracowania projektu przekazu reklamowego; • stosuje podstawowe materiały i techniki plastyczne w projektowaniu: rysunek ołówkiem, kredką; • zna popularne układy kompozycyjne;
dostateczny	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • rozróżnia elementy przekazu reklamowego; • określić cechy charakterystyczne przekazu reklamowego; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • opracowuje projekt przekazu reklamowego z dobranym środkiem reklamy; • obsługuje program komputerowy do opracowania projektu przekazu reklamowego; • przy pomocy nauczyciela projektuje reklamę zgodnie z oczekiwaniami klienta; • przy pomocy nauczyciela projektuje narzędzia promocji dla produktu: public relations, promocję sprzedaży, marketing bezpośredni; • przy pomocy nauczyciela projektuje wybrane elementy systemu identyfikacji wizualnej; • dobiera odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy; • charakteryzuje kryteria oceny przekazu reklamowego; • wykorzystuje podstawowe materiały i techniki rysunkowe i malarskie w projektowaniu; • zna podstawowe techniki i układy liternicze;
dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przestrzega zasad kultury i etyki; • ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • analizuje elementy przekazu reklamowego; • określa cechy charakterystyczne przekazu reklamowego; • określa źródła przekazu reklamowego; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy; • charakteryzuje modele oddziaływania reklamy; • opracowuje przekaz reklamowy z dobranym środkiem reklamy; • uzasadnia dobór środka reklamy do opracowania projektu przekazu reklamowego; • tworzy odpowiednie nośniki reklamy (banery reklamowe, pola tekstowe, itp.) • projektuje narzędzia promocji dla produktu: public relations, promocję sprzedaży, marketing bezpośredni; • projektuje elementy systemu identyfikacji wizualnej - symbol firmy (znak i logotyp firmowy), kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wygląd otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe,

	<p>opakowania;</p> <ul style="list-style-type: none"> • dobra odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy; • projektuje reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego; • ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją; • charakteryzuje kryteria oceny przekazu reklamowego; • dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;
bardzo dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przestrzega zasad kultury i etyki; • ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • dokonuje selekcji informacji pozyskanych dla celów realizacji reklamy; • dokonuje analizy strategii reklamowej; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy; • samodzielnie dobiera formy i środki projektowania reklamy; • swobodnie korzysta i projektuje przy pomocy poznanych technik rysunkowych i malarskich; • dobiera techniki i kompozycje liternicze do projektowanej reklamy; • dobiera materiały reklamowe oraz materiały niezbędne do produkcji środków reklamowych, w zależności od zamówienia klienta ; • samodzielnie dobiera materiały i sprzęt niezbędny do aranżacji wystawy • opracowuje przekaz reklamowy z dobranym środkiem reklamy; • uzasadnia dobór środka reklamy do opracowania przekazu reklamowego; • obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego; • tworzy odpowiednie nośniki reklamy (banery reklamowe, pola tekstowe, itp.) • projektuje przekaz reklamowy zgodnie z oczekiwaniami klienta; • projektuje narzędzia promocji dla produktu: public relations, promocję sprzedaży, marketing bezpośredni; • projektuje symbole firmowe (znak i logotyp firmowy), kolory firmowe, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wykład otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania; • projektuje przekaz reklamowy z wykorzystaniem programów komputerowych; • ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją; • samodzielnie dobiera materiały i sprzęt niezbędny do aranżacji wystawy;
celujący	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przestrzega i stosuje zasady kultury i etyki; • analizuje i ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • dobiera oryginalną formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej; • w twórczy sposób opracowuje projekt z dobranym środkiem reklamy; • biegło obsługuje program komputerowy stosowany do projektowania graficznego; • tworzy nowatorskie projekty nośników reklamy ; • projektuje oryginalne narzędzia promocji dla produktu: public relations, promocję sprzedaży, marketing bezpośredni; • wykonuje oryginalne projekty symboli firmy (znak i logotyp firmowy), • stosuje interesujące rozwiązania w obrębie identyfikacji wizualnej, w tym: kolorystyka dla firm, symbole dekoracyjne, typografie dekoracyjne, druki firmowe (papier, koperty, dokumenty i inne), identyfikatory pracowników, stemple, - materiały reklamowe, materiały drukowane dla celów public relations, środki transportu (samochody ciężarowe, osobowe), ubiór pracowników, wystrój stoisk targowych, aranżacja wnętrza siedziby firmy oraz wykład otoczenia, tablice i tabliczki informacyjne, szyldy reklamowe, opakowania; • analizuje i ocenia formy i środki projektowania reklamy powszechnie stosowane; • trafnie identyfikuje sprzęt konieczny do produkcji środków reklamowych; • określa rodzaj materiałów i sprzętu niezbędnego do aranżacji wystawy; • angażuje się biorąc udział w konkursach przedmiotowych, osiąga sukcesy; • wykazuje szczególne zainteresowanie omawianą tematyką;

Ocena/stopień:	Wykonywanie przekazów reklamowych
dopuszczający	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wymienia programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań; • przy pomocy nauczyciela obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego; • przy pomocy nauczyciela dobiera odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy;
dostateczny	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań; • stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań • zna programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • dobiera formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej;

	<ul style="list-style-type: none"> • prezentuje pozyskane informacje w formie graficznej; • obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego; • opracowuje przekaz reklamowy z dobranym środkiem reklamy; • dobiera odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy; • projektuje reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego; • przy pomocy nauczyciela wykonuje nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; • przy pomocy nauczyciela wykonuje środki reklamowe z wykorzystaniem środków technicznych; • stosuje różne rodzaje układów kompozycyjnych; • tworzy pisma z wykorzystaniem edytora tekstów; • korzysta z programów pakietu biurowego; • obsługuje program do obróbki graficznej;
dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna zasady dotyczące udzielenia pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia; • przestrzega zasad kultury i etyki; • potrafi ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania. • dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań; • ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań • stosuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • tworzy nośniki reklamy (banery reklamowe, pola tekstowe, itp.); • opracowuje przekaz reklamowy z dobranym środkiem reklamy; • dobiera odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy; • wykonuje reklamę z wykorzystaniem programu komputerowego; • realizuje reklamę produktu z wykorzystaniem programów komputerowych; • stosuje elementy składające się na zawartość reklamy; • prezentuje cechy użytkowe produktu; • wykonuje nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; • wykonuje środki reklamowe z wykorzystaniem środków technicznych; • zastosować różne rodzaje układów kompozycyjnych; • swobodnie korzysta z programów pakietu biurowego do typowych zadań wykonywanych przy produkcji reklamy stosuje komputerową grafikę 2D i 3D w reklamie
bardzo dobry	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • stosuje procedurę postępowania z odpadami; • zna zasady dotyczące udzielenia pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia; • przestrzega zasad kultury i etyki; • jest kreatywny i konsekwentny w realizacji zadań; • planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań; • dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań; • ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań; • stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań • biegle wykorzystuje programy komputerowe wspomagające wykonanie zadań w reklamie; • tworzy odpowiednie nośniki reklamy (banery reklamowe, pola tekstowe, itp.); • dobiera odpowiednie formy i środki do zaprojektowania reklamy; • trafnie prezentuje cechy użytkowe produktu; • określa dodatkowe korzyści związane z nabyciem produktu (gwarancja, usługi przedsprzedażowe, itp.); • dobiera techniki do produkcji wskazanej reklamy; • samodzielnie wykonuje nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych; • samodzielnie wykonuje środki reklamowe z wykorzystaniem środków technicznych; • stosuje oryginalne rodzaje układów kompozycyjnych; • stosuje zasady etycznego postępowania w reklamie wykorzystującej wizerunek człowieka, reklamy skierowanej do dzieci, reklamy wykorzystującej elementy erotyczne i reklamy wykorzystującej motywów śmierci, choroby, itp.);
celujący	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opracowuje procedurę postępowania z odpadami zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami prawa; • przestrzega zasad kultury i etyki; • jest kreatywny i konsekwentny w realizacji zadań; • planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań; • trafnie dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań; • prawidłowo kieruje wykonaniem przydzielonych zadań; • trafnie ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań;

	<ul style="list-style-type: none">• wprowadza nowatorskie rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy;• biegle stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań• dobiera oryginalną formę prezentacji do przekazywanej informacji reklamowej;• biegle obsługuje program komputerowy stosowany do opracowania przekazu reklamowego;• trafnie określa dodatkowe korzyści związane z nabyciem produktu (gwarancja, usługi przedsprzedażowe, itp.);• wykonuje nowatorskie nośniki reklamy tj. banery reklamowe, pola tekstowe, tapety reklamowe itp. z wykorzystaniem urządzeń technicznych;• wykonuje nowatorskie środki reklamowe z wykorzystaniem środków technicznych;• stosuje różnorodne, twórcze rodzaje układów kompozycyjnych;• analizuje i stosuje zasady etycznego postępowania w reklamie wykorzystującej wizerunek człowieka, reklamy skierowanej do dzieci, reklamy wykorzystującej elementy erotyczne i reklamy wykorzystującej motyw śmierci, choroby, itp.);• angażuje się biorąc udział w konkursach przedmiotowych;
--	---

Dodatkowe warunki:

- Ocenianie ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych dostosowane jest do jego indywidualnych możliwości. Uwzględnia ono zalecenia opinii lub orzeczenia PPP, jego zaangażowanie w proces dydaktyczny oraz postępy w nauce.