Wymagania edukacyjne niezbędne do otrzymania przez ucznia poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z pracowni kampanii reklamowej

Klasa IV Technikum nr 1

Wymagania edukacyjne z przekazu reklamowego w Zespole Szkół Ekonomicznych im. bł. ks. Romana Sitki w Mielcu, opracowane są w oparciu o:

1) Podstawa programowa kształcenia w zawodzie TECHNIK REKLAMY (SYMBOL CYFROWY ZAWODU 333907);
2) Rozporządzenie MEN z dnia 22 lutego 2019 roku w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych;
3) Statut i Zasady Wewnątrzszkolnego oceniania;

Przedmiotem oceniania są:

- wiadomości;
- umiejętności;
- postawa ucznia i jego aktywność.

Cele ogólne oceniania:

- rozpoznanie przez nauczyciela poziomu i postępów w opanowaniu przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań programowych;
- poinformowanie ucznia o poziomie osiągnięć edukacyjnych i postępach w tym zakresie;
- pomoc uczniowi w samodzielnym kształceniu i motywowanie do dalszej pracy;
- motywowanie ucznia do dalszej pracy,
- dostarczanie rodzicom i nauczycielowi informacji o postępach oraz trudnościach ucznia w postaci ocen i wpisów w dzienniku elektronicznym,
- umożliwienie nauczycielowi doskonalenia organizacji i metod pracy.

W szczególności ocenie podlegają następujące osiągnięcia edukacyjne:

a. czytanie – umiejętność rozumienia, wykorzystywania i refleksyjnego przetwarzania tekstów, w tym tekstów kultury, prowadząca do osiągnięcia własnych celów, rozwoju osobowego oraz aktywnego uczestnictwa w życiu społeczeństwa;

b. myślenie matematyczne – umiejętność wykorzystywania narzędzi matematyki w życiu codziennym oraz formułowania sądów opartych na rozumowaniu matematycznym;

c. myślenie naukowe – umiejętność wykorzystania wiedzy o charakterze naukowym do identyfikowania i rozwiązywania problemów, a także formułowania wniosków opartych na obserwacjach empirycznych dotyczących przyrody i społeczeństwa;

d. umiejętność komunikowania się w języku ojczystym i w językach obcych, zarówno w mowie, jak i piśmie;

e. umiejętność sprawnego posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi;

f. umiejętność wyszukiwania, selekcjonowania i krytycznej analizy informacji;

g. umiejętność rozpoznawania własnych potrzeb edukacyjnych oraz uczenia się;

h. umiejętność pracy zespołowej.

Formy i metody sprawdzania osiągnięć i postępów ucznia:

- prace projektowe,
- zadanie domowe,
- kartkówka obejmująca niewielką partię materiału /15 minut/,
- praca w grupach,
- sprawdzian obejmujący moduł programowy,
- aktywność na zajęciach,
- praca pozalekcyjna / konkursy/.

Skala przy wystawianiu ocen z odpowiedzi pisemnych:

0 – 49% - niedostateczny

50 – 65% - dopuszczający

66% – 80% - dostateczny

81 – 93% - dobry

94 – 100% - bardzo dobry

celujący- otrzymuje uczeń, który spełnia wymagania na ocenę bardzo dobry, posiada wiedzę i umiejętności wykraczające poza podstawę programową.

Ocenę **niedostateczną** otrzymuje uczeń, który:

- nie opanował wiadomości i umiejętności wymaganych na ocenę dopuszczającą.

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,
- 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 **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,

- opanował materiał na ocenę dopuszczającą

oraz 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.
- 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.
- 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 **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,

- opanował materiał na ocenę dostateczną

oraz 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,
- stosować zasady tworzenia przekazu reklamowego,
- określić cele komunikacji i sposoby ich realizacji poprzez reklamę,
- określać grupę docelową,
- stworzyć brief,
- tworzyć listy wytycznych dla opracowywania przekazu reklamowego (tzw. brief kreatywny),
- sprzedawać zleceniodawcy kampanię reklamową.

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.
- opanował materiał na ocenę dobrą

oraz potrafi:

- 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 **celującą** otrzymuje uczeń , który:

- wykazuje się wiedzą i umiejętnościami wykraczającymi poza wymagania na ocenę bardzo dobrą.

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