Wymagania edukacyjne niezbędne do otrzymania przez ucznia poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z przekazu reklamowego

Klasa II 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:

- odpowiedź ustna,
- 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:

- wymienić podstawowe pojęcia: reklama, sprzedaż osobista, ambient, materiał reklamowy, medium reklamy, środek reklamy, nośnik reklamy, media ATL, media BTL, grywalizacja, event marketing, e-mail, newsletter,
- wymienić rodzaje segmentów rynku, scharakteryzować kryteria segmentacji rynku,
- wymienić i charakteryzować funkcje i cele reklamy,

rozróżnić produkt od usługi reklamowej,

- wymienić podstawowy sprzęt fotograficzny
- wymienić rodzaje fotografii,
- wymienić dobierać programy i narzędzia do wykonywania fotografii,
- wymienić i rozpoznać sprzęt do wykonania fotografii w określonej technice,
- wymienić elementy analizy SWOT,
- wymienić materiały stosowane w reklamach drukowanych,
- wymieniać rodzaje reklam cyfrowych, reklam bezpośrednich, reklam audio i wideo.
- wyjaśnić podstawowe pojęcia: kampania reklamowa, brief,
- wymienić etapy kampanii reklamowej,

- określić cele komunikacji i ich charakter,
- opisać grupę docelową działań komunikacyjnych,
- wymieniać tradycyjne techniki drukarskie
-

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:

- wymienić cele biznesowe i marketingowe działań reklamowych,
- charakteryzować grupę docelową,
- wymienić elementy struktury briefu,
- określić zawartość elementów tzw. briefu,
- wymienić cechy papieru
- podzielić papier wg różnych kryteriów
- wymienić zalety folii samoprzylepnej
- wymienić rodzaje folii
- określić zalety tworzyw sztucznych
- wymienić tworzywa sztuczne wykorzystywane przy produkcji reklamy
- wymienić urządzenia do produkcji materiałów reklamowych
- charakteryzować podstawowy sprzęt fotograficzny
- wymienić etapy produkcji spotu radiowego, telewizyjnego

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:

- wybrać rynek docelowy na podstawie segmentacji rynku,
- wyjaśnić potrzebę segmentacji rynku,
- wymienić czynniki wpływające na powstanie segmentów rynku,
- charakteryzować formy reklam drukowanych, reklamy zewnętrznej, reklam cyfrowych, reklam bezpośrednich, reklam audio i wideo, reklamy wystawienniczej,
- charakteryzować rodzaje folii
- podzielić tworzywa sztuczne
- podzielić techniki drukarskie
- wymienić czynniki mające wpływ na wybór określonej techniki
- charakteryzować druk cyfrowy, offsetowy, tampodruk, termodruk
- charakteryzować procesy drukarskie i introligatorskie
- wymienić czynniki decydujące o wyborze rodzaju sprzętu fotograficznego
- wymienić i charakteryzować etapy produkcji spotu radiowego, telewizyjnego
-
-

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:

- podać przykłady usług reklamowych (np. stworzenie strategii reklamowej, opracowanie koncepcji kreatywnej, zakup powierzchni reklamowej, napisanie tekstu do ulotki, stworzenie projektu graficznego,
- opisać procesy drukowania tradycyjnymi technikami
- wymienić techniki druku wielkoformatowego
- wymienić rodzaje druku oparte n a na technologii wygrzewania
- opisać proces tłoczenia, grawerowania, piaskowania, haftowania
- wymienić zakres prac wykonywanych na ploterach, hafciarkach, termoprasach, laminatorach oraz maszynach do cięcia
- określa zasady tworzenia produktów reklamowych
- określa zasady budowania systemu identyfikacji wizualnej
- określa zasady worzenia druków akcydensowych
- określa zasady projektowania reklamy zewnętrznej
- określa zasady projektowania wystawy sklepowej
- określa funkcje opakowania
- określa zasady tworzenia ogłoszeń prasowych
- wymienia podstawowe narzędzia reklamy internetowej
- określić zasady tworzenia reklamy radiowej
- określić zasady tworzenia reklamy telewizyjnej

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.