

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY

KREACJA W REKLAMIE

Klasa 2

POZIOM WYMAGAŃ				
ocena dopuszczająca [1]	ocena dostateczna [1+2]	ocena dobra [1+2+3]	ocena bardzo dobra [1+2+3+4]	ocena celująca [1+2+3+4+5]
Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:
DZIAŁ: IDENTYFIKACJA WIZUALNA				
- definiuje pojęcie grafiki wektorowej - wymienia programy komputerowe do tworzenia grafiki wektorowej - wskazuje zalety grafiki wektorowej - identyfikuje narzędzia programów wektorowych - rozumie zastosowanie poszczególnych narzędzi - potrafi posługiwać się narzędziami do tworzenia obiektów wektorowych - definiuje pojęcia: logo, logotyp, sygnet - zna podstawowe zasady i reguły komponowania projektów	- wymienia zastosowanie grafiki wektorowej - rozróżnia grafikę wektorową od grafiki rastrowej - wyjaśnia zasady typograficzne - potrafi modyfikować obiekty wektorowe - zapisuje pliki w formatach graficznych w zależności od przeznaczenia - rozumie podstawowe pojęcia z zakresu wiedzy projektowania graficznego - potrafi wykonać logo firmy o kształcie geometrycznym - rozpoznaje zastosowane w projektach rodzaje kompozycji	- charakteryzuje poszczególne programy do tworzenia grafiki wektorowej - określa parametry projektu do druku - stosuje efekty dla obiektów wektorowych - pracuje na warstwach w programie do grafiki wektorowej - rozumie podstawowe pojęcia z zakresu wiedzy projektowania graficznego - potrafi wykonać logo firmy o kształcie krzywych na podstawie szkicu - stosuje zasady kompozycji podczas projektowania - rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie	- identyfikuje palety kolorystyczne i wykorzystuje w projekcie w zależności od potrzeb - rozpoznaje zastosowane na elementach identyfikacji wizualnej rodzaje efektów - planuje projekt wykonania elementów identyfikacji wizualnej firmy - stosuje podstawowe pojęcia z zakresu wiedzy projektowania graficznego - potrafi przeprowadzić proces projektowy znaku graficznego oraz jego identyfikację wizualną - prawidłowo organizuje warsztat pracy, dobiera odpowiednie środki techniczne i formalne	- stosuje kreatywne i oryginalne elementy w identyfikacji wizualnej - planuje oryginalny projekt wykonania elementów identyfikacji wizualnej firmy - potrafi przeprowadzić proces projektowy znaku graficznego oraz jego identyfikację wizualną w sposób wyróżniający się kreatywnością - prawidłowo organizuje warsztat pracy, dobiera odpowiednie środki techniczne i formalne do powziętych zamierzeń - stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu wizytówki i papieru firmowego, we właściwym

- stosuje kolory „firmowe” w wizytówce, papierze firmowym - rozmieszcza logo i dane teleadresowe na wizytówce i papierze firmowym we właściwych miejscach	- projektuje wizytówkę, papier firmowy w programie graficznym zgodnie ze szkicem	- z zasadami kompozycji i typografii - rozmieszcza elementy wizytówki i papieru firmowego oraz dane teleadresowe zgodnie z zasadami kompozycji i typografii	- do powziętych zamierzeń - stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu wizytówki i papieru firmowego, we właściwym programie graficznym, uwzględniając wytyczne	- programie graficznym, uwzględniając wytyczne - trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych
DZIAŁ: REKLAMA DRUKOWANA				
- wie co to jest reklama drukowana - rozróżnia formy reklamy drukowanej (np. ogłoszenie prasowe, plakat, opakowanie, ulotka, kalendarz, zaproszenie) - projektuje plakat zgodnie z wytycznymi - wykonuje ulotkę reklamową zgodnie ze szkicem wydawniczym	- dobiera formę reklamy drukowanej do treści przekazu - wykonuje plakat wg własnego projektu oraz używając szablonów - wykonuje ulotkę reklamową wg własnego projektu oraz używając szablonów	- potrafi zaproponować formy reklamy drukowanej w zależności od założeń strategicznych - potrafi opracować prosty materiał tekstowy do wykonania reklamy drukowanej	- potrafi opracować oryginalny materiał tekstowy do wykonania reklamy drukowanej - potrafi samodzielnie przygotować materiały graficzne do wykonania reklamy drukowanej (fotografie, grafiki)	- potrafi przeprowadzić proces projektowy w sposób wyróżniający się kreatywnością - trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych
DZIAŁ: REKLAMA ZEWNĘTRZNA				
- potrafi wymienić nośniki reklamy zewnętrznej	- dobiera adekwatne do briefu formy reklamy zewnętrznej	- uzasadnia wybór odpowiednich nośników reklamy zewnętrznej	- określa parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej	- samodzielnie przygotowuje materiały graficzne do wykonania

				reklamy zewnętrznej (fotografie, grafiki) - trafnie wykorzystuje wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów praktycznych
DZIAŁ: ORGANIZOWANIE FORM MARKETINGU DOŚWIADCZEŃ				
- wie co to jest ambient marketing - wie co to jest grywalizacja - wie co to jest event marketing	- potrafi scharakteryzować formę ambient marketingu - potrafi scharakteryzować formę grywalizacji - charakteryzuje formę event marketingu	- określa celowość i możliwości zastosowania reklamy ambientowej - określa zalety i ograniczenia grywalizacji - określa zalety i ograniczenia event marketingu	- określa ograniczenia reklamy ambientowej - potrafi opracować elementy grywalizacji - współorganizuje event marketing	- samodzielnie wykonuje projekt reklamy ambientowej na podstawie dokumentacji - samodzielnie wykonuje projekt grywalizacji na podstawie dokumentacji - potrafi samodzielnie zorganizować event marketing zgodnie z wytycznymi