

Wymagania dotyczące uzyskania przez ucznia śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z przedmiotu: **STRATEGIA W REKLAMIE KLASA 1R**

Lp.	Dziś	POZIOM WYMAGAŃ				
		Ocena dopuszczająca	Ocena dostateczna	Ocena dobra	Ocena bardzo dobra	Ocena celująca
		Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:
1.	I. Warunki i organizacja pracy					
		- Wymienia pojedyncze akty prawne dotyczące BHP, ale nie potrafi ich wyjaśnić. - Ma trudności z identyfikacją aktów prawa wewnętrzzakładowego. - Nie potrafi stosować zasad BHP i ochrony pracy w praktyce. - Nieumiejętnie korzysta z instrukcji obsługi urządzeń biurowych. - Ma trudności z podaniem zasad postępowania w przypadku pożaru. - Nie rozróżnia znaków PPOŻ lub interpretuje je błędnie. - Nie zna zasad recyklingu zużytych części urządzeń biurowych.	- Wymienia pojedyncze rozporządzenia i ustawy BHP. - Identyfikuje tylko niektóre akty prawa wewnętrzzakładowego. - Stosuje zasady bezpieczeństwa w ograniczonym zakresie, wymaga wsparcia. - Korzysta z instrukcji obsługi urządzeń, ale z dużymi trudnościami. - Podaje zasady postępowania w razie pożaru, ale niepełnie lub nieprecyzyjnie. - Rozpoznaje kilka znaków PPOŻ, ale często myli ich znaczenie. - Wskazuje ogólne zasady recyklingu, ale nie rozumie ich szczegółów.	- Wymienia kilka najważniejszych rozporządzeń i ustaw BHP. - Rozpoznaje niektóre akty prawa wewnętrzzakładowego dotyczące bezpieczeństwa i ergonomii. - Stosuje podstawowe akty prawa związane z bezpieczeństwem i ochroną pracy. - Korzysta z instrukcji obsługi urządzeń technicznych, ale czasami popełnia błędy. - Ogólnie opisuje zasady postępowania w przypadku pożaru. - Rozpoznaje podstawowe znaki PPOŻ, ale może mieć trudności z ich interpretacją. - Wskazuje ogólne zasady recyklingu, ale nie zawsze potrafi je zastosować.	- Wymienia większość istotnych rozporządzeń i ustaw dotyczących BHP w biurze. - Identyfikuje akty prawa wewnętrzzakładowego związane z ochroną pracy, ale z drobnymi nieścisłościami. - Poprawnie stosuje akty prawa dotyczące bezpieczeństwa, ochrony przeciwpożarowej i ergonomii. - Korzysta z instrukcji obsługi urządzeń technicznych, choć może wymagać wsparcia. - Wskazuje zasady postępowania na wypadek pożaru w sposób poprawny, choć mniej szczegółowy. - Rozróżnia większość znaków informacyjnych PPOŻ i prawidłowo je interpretuje. - Podaje podstawowe zasady recyklingu zużytych części urządzeń biurowych.	- Wymienia wszystkie kluczowe rozporządzenia i ustawy regulujące bezpieczeństwo i higienę pracy w biurze. - Precyzyjnie identyfikuje akty prawa wewnętrzzakładowego dotyczące BHP, ochrony przeciwpożarowej, ochrony środowiska i ergonomii. - Prawidłowo stosuje przepisy BHP, PPOŻ, ochrony środowiska i ergonomii w praktyce. - Sprawnie korzysta z instrukcji obsługi urządzeń technicznych i stosuje je w pracy biurowej. - Wskazuje szczegółowe zasady postępowania na wypadek pożaru w miejscu pracy. - Rozróżnia wszystkie znaki informacyjne związane z ochroną przeciwpożarową i poprawnie je interpretuje. - Podaje i stosuje zasady recyklingu zużytych części urządzeń biurowych i wyposażenia, uwzględniając aspekty ekologiczne.

2.	II. Komunikacja interpersonalna				
	• Nie potrafi poprawnie zdefiniować komunikacji. • Nie rozróżnia celów komunikacji. • Ma duże trudności z komunikacją werbalną i niewerbalną. • Nie stosuje zasad aktywnego słuchania. • Nie rozpoznaje elementów komunikacji niewerbalnej. • Nie potrafi eliminować barier komunikacyjnych. • Nie zna stylów komunikacji.	• Podaje definicję komunikacji, ale niepełną. • Rozpoznaje podstawowe cele komunikacji, ale z trudnościami. • Stosuje zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej w ograniczonym stopniu. • Rzadko wykorzystuje aktywne słuchanie. • Ma trudności z rozpoznawaniem elementów komunikacji niewerbalnej. • Nie potrafi skutecznie eliminować barier komunikacyjnych. • Stosuje style komunikacji w bardzo ograniczonym zakresie.	• Ogólnie definiuje pojęcie komunikacji. • Rozróżnia podstawowe cele komunikacji. • Stosuje zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej, ale z błędami. • Wykorzystuje aktywne słuchanie, ale nie zawsze efektywnie. • Rozpoznaje niektóre elementy komunikacji niewerbalnej. • Stara się eliminować bariery komunikacyjne, ale nie zawsze skutecznie. • Stosuje style komunikacji w ograniczonym zakresie.	• Poprawnie definiuje komunikację. • Rozróżnia cele komunikacji, choć z drobnymi nieścisłościami. • Stosuje zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej w większości sytuacji. • Wykorzystuje zasady aktywnego słuchania, ale nie zawsze konsekwentnie. • Prawidłowo rozpoznaje elementy komunikacji niewerbalnej. • Potrafi eliminować bariery komunikacyjne, choć nie w pełni skutecznie. • Stosuje różne style komunikacji, ale czasami popełnia błędy.	• Precyzyjnie definiuje pojęcie komunikacji. • Rozróżnia i wyjaśnia różne cele komunikacji. • Perfekcyjnie stosuje zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej. • Skutecznie wykorzystuje zasady aktywnego słuchania w różnych sytuacjach. • Szczegółowo opisuje i analizuje elementy komunikacji niewerbalnej. • Potrafi skutecznie eliminować bariery komunikacyjne w różnych kontekstach. • Umiejętnie dostosowuje style komunikacji do sytuacji i odbiorców.

3.	III. Slogan reklamowy i strategia przekazu reklamowego				
	- Nie potrafi poprawnie wyjaśnić, czym jest slogan reklamowy. - Wykazuje powierzchowną znajomość planowania strategicznego, ale nie rozumie jego istoty. - Nie potrafi poprawnie określić etapów strategii reklamowej. - Ma trudności z określeniem celów komunikacji i ich realizacją. - Zbiera informacje w sposób przypadkowy, bez ich krytycznej analizy. - Tworzy bardzo ogólnikowy lub niekompletny dokument strategii reklamowej. - Nie potrafi wskazać skutecznych sposobów mierzenia efektów strategii. - Ma ograniczoną świadomość elementów wpływających na efektywność reklamy.	- Podaje definicję sloganu reklamowego, ale z błędami. - Wymienia podstawowe cechy planowania strategicznego, ale nie potrafi ich szerzej wyjaśnić. - Podaje etapy strategii reklamowej, lecz nie rozumie ich pełnej roli. - Określa cele komunikacji, ale nie potrafi wskazać konkretnych metod ich realizacji. - Zbiera informacje do strategii reklamowej, ale ma trudności z ich selekcją i analizą. - Tworzy dokument strategii reklamowej, ale zawiera on liczne uproszczenia i braki. - Wymienia sposoby mierzenia efektów strategii, ale nie rozumie ich praktycznego zastosowania. - Podaje kilka elementów efektywności reklamy, lecz nie potrafi ich powiązać z wynikami działań reklamowych.	- Ogólnie wyjaśnia, czym jest slogan reklamowy, ale jego odpowiedź jest mało szczegółowa. - Opisuje podstawowe aspekty planowania strategicznego, rozumiejąc jego główne założenia. - Wymienia etapy strategii reklamowej i pokrótce omawia ich funkcję. - Określa cele komunikacji i wskazuje ogólne sposoby ich realizacji. - Zbiera podstawowe informacje potrzebne do opracowania strategii reklamowej. - Tworzy dokument strategii reklamowej, ale może on zawierać drobne braki lub uproszczenia. - Wymienia sposoby mierzenia efektów strategii, ale nie zawsze trafnie ocenia ich skuteczność. - Rozpoznaje kluczowe elementy efektywności reklamy, choć nie zawsze potrafi uzasadnić ich wpływ.	- Prawidłowo wyjaśnia znaczenie sloganu reklamowego, ale bez głębszej analizy. - Opisuje specyfikę planowania strategicznego, wskazując jego kluczowe cechy i znaczenie w reklamie. - Określa etapy strategii reklamowej, charakteryzując ich rolę w całym procesie. - Poprawnie definiuje cele komunikacji i sposoby ich realizacji poprzez reklamę. - Samodzielnie zbiera informacje istotne dla strategii reklamowej, wykorzystując dostępne źródła. - Tworzy dobrze opracowany dokument strategii reklamowej z uwzględnieniem kluczowych aspektów. - Wskazuje sposoby mierzenia efektów strategii i potrafi ocenić ich przydatność. - Podaje elementy kluczowe dla efektywności reklamy, argumentując ich znaczenie.	- Dokładnie wyjaśnia znaczenie sloganu reklamowego i jego wpływ na komunikację marketingową. - Dogłębnie i w sposób krytyczny opisuje specyfikę planowania strategicznego, uwzględniając różne podejścia i ich zastosowanie w praktyce. - Szczegółowo charakteryzuje etapy strategii reklamowej, analizując ich znaczenie i wzajemne zależności. - Precyzyjnie określa cele komunikacji, dostosowując je do specyfiki odbiorców oraz innowacyjnych metod reklamowych. - Samodzielnie zbiera i analizuje różnorodne informacje niezbędne do realizacji strategii, wykorzystując zaawansowane metody badań. - Tworzy kompleksowy i profesjonalny dokument strategii reklamowej, zawierający wszystkie kluczowe elementy. - Potrafi wskazać różnorodne metody mierzenia postępów strategii oraz krytycznie ocenia ich skuteczność. - Wymienia i szczegółowo uzasadnia elementy kluczowe dla efektywności przekazu reklamowego, podając przykłady ich zastosowania.

Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który:

- 1) nie opanował podstawowych wiadomości i umiejętności niezbędnych do dalszej nauki danego przedmiotu;
- 2) nie opanował wymagań edukacyjnych na ocenę dopuszczającą;
- 3) nie bierze aktywnego udziału w zajęciach.

Nauczyciel jest zobowiązany dostosować wymagania edukacyjne do indywidualnych potrzeb rozwojowych i edukacyjnych oraz możliwości psychofizycznych ucznia:

- 1) posiadającego orzeczenie o potrzebie indywidualnego nauczania – na podstawie tego orzeczenia oraz ustaleń zawartych w IPET
- 2) posiadających opinię poradni psychologiczno - pedagogicznej, w tym poradni specjalistycznej, o specyficznych trudnościach w uczeniu się lub inną opinię poradni psychologiczno – pedagogicznej
- 3) nie posiadającego orzeczenia lub opinii wymienionych w pkt. 1 oraz 2, który objęty jest pomocą psychologiczno – pedagogiczną w szkole – na podstawie ustaleń zawartych w planie działań wspierających, opracowanym dla ucznia.

Przy ocenianiu bieżącym nauczyciel bierze pod uwagę własne obserwacje ucznia na lekcji.