



**Zespół Szkół
Ponadpodstawowych
w Zgorzelcu**

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY SZKOLNE

SYMBOL CYFROWY ZAWODU: 333907

**PRZEDMIOT:
PRODUKCJA REKLAMY**

**KLASA II
TECHNIKUM REKLAMY**

**WYMAGANIA OBOWIAZUJĄ
W ROKU SZKOLNYM 2025-2026**

KWALIFIKACJE WYODRĘBNIONE W ZAWODZIE:
PGF.07. Wykonywanie przekazu reklamowego
PGF.08. Zarządzanie kampanią reklamową

1. OCENA DOPUSZCZAJĄCA (1)

Na ocenę dopuszczającą z przedmiotu Produkcja Reklamy w Technikum Reklamy (symbol cyfrowy zawodu 333907), uczeń powinien wykazać się podstawowymi umiejętnościami oraz wiedzą, które są kluczowe dla zrozumienia i realizacji zadań związanych z szeroko rozumianym rynkiem reklamy. Oto podsumowanie wymogów:

1. Podstawowe pojęcia reklamowe:

- Zrozumienie terminologii: Uczeń powinien znać i rozumieć podstawowe pojęcia związane z reklamą, takie jak:
- Cel reklamy: Co chce osiągnąć reklama (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki).
- Grupa docelowa: Kto jest odbiorcą reklamy.
- Nośniki reklamy: Różne formy, w jakich reklama może być prezentowana (np. telewizja, internet, prasa).

2. Rodzaje mediów reklamowych:

Umiejętność klasyfikacji: Uczeń powinien umieć wymienić i krótko opisać różne rodzaje mediów reklamowych, takie jak:

- Telewizja: Jakie są jej zalety i wady.
- Radio: Jakie są jego specyfiki.
- Internet: Różnorodność form reklamy online (np. banery, social media).
- Prasa: Jakie są możliwości reklamy w gazetach i czasopismach.

3. Przygotowanie projektu reklamy:

- Tworzenie prostego projektu: Uczeń powinien być w stanie stworzyć podstawowy projekt reklamy, który obejmuje:
- Wybór nośnika: Jakie medium będzie najlepsze dla danej kampanii.
- Opracowanie przekazu reklamowego: Jakie treści i grafiki będą użyte w reklamie.

4. Dokumentacja reklamowa:

- Znajomość dokumentów: Uczeń powinien znać podstawowe dokumenty związane z produkcją reklamy, takie jak:
- Brief reklamowy: Co to jest i jak się go tworzy.
- Plan kampanii: Jakie elementy powinien zawierać.

5. Zarządzanie kampanią reklamową:

- Podstawowe umiejętności zarządzania: Uczeń powinien rozumieć, jak planować i organizować kampanię reklamową, co obejmuje:
- Planowanie kampanii: Jakie kroki są niezbędne do skutecznego zaplanowania kampanii.
- Realizacja kampanii: Jakie działania są podejmowane w trakcie kampanii.
- Badanie efektywności: Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowej.

6. Kryteria oceny:

- Zrozumienie kryteriów: Uczeń powinien wiedzieć, jakie są kryteria oceny w zakresie produkcji reklamy, w tym:
- Praca w grupie: Jak współpracować z innymi w zespole.
- Prezentacja pomysłów: Jak skutecznie prezentować swoje pomysły i projekty.

7 Bezpieczeństwo i higiena pracy:

- Podstawowe zasady BHP: Uczeń powinien znać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, które są istotne w kontekście produkcji reklam.

Te umiejętności i wiedza powinny być wystarczające, aby uzyskać ocenę dopuszczającą z przedmiotu produkcja reklamy.

W oparciu o podstawę programową i obowiązujący program nauczania dla przedmiotu Produkcja Reklamy, wyróżnić należy szczegółowe ramy zagadnień, których znajomość wymagana jest dla uzyskania oceny dopuszczającej.

Na ocenę DOPUSZCZAJĄCĄ uczeń:

1.

Zna zasady odczytywania dokumentacji technologicznej.

Zna podstawowe formaty papieru (Szereg A).

2.

Zna podstawowy opis kolorów:

Opis kolorystyki – tryb kolorystyczny (wymienia dwa podstawowe).

Opis kolorystyki – skład procentowy (podaje zakres od do dla dwóch poszczególnych trybów).

3.

Zna kroje pisma – fonty (podstawowe pojęcie teoretyczne).

Stosuje informacje zawarte w dokumentacji technologicznej.

4.

Rozróżnia podstawowe elementy graficzne takie jak:

Elementy tekstowe, elementy tabelaryczne.

5.

Biegłe stosuje pozyskane informacje w wykonaniu podstawowych form reklamy.

6.

ZNA NA PODSTAWOWYM POZIOMIE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z GRAFIKĄ WEKTOROWĄ.

7

Posiada informacje wstępne na temat grafiki wektorowej.

Zna zalety oraz wady grafiki wektorowej.

W stopniu podstawowym wykorzystuje zalety grafiki wektorowej.

8.

ZNA PODSTAWOWE PROGRAMY DO TWORZENIA GRAFIKI WEKTOROWEJ (CorelDRAW).

Zna podstawowe funkcje programu do obsługi grafiki wektorowej, umożliwiające wykorzystanie minimum umiejętności niezbędnych do wykonania podstawowych form reklamy.

Dokonuje podstawowych Modyfikacji na obiektach wektorowych.

9

Biegłe zapisuje pliki graficzne w podstawowym formacie (w zależności od przeznaczenia).

10.

Wykonuje podstawowy znak graficzny systemu identyfikacji wizualnej, jakim jest Logo – w formie uproszczonego szkicu.

11.
Biegle stosuje zasady kolorystyki w tworzeniu elementów graficznych.
Zna podstawową symbolikę barw.
12.
Uczeń zna i stosuje pola ochronnego znaku.
13.
Wykonuje podstawową księgę znaku
Umie umieścić logo firmy na różnych tłach.
14.
Wykonuje wizytówkę zgodnie ze szkicem lub makietą dostarczoną z drukarni.
Rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie z zasadami kompozycji i typografii
Przygotowuje wizytówkę do wydruku.
15.
Wykonuje projekt graficzny prostego papieru firmowego zgodnie z założeniami.
Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (nagłówek, stopka).
16.
Umieszcza logo i dane teleadresowe we właściwych miejscach na kopercie firmowej.
Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu koperty firmowej wg. wytycznych.
17.
Wykonuje szyld reklamowy zgodnie z wytycznymi (kolorystyka, krój pisma).
18.
Umieszcza elementy graficzne na projektach koszulek.
Umieszcza elementy graficzne na projektach długopisów.
19.
Wykonuje ulotkę reklamową zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem).
20.
Przygotowuje ulotkę reklamową do wydruku (forma uproszczona – określenie formatu, rozdzielczości oraz wymaganego trybu kolorystycznego).
21.
Wykonuje plakat reklamowy zgodnie z wytycznymi.
Stosuje zasady estetyki i typografii przy wykonaniu plakatu reklamowego (w uproszczonej formie).

PO SPEŁNIENIU POWYŻSZYCH WYMOGÓW, UCZEŃ UZYSKUJE OCENĘ DOPUSZCZAJĄCĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

2. OCENA DOSTATECZNA (1+2)

Na ocenę dostateczną z przedmiotu Produkcja Reklamy w Technikum Reklamy (symbol cyfrowy zawodu 333907), uczeń powinien wykazać się podstawowymi umiejętnościami oraz wiedzą, które są niezbędne do zrozumienia i realizacji zadań związanych z szerokorozumianym rynkiem reklamy. Dodatkowy wymóg na ocenę dostateczną to określony (na średnim poziomie) stopień kreatywności w projektowaniu materiałów reklamowych. Pod uwagę brana jest również wyższy stopień znajomości programów graficznych (w porównaniu do oceny dopuszczającej).

Oto podsumowanie wymogów:

1. Podstawowe pojęcia reklamowe:

- Zrozumienie terminologii: Uczeń powinien znać i rozumieć podstawowe pojęcia związane z reklamą, takie jak:
- Cel reklamy: Co chce osiągnąć reklama (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki).
- Grupa docelowa: Kto jest odbiorcą reklamy.
- Nośniki reklamy: Różne formy, w jakich reklama może być prezentowana (np. telewizja, internet, prasa).

2. Rodzaje mediów reklamowych:

Umiejętność klasyfikacji: Uczeń powinien umieć wymienić i krótko opisać różne rodzaje mediów reklamowych, takie jak:

- Telewizja: Jakie są jej zalety i wady.
- Radio: Jakie są jego specyfiki.
- Internet: Różnorodność form reklamy online (np. banery, social media).
- Prasa: Jakie są możliwości reklamy w gazetach i czasopismach.

3. Przygotowanie projektu reklamy:

- Tworzenie prostego projektu: Uczeń powinien być w stanie stworzyć podstawowy projekt reklamy, który obejmuje:
- Wybór nośnika: Jakie medium będzie najlepsze dla danej kampanii.
- Opracowanie przekazu reklamowego: Jakie treści i grafiki będą użyte w reklamie.

4. Dokumentacja reklamowa:

- Znajomość dokumentów: Uczeń powinien znać podstawowe dokumenty związane z produkcją reklamy, takie jak:
- Brief reklamowy: Co to jest i jak się go tworzy.
- Plan kampanii: Jakie elementy powinien zawierać.

5. Zarządzanie kampanią reklamową:

- Podstawowe umiejętności zarządzania: Uczeń powinien rozumieć, jak planować i organizować kampanię reklamową, co obejmuje:
- Planowanie kampanii: Jakie kroki są niezbędne do skutecznego zaplanowania kampanii.
- Realizacja kampanii: Jakie działania są podejmowane w trakcie kampanii.
- Badanie efektywności: Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowej.

6. Kryteria oceny:

- Zrozumienie kryteriów: Uczeń powinien wiedzieć, jakie są kryteria oceny w zakresie produkcji reklamy, w tym:
- Praca w grupie: Jak współpracować z innymi w zespole.
- Prezentacja pomysłów: Jak skutecznie prezentować swoje pomysły i projekty.

7 Bezpieczeństwo i higiena pracy:

- Podstawowe zasady BHP: Uczeń powinien znać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, które są istotne w kontekście produkcji reklam.

8. Kreatywność i innowacyjność

Umiejętność myślenia kreatywnego: Uczeń powinien być w stanie generować pomysły na nowe kampanie reklamowe oraz dostosowywać istniejące pomysły do zmieniających się warunków rynkowych.

Te umiejętności i wiedza powinny być wystarczające, aby uzyskać ocenę dostateczną z przedmiotu produkcja reklamy.

W oparciu o podstawę programową i obowiązujący program nauczania dla przedmiotu Produkcja Reklamy, wyróżnić należy szczegółowe ramy zagadnień, których znajomość wymagana jest dla uzyskania oceny dostatecznej.

Na ocenę DOSTATECZNĄ uczeń:

1.

Zna podstawowe zasady odczytywania dokumentacji technologicznej.

Biegłe odczytuje dokumentację technologiczną.

Zna podstawowe formaty papieru (Szereg A, B i C).

2.

Zna podstawowy opis kolorów:

Opis kolorystyki – tryb kolorystyczny (wymienia i opisuje dwa podstawowe + 1 rozszerzony).

Opis kolorystyki – skład procentowy (podaje zakres od do dla dwóch poszczególnych trybów).

Opis kolorystyki – podaje oznaczenia kolorów i nazwy wzornikowe.

3.

Zna kroje pisma – fonty (ich rodzaje, typy).

Stosuje informacje zawarte w dokumentacji technologicznej.

Odczytuje makiety i szkice wydawnicze.

4.

Rozróżnia podstawowe elementy graficzne takie jak:

Elementy tekstowe, elementy tabelaryczne.

5.

Biegłe stosuje pozyskane informacje w wykonaniu różnych form reklamy.

6.

ZNA NA UMIARKOWANIE WYSOKIM POZIOMIE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z GRAFIKĄ WEKTOROWĄ.

7.

Posiada informacje na temat grafiki wektorowej.

Zna zalety oraz wady grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym wykorzystuje zalety grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym unika wad grafiki wektorowej.

8.

ZNA PODSTAWOWE PROGRAMY DO TWORZENIA GRAFIKI WEKTOROWEJ (CorelDRAW).

Zna rozszerzone funkcje programu do obsługi grafiki wektorowej, umożliwiające wykorzystanie umiejętności niezbędnych do wykonania kreatywnych form reklamy.

Dokonyje rozszerzonych i zaawansowanych modyfikacji na obiektach wektorowych.

9.

Biegłe zapisuje pliki graficzne w popularnych formatach (w zależności od przeznaczenia).

10.

Wykonuje zaawansowany znak graficzny systemu identyfikacji wizualnej, jakim jest Logo – w formie szkicu.

11.
Biegle stosuje zasady kolorystyki w tworzeniu elementów graficznych.
Zna podstawową symbolikę barw oraz potrafi w sposób kreatywny ją zastosować.
12.
Zna i stosuje pole ochronne znaku. Potrafi wytyczyć je na podstawie jednego z elementów znaku.
Kreuje elementy konstrukcyjne logo na podstawie jednostki podstawowej "n".
Stosuje siatkę znaku.
13.
Wykonuje zaawansowaną księgę znaku.
Powinien umieć umieścić logo firmy na różnych tłach.
14.
Wykonuje wizytówkę zgodnie ze szkicem lub makietą dostarczoną z drukarni.
Rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie z zasadami kompozycji i typografii.
Przygotowuje wizytówkę do wydruku. Dokonuje impozycji projektu.
15.
Wykonuje projekt graficzny papieru firmowego zgodnie z zaawansowanymi założeniami.
Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (nagłówek, stopka).
16.
Umieszcza logo i dane teleadresowe we właściwych miejscach na kopercie firmowej.
Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu koperty firmowej wg. wytycznych.
17.
Wykonuje zaawansowany w swej formie graficznej szyld reklamowy zgodnie z wytycznymi (kolorystyka, krój pisma).
18.
Umieszcza elementy graficzne na projektach koszulek w różnych lokalizacjach.
Umieszcza elementy graficzne na projektach długopisów.
Umieszcza elementy graficzne na projektach różnych gadżetów reklamowych.
19.
Wykonuje ulotkę reklamową zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem).
Wykonuje ulotkę reklamową składaną (3xDL) zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem).
20.
Przygotowuje ulotkę reklamową do wydruku (forma średnio zaawansowana – określenie formatu, rozdzielczości, kompresji, spadów oraz wymaganego trybu kolorystycznego).
21.
Wykonuje plakat reklamowy zgodnie z wytycznymi (formaty szeregu A i B).
Stosuje zasady estetyki i typografii przy wykonaniu plakatu reklamowego (w średnio zaawansowanej formie).

PODCZAS TWÓRCZEJ PRACY Z RÓŻNYMI NOŚNIKAMI REKLAMOWYMI, AKTYWNIIE STOSUJE WŁASNĄ KREATYWNOŚĆ, STOPNIOWO PODNOSZĄC JAKOŚĆ WYKONYWANEGO PROJEKTU NA WYŻSZY POZIOM ESTETYKI.

PO SPEŁNIENIU POWYŻSZYCH WYMOGÓW, UCZEŃ UZYSKUJE OCENĘ DOSTATECZNĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

3. OCENA DOBRA (1+2+3)

Na ocenę dobrą z przedmiotu Produkcja Reklamy w Technikum Reklamy (symbol cyfrowy zawodu 333907), uczeń powinien wykazać się zaawansowanymi umiejętnościami oraz wiedzą, które są niezbędne do zrozumienia i realizacji zadań związanych z szerokorozumianym rynkiem reklamy. Dodatkowy wymóg na ocenę dobrą to określony (na zaawansowanym poziomie) stopień kreatywności w projektowaniu materiałów reklamowych. Pod uwagę brany jest również wyższy stopień znajomości programów graficznych (w porównaniu do oceny dostatecznej) oraz analityczne i krytyczne myślenie.

Oto podsumowanie wymogów:

1. Podstawowe pojęcia reklamowe:

- Zrozumienie terminologii: Uczeń powinien znać i rozumieć rozszerzone pojęcia związane z reklamą, takie jak:
- Cel reklamy: Co chce osiągnąć reklama (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki).
- Grupa docelowa: Kto jest odbiorcą reklamy.
- Nośniki reklamy: Różne formy, w jakich reklama może być prezentowana (np. telewizja, internet, prasa, druk).

2. Rodzaje mediów reklamowych:

Umiejętność klasyfikacji: Uczeń powinien umieć wymienić i krótko opisać różne rodzaje mediów reklamowych, takie jak:

- Telewizja: Jakie są jej zalety i wady.
- Radio: Jakie są jego specyfiki.
- Internet: Różnorodność form reklamy online (np. banery, social media).
- Prasa: Jakie są możliwości reklamy w gazetach i czasopismach.

3. Przygotowanie projektu reklamy:

- Tworzenie prostego projektu: Uczeń powinien być w stanie stworzyć podstawowy projekt reklamy, który obejmuje:
- Wybór nośnika: Jakie medium będzie najlepsze dla danej kampanii.
- Opracowanie przekazu reklamowego: Jakie treści i grafiki będą użyte w reklamie.

4. Dokumentacja reklamowa:

- Znajomość dokumentów: Uczeń powinien znać podstawowe dokumenty związane z produkcją reklamy, takie jak:
- Brief reklamowy: Co to jest i jak się go tworzy.
- Plan kampanii: Jakie elementy powinien zawierać.

5. Zarządzanie kampanią reklamową:

- Podstawowe umiejętności zarządzania: Uczeń powinien rozumieć, jak planować i organizować kampanię reklamową, co obejmuje:
- Planowanie kampanii: Jakie kroki są niezbędne do skutecznego zaplanowania kampanii.
- Realizacja kampanii: Jakie działania są podejmowane w trakcie kampanii.
- Badanie efektywności: Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowej.

6. Kryteria oceny:

- Zrozumienie kryteriów: Uczeń powinien wiedzieć, jakie są kryteria oceny w zakresie produkcji reklamy, w tym:
- Praca w grupie: Jak współpracować z innymi w zespole.
- Prezentacja pomysłów: Jak skutecznie prezentować swoje pomysły i projekty.

7 Bezpieczeństwo i higiena pracy:

- Podstawowe zasady BHP: Uczeń powinien znać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, które są istotne w kontekście produkcji reklam.

8. Kreatywność i innowacyjność

Umiejętność myślenia kreatywnego: Uczeń powinien być w stanie generować pomysły na nowe kampanie reklamowe oraz dostosowywać istniejące pomysły do zmieniających się warunków rynkowych.

9 Analiza rynku

Umiejętność analizy: Uczeń powinien umieć przeprowadzać podstawowe analizy rynku, aby lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje grupy docelowej.

Te umiejętności i wiedza powinny być wystarczające, aby uzyskać ocenę dobrą z przedmiotu produkcja reklamy.

W oparciu o podstawę programową i obowiązujący program nauczania dla przedmiotu Produkcja Reklamy, wyróżnić należy szczegółowe ramy zagadnień, których znajomość wymagana jest dla uzyskania oceny dobrej.

Na ocenę **DOBRA** uczeń:

1.

Zna zasady odczytywania dokumentacji technologicznej.

Biegle odczytuje dokumentację technologiczną.

Zna podstawowe formaty papieru (Szereg A, B i C).

2.

Zna zaawansowany opis kolorów:

Opis kolorystyki – tryb kolorystyczny (wymienia i opisuje dwa podstawowe + 2 rozszerzone).

Opis kolorystyki – skład procentowy (podaje zakres od do dla dwóch poszczególnych trybów).

Opis kolorystyki – podaje oznaczenia kolorów i nazwy wzornikowe, potrafi różnicować wzorniki oraz dopasować je do rodzaju papieru, stosowanego w druku.

3.

Zna kroje pisma – fonty (ich rodzaje, typy), potrafi biegle selekcjonować oraz stosować ich rodzaje w poszczególnych projektach (w formie dopasowanej z zachowaniem zasad estetyki).
Stosuje informacje zawarte w dokumentacji technologicznej.
Odczytuje makiety i szkice wydawnicze.

4.

Rozróżnia wszystkie składowe elementy graficzne projektu takie jak:
Elementy tekstowe, elementy tabelaryczne, różne rodzaje map bitowych.

5.

Biegle stosuje pozyskane informacje w wykonaniu różnych form reklamy, na różnych nośnikach i różnych typach mediów. Pracuje z dużym naciskiem na kreatywny rezultat.

6.

ZNA NA WYSOKIM POZIOMIE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z GRAFIKĄ WEKTOROWĄ.

7.

Posiada informacje na temat grafiki wektorowej.

Zna zalety oraz wady grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym wykorzystuje zalety grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym unika wad grafiki wektorowej.

Zna mocne i słabe strony programu CorelDRAW lub innego edytora grafiki wektorowej na którym pracuje.

8.

ZNA PODSTAWOWE PROGRAMY DO TWORZENIA GRAFIKI WEKTOROWEJ.

(CorelDRAW lub Illustrator). Zna rozszerzone funkcje programu do obsługi grafiki wektorowej, umożliwiające wykorzystanie umiejętności niezbędnych do wykonania kreatywnych form reklamy. Dokonuje zaawansowanych modyfikacji na obiektach wektorowych.

9

Biegle zapisuje pliki graficzne w popularnych formatach (w zależności od przeznaczenia).
Potra poprawnie skonfigurować zapis dokumentu PDF w sposób zaawansowany
(Hasła, ustawienia druku).

10.

Wykonuje zaawansowany znak graficzny systemu identyfikacji wizualnej, jakim jest
Logo – w formie precyzyjnego szkicu.

11.

Biegle stosuje zasady kolorystyki w tworzeniu elementów graficznych.
Zna podstawową symbolikę barw oraz potrafi w sposób kreatywny ją zastosować.

12.

Zna i stosuje pole ochronne znaku. Potrafi wytyczyć je na podstawie jednego
z elementów znaku.

Kreuje elementy konstrukcyjne logo na podstawie jednostki podstawowej "n".
Stosuje siatkę znaku.

13.

Wykonuje zaawansowaną księgę znaku.

Powinien umieć umieścić logo firmy na różnych tłach, w różnych układach kompozycyjnych.

14.

Wykonuje wizytówkę zgodnie ze szkicem lub makietą dostarczoną z drukarni.

Rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie z zasadami kompozycji i typografii.

Przygotowuje wizytówkę do wydruku. Dokonuje impozycji projektu.

15.

Wykonuje projekt graficzny papieru firmowego zgodnie z zaawansowanymi założeniami.

Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji
i typografii (nagłówek, stopka).

16.

Wykonuje projekt graficznyteczki ofertowej zgodnie z zaawansowanymi założeniami.

Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji
i typografii (układteczki, rodzaj wykrojnika).

17

Umieszcza logo i dane teleadresowe we właściwych miejscach na kopercie firmowej.

Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu koperty firmowej wg. wytycznych.

18.

Wykonuje zaawansowany w swej formie graficznej szyld reklamowy zgodnie
z wytycznymi (kolorystyka, krój pisma).

19

Umieszcza elementy graficzne na projektach koszulek w różnych lokalizacjach.

Umieszcza elementy graficzne na projektach długopisów.

Umieszcza elementy graficzne na projektach różnych gadżetów reklamowych.

20.

Wykonuje ulotki reklamowe zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem),
format A6, A5 i DL. Wykonuje ulotkę reklamową składaną (3xDL) zgodnie z dostarczoną
w formie cyfrowej makietą (szablonem).

21.

Przygotowuje ulotkę reklamową do wydruku (forma zaawansowana – określenie formatu, rozdzielczości, kompresji, spadów oraz wymaganego trybu kolorystycznego).

22.

Wykonuje plakat reklamowy zgodnie z wytycznymi (formaty szeregu A i B).

Stosuje zasady estetyki i typografii przy wykonaniu plakatu reklamowego

(w zaawansowanej formie, z uwzględnieniem wysokiego poziomu estetyki projektu).

PODCZAS TWÓRCZEJ PRACY Z RÓŻNYMI NOŚNIKAMI REKLAMOWYMI, AKTYWNIESTOSUJE WŁASNĄ KREATYWNOŚĆ, STOPNIOWO PODNOSZĄC JAKOŚĆ WYKONYWANEGO PROJEKTU NA WYŻSZY POZIOM ESTETYKI.

PO SPEŁNIENIU POWYŻSZYCH WYMOGÓW, UCZEŃ UZYSKUJE OCENĘ DOBRĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

4. OCENA BARDZO DOBRA (1+2+3+4)

Na ocenę bardzo dobrą z przedmiotu Produkcja Reklamy w Technikum Reklamy (symbol cyfrowy zawodu 333907), uczeń powinien wykazać się ponadprzeciętnymi umiejętnościami oraz wiedzą, które są niezbędne do zrozumienia i realizacji zadań związanych z szerokokorozumianym rynkiem reklamy. Dodatkowy wymóg na ocenę bardzo dobrą to określony (na zaawansowanym i ponadprzeciętnym poziomie) stopień kreatywności w projektowaniu materiałów reklamowych. Pod uwagę brany jest również bardzo wysoki stopień znajomości programów graficznych (w porównaniu do oceny dobrej) oraz analityczne i krytyczne myślenie.

Oto podsumowanie wymogów:

1. Podstawowe pojęcia reklamowe:

- Zrozumienie terminologii: Uczeń powinien znać i rozumieć rozszerzone pojęcia związane z reklamą, takie jak:
- Cel reklamy: Co chce osiągnąć reklama (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki).
- Grupa docelowa: Kto jest odbiorcą reklamy.
- Nośniki reklamy: Różne formy, w jakich reklama może być prezentowana (np. telewizja, internet, prasa, druk).

2. Rodzaje mediów reklamowych:

Umiejętność klasyfikacji: Uczeń powinien umieć wymienić i krótko opisać różne rodzaje mediów reklamowych, takie jak:

- Telewizja: Jakie są jej zalety i wady.
- Radio: Jakie są jego specyfiki.
- Internet: Różnorodność form reklamy online (np. banery, social media).
- Prasa: Jakie są możliwości reklamy w gazetach i czasopismach.

3. Przygotowanie projektu reklamy:

- Tworzenie projektu: Uczeń powinien być w stanie stworzyć zaawansowany (technicznie, kompozycyjnie, estetycznie) projekt reklamy, który obejmuje:
- Wybór nośnika: Jakie medium będzie najlepsze dla danej kampanii.
- Opracowanie przekazu reklamowego: Jakie treści i grafiki będą użyte w reklamie.

4. Dokumentacja reklamowa:

- Znajomość dokumentów: Uczeń powinien znać podstawowe dokumenty związane z produkcją reklamy, takie jak:
- Brief reklamowy: Co to jest i jak się go tworzy.
- Plan kampanii: Jakie elementy powinien zawierać.

5. Zarządzanie kampanią reklamową:

- Podstawowe umiejętności zarządzania: Uczeń powinien rozumieć, jak planować i organizować kampanię reklamową, co obejmuje:
- Planowanie kampanii: Jakie kroki są niezbędne do skutecznego zaplanowania kampanii.
- Realizacja kampanii: Jakie działania są podejmowane w trakcie kampanii.
- Badanie efektywności: Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowej.

6. Kryteria oceny:

- Zrozumienie kryteriów: Uczeń powinien wiedzieć, jakie są kryteria oceny w zakresie produkcji reklamy, w tym:
- Praca w grupie: Jak współpracować z innymi w zespole.
- Prezentacja pomysłów: Jak skutecznie prezentować swoje pomysły i projekty.

7 Bezpieczeństwo i higiena pracy:

- Podstawowe zasady BHP: Uczeń powinien znać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, które są istotne w kontekście produkcji reklam.

8. Kreatywność i innowacyjność

Umiejętność myślenia kreatywnego: Uczeń powinien być w stanie generować pomysły na nowe kampanie reklamowe oraz dostosowywać istniejące pomysły do zmieniających się warunków rynkowych.

9 Analiza rynku

Umiejętność analizy: Uczeń powinien umieć przeprowadzać podstawowe analizy rynku, aby lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje grupy docelowej.

Te umiejętności i wiedza powinny być wystarczające, aby uzyskać ocenę dobrą z przedmiotu produkcja reklamy.

W oparciu o podstawę programową i obowiązujący program nauczania dla przedmiotu Produkcja Reklamy, wyróżnić należy szczegółowe ramy zagadnień, których znajomość wymagana jest dla uzyskania oceny bardzo dobrej.

Na ocenę BARDZO DOBRĄ uczeń:

1.

Zna zasady odczytywania dokumentacji technologicznej.

Biegle odczytuje dokumentację technologiczną.

Zna podstawowe formaty papieru (Szereg A, B i C).

2.

Zna zaawansowany opis kolorów:

Opis kolorystyki – tryb kolorystyczny (wymienia i opisuje dwa podstawowe + 2 rozszerzone).

Opis kolorystyki – skład procentowy (podaje zakres od do dla dwóch poszczególnych trybów).

Opis kolorystyki – podaje oznaczenia kolorów i nazwy wzornikowe, potrafi różnicować wzorniki oraz dopasować je do rodzaju papieru, stosowanego w druku.

Potrafi dodać do projektu tzw. kolory dodatkowe (spotowe).

3.

Zna kroje pisma – fonty (ich rodzaje, typy), potrafi je biegle selekcjonować oraz stosować ich rodzaje w poszczególnych projektach (w formie dopasowanej z zachowaniem zasad estetyki). Stosuje informacje zawarte w dokumentacji technologicznej.

Odczytuje makiety i szkice wydawnicze.

4.

Rozróżnia wszystkie składowe elementy graficzne projektu takie jak:

Elementy tekstowe, elementy tabelaryczne, różne rodzaje map bitowych.

5.

Biegle stosuje pozyskane informacje w wykonaniu różnych form reklamy, na różnych nośnikach i różnych typach mediów. Pracuje z dużym naciskiem na kreatywny rezultat.

6.

ZNA NA WYSOKIM POZIOMIE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z GRAFIKĄ WEKTOROWĄ.

7.

Posiada informacje na temat grafiki wektorowej.

Zna zalety oraz wady grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym wykorzystuje zalety grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym unika wad grafiki wektorowej.

Zna mocne i słabe strony programu CorelDRAW lub innego edytora grafiki wektorowej na którym pracuje.

8.

BIEGLE OBSŁUGUJE PROGRAMY DO TWORZENIA GRAFIKI WEKTOROWEJ I RASTROWEJ.

(CorelDRAW lub Illustrator, Gimp, Photoschop). Zna rozszerzone funkcje programów do obsługi grafiki wektorowej, umożliwiające wykorzystanie umiejętności niezbędnych do wykonania kreatywnych form reklamy. Dokonuje zaawansowanych modyfikacji na obiektach wektorowych.

Potra fi poślugiwać się w stopniu zaawansowanym programami do obsługi grafiki rastrowej.

9

Biegle zapisuje pliki graficzne w popularnych formatach (w zależności od przeznaczenia). Potra fi poprawnie skonfigurować zapis dokumentu PDF w sposób zaawansowany (Hasła, ustawienia druku, profile).

10.

Wykonuje zaawansowany znak graficzny systemu identyfikacji wizualnej, jakim jest Logo – w formie precyzyjnego szkicu.

11.

Biegle stosuje zasady kolorystyki w tworzeniu elementów graficznych. Zna podstawową symbolikę barw oraz potra fi w sposób kreatywny ją zastosować.

12.

Zna i stosuje pole ochronne znaku. Potra fi wytyczyć je na podstawie jednego z elementów znaku.

Kreuje elementy konstrukcyjne logo na podstawie jednostki podstawowej "n". Stosuje siatkę znaku.

13.

Wykonuje zaawansowaną księgę znaku, zawierającą wszystkie wymagane oraz dodatkowe elementy. Powinien umieć umieścić logo firmy na różnych tłach, w różnych układach kompozycyjnych.

14.

Wykonuje wizytówkę zgodnie ze szkicem lub makietą dostarczoną z drukarni. Rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie z zasadami kompozycji i typografii. Przygotowuje wizytówkę do wydruku. Dokonuje impozycji projektu.

15.

Wykonuje projekt graficzny papieru firmowego zgodnie z zaawansowanymi założeniami. Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (nagłówek, stopka).

16.

Wykonuje projekt graficznyteczki ofertowej zgodnie z zaawansowanymi założeniami. Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (układteczki, rodzaj wykrojnika).

17

Umieszcza logo i dane teleadresowe we właściwych miejscach na kopercie firmowej. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu koperty firmowej wg. wytycznych.

18.

Wykonuje zaawansowany w swej formie graficznej sztyl reklamowy zgodnie z wytycznymi (kolorystyka, krój pisma, kompozycja).

19.

Umieszcza elementy graficzne na projektach koszulek w różnych lokalizacjach.

Umieszcza elementy graficzne na projektach długopisów.

Umieszcza elementy graficzne na projektach przeznaczonych do nadruku (odzież).

Umieszcza elementy graficzne na projektach różnych gadżetów reklamowych.

20.

Wykonuje ulotki reklamowe zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem), format A6, A5 i DL. Wykonuje ulotkę reklamową składaną (3xDL) zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem).

21.

Przygotowuje ulotkę reklamową do wydruku (forma zaawansowana – określenie formatu, rozdzielczości, kompresji, spadów oraz wymaganego trybu kolorystycznego).

22.

Wykonuje plakat reklamowy zgodnie z wytycznymi (formaty szeregu A i B).

Stosuje zasady estetyki i typografii przy wykonaniu plakatu reklamowego

(w zaawansowanej formie, z uwzględnieniem wysokiego poziomu estetyki projektu).

PODCZAS TWÓRCZEJ PRACY Z RÓŻNYMI NOŚNIKAMI REKLAMOWYMI, AKTYWNI STOSUJE WŁASNĄ KREATYWNOŚĆ, STOPNIOWO PODNOSZĄC JAKOŚĆ WYKONYWANEGO PROJEKTU NA WYŻSZY POZIOM ESTETYKI.

UCZEŃ NA OCENĘ BARDZO DOBRĄ JEST W STANIE WYKONAĆ ZAAWANSOWANY TECHNICZNIE PROJEKT DOWOLNEGO NOŚNIKA REKLAMOWEGO, KTÓREGO POZIOM ESTETYKI BĘDZIE PONADPRZECIĘTNY A POPRAWNOŚĆ WYKONANIA NIE BĘDZIE NICZYM ODBIEGAĆ OD PROFESJONALNYCH ROZWIĄZAŃ KOMERCYJNYCH.

POWINIEN RÓWNIEŻ MIEĆ ZDOLNOŚĆ SPOJRZENIA KRYTYCZNEGO NA WYKONANE PRZEZ SIEBIE OPRACOWANIA, POWINIEN ANALIZOWAĆ ODDZIAŁYWANIE NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH NA ŚRODOWISKO ORAZ PRZESTRZEŃ WOKÓŁ NIEGO.

PO SPEŁNIENIU POWYŻSZYCH WYMOGÓW, UCZEŃ UZYSKUJE OCENĘ BARDZO DOBRĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

5. OCENA CELUJĄCA (1+2+3+4+5)

Na ocenę celującą z przedmiotu Produkcja Reklamy w Technikum Reklamy (symbol cyfrowy zawodu 333907), uczeń powinien wykazać się ponadprzeciętnymi umiejętnościami oraz przekraczającą zakres programu nauczania wiedzą, które są niezbędne do zrozumienia i realizacji zadań związanych z szerokorozumianym rynkiem reklamy. Dodatkowy wymóg na ocenę celującą to określony (na zaawansowanym i ponadprzeciętnym poziomie) stopień kreatywności w projektowaniu materiałów reklamowych. Pod uwagę brany jest również bardzo wysoki stopień znajomości programów graficznych (w porównaniu do oceny bardzo dobrej) oraz analityczne i krytyczne myślenie.

Oto podsumowanie wymogów:

1. Podstawowe pojęcia reklamowe:

- Zrozumienie terminologii: Uczeń powinien znać i rozumieć rozszerzone pojęcia związane z reklamą, takie jak:
- Cel reklamy: Co chce osiągnąć reklama (np. zwiększenie sprzedaży, budowanie marki).
- Grupa docelowa: Kto jest odbiorcą reklamy.
- Nośniki reklamy: Różne formy, w jakich reklama może być prezentowana (np. telewizja, internet, prasa, druk).

2. Rodzaje mediów reklamowych:

Umiejętność klasyfikacji: Uczeń powinien umieć wymienić i krótko opisać różne rodzaje mediów reklamowych, takie jak:

- Telewizja: Jakie są jej zalety i wady.
- Radio: Jakie są jego specyfiki.
- Internet: Różnorodność form reklamy online (np. banery, social media).
- Prasa: Jakie są możliwości reklamy w gazetach i czasopismach.

3. Przygotowanie projektu reklamy:

- Tworzenie projektu: Uczeń powinien być w stanie stworzyć zaawansowany (technicznie, kompozycyjnie, estetycznie) projekt reklamy, który obejmuje:
- Wybór nośnika: Jakie medium będzie najlepsze dla danej kampanii.
- Opracowanie przekazu reklamowego: Jakie treści i grafiki będą użyte w reklamie.

4. Dokumentacja reklamowa:

- Znajomość dokumentów: Uczeń powinien znać podstawowe dokumenty związane z produkcją reklamy, takie jak:
- Brief reklamowy: Co to jest i jak się go tworzy.
- Plan kampanii: Jakie elementy powinien zawierać.

5. Zarządzanie kampanią reklamową:

- Podstawowe umiejętności zarządzania: Uczeń powinien rozumieć, jak planować i organizować kampanię reklamową, co obejmuje:
- Planowanie kampanii: Jakie kroki są niezbędne do skutecznego zaplanowania kampanii.
- Realizacja kampanii: Jakie działania są podejmowane w trakcie kampanii.
- Badanie efektywności: Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowej.

6. Kryteria oceny:

- Zrozumienie kryteriów: Uczeń powinien wiedzieć, jakie są kryteria oceny w zakresie produkcji reklamy, w tym:
- Praca w grupie: Jak współpracować z innymi w zespole.
- Prezentacja pomysłów: Jak skutecznie prezentować swoje pomysły i projekty.

7 Bezpieczeństwo i higiena pracy:

- Podstawowe zasady BHP: Uczeń powinien znać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy, które są istotne w kontekście produkcji reklam.

8. Kreatywność i innowacyjność

Umiejętność myślenia kreatywnego: Uczeń powinien być w stanie generować pomysły na nowe kampanie reklamowe oraz dostosowywać istniejące pomysły do zmieniających się warunków rynkowych.

9 Analiza rynku

Umiejętność analizy: Uczeń powinien umieć przeprowadzać podstawowe analizy rynku, aby lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje grupy docelowej.

Te umiejętności i wiedza powinny być wystarczające, aby uzyskać ocenę dobrą z przedmiotu produkcja reklamy.

W oparciu o podstawę programową i obowiązujący program nauczania dla przedmiotu Produkcja Reklamy, wyróżnić należy szczegółowe ramy zagadnień, których znajomość wymagana jest dla uzyskania oceny celującej.

Na ocenę CELUJĄCĄ uczeń:

1.

Zna zasady odczytywania dokumentacji technologicznej.

Biegle odczytuje dokumentację technologiczną.

Zna podstawowe formaty papieru (Szereg A, B i C).

2.

Zna zaawansowany opis kolorów:

Opis kolorystyki – tryb kolorystyczny (wymienia i opisuje dwa podstawowe + 2 rozszerzone).

Opis kolorystyki – skład procentowy (podaje zakres od do dla dwóch poszczególnych trybów).

Opis kolorystyki – podaje oznaczenia kolorów i nazwy wzornikowe, potrafi różnicować wzorniki oraz dopasować je do rodzaju papieru, stosowanego w druku.

Potrafi dodać do projektu tzw. kolory dodatkowe (spotowe).

3.

Zna kroje pisma – fonty (ich rodzaje, typy), potrafi je biegle selekcjonować oraz stosować ich rodzaje w poszczególnych projektach (w formie dopasowanej z zachowaniem zasad estetyki). Stosuje informacje zawarte w dokumentacji technologicznej.

Odczytuje makiety i szkice wydawnicze.

4.

Rozróżnia wszystkie składowe elementy graficzne projektu takie jak:

Elementy tekstowe, elementy tabelaryczne, różne rodzaje map bitowych.

5.

Biegle stosuje pozyskane informacje w wykonaniu różnych form reklamy, na różnych nośnikach i różnych typach mediów. Pracuje z dużym naciskiem na kreatywny rezultat.

6.

ZNA NA WYSOKIM POZIOMIE ZAGADNIENIA ZWIĄZANE Z GRAFIKĄ WEKTOROWĄ.

7.

Posiada informacje na temat grafiki wektorowej.

Zna zalety oraz wady grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym wykorzystuje zalety grafiki wektorowej.

W stopniu zaawansowanym unika wad grafiki wektorowej.

Zna mocne i słabe strony programu CorelDRAW lub innego edytora grafiki wektorowej na którym pracuje.

8.

BIEGLE OBSŁUGUJE PROGRAMY DO TWORZENIA GRAFIKI WEKTOROWEJ I RASTROWEJ.

(CorelDRAW lub Illustrator, Gimp, Photoschop). Zna rozszerzone funkcje programów do obsługi grafiki wektorowej, umożliwiające wykorzystanie umiejętności niezbędnych do wykonania kreatywnych form reklamy. Dokonuje zaawansowanych modyfikacji na obiektach wektorowych.

Potra fi poślugiwać się w stopniu zaawansowanym programami do obsługi grafiki rastrowej.

9

Biegle zapisuje pliki graficzne w popularnych formatach (w zależności od przeznaczenia). Potra fi poprawnie skonfigurować zapis dokumentu PDF w sposób zaawansowany (Hasła, ustawienia druku, profile).

10.

Wykonuje zaawansowany znak graficzny systemu identyfikacji wizualnej, jakim jest Logo – w formie precyzyjnego szkicu.

11.

Biegle stosuje zasady kolorystyki w tworzeniu elementów graficznych. Zna podstawową symbolikę barw oraz potra fi w sposób kreatywny ją zastosować.

12.

Zna i stosuje pole ochronne znaku. Potra fi wytyczyć je na podstawie jednego z elementów znaku.

Kreuje elementy konstrukcyjne logo na podstawie jednostki podstawowej "n". Stosuje siatkę znaku.

13.

Wykonuje zaawansowaną księgę znaku, zawierającą wszystkie wymagane oraz dodatkowe elementy. Powinien umieć umieścić logo firmy na różnych tłach, w różnych układach kompozycyjnych.

14.

Wykonuje wizytówkę zgodnie ze szkicem lub makietą dostarczoną z drukarni. Rozmieszcza elementy wizytówki zgodnie z zasadami kompozycji i typografii. Przygotowuje wizytówkę do wydruku. Dokonuje impozycji projektu.

15.

Wykonuje projekt graficzny papieru firmowego zgodnie z zaawansowanymi założeniami. Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (nagłówek, stopka).

16.

Wykonuje projekt graficznyteczki ofertowej zgodnie z zaawansowanymi założeniami. Dokonuje rozmieszczania danych teleadresowych i logo zgodnie z zasadami kompozycji i typografii (układteczki, rodzaj wykrojnika).

17

Umieszcza logo i dane teleadresowe we właściwych miejscach na kopercie firmowej. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu koperty firmowej wg. wytycznych.

18.

Wykonuje zaawansowany w swej formie graficznej szyld reklamowy zgodnie z wytycznymi (kolorystyka, krój pisma, kompozycja).

19.

Umieszcza elementy graficzne na projektach koszulek w różnych lokalizacjach.

Umieszcza elementy graficzne na projektach długopisów.

Umieszcza elementy graficzne na projektach przeznaczonych do nadruku (odzież).

Umieszcza elementy graficzne na projektach różnych gadżetów reklamowych.

20.

Wykonuje ulotki reklamowe zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem), format A6, A5 i DL. Wykonuje ulotkę reklamową składaną (3xDL) zgodnie z dostarczoną w formie cyfrowej makietą (szablonem).

21.

Przygotowuje ulotkę reklamową do wydruku (forma zaawansowana – określenie formatu, rozdzielczości, kompresji, spadów oraz wymaganego trybu kolorystycznego).

22.

Wykonuje plakat reklamowy zgodnie z wytycznymi (formaty szeregu A i B).

Stosuje zasady estetyki i typografii przy wykonaniu plakatu reklamowego

(w zaawansowanej formie, z uwzględnieniem wysokiego poziomu estetyki projektu).

PODCZAS TWÓRCZEJ PRACY Z RÓŻNYMI NOŚNIKAMI REKLAMOWYMI, AKTYWNIIE STOSUJE WŁASNĄ KREATYWNOŚĆ, UTRZYMUJĄC JAKOŚĆ WYKONYWANEGO PROJEKTU NA NAJWYŻSZYM POZIOMIE ESTETYKI.

UCZEŃ NA OCENĘ CELUJĄCĄ JEST W STANIE WYKONAĆ ZAAWANSOWANY TECHNICZNIE PROJEKT DOWOLNEGO NOŚNIKA REKLAMOWEGO, KTÓREGO POZIOM ESTETYKI BĘDZIE PONADPRZECIĘTNY A POPRAWNOŚĆ WYKONANIA NIE BĘDZIE NICZYM ODBIEGAĆ OD PROFESJONALNYCH ROZWIĄZAŃ KOMERCYJNYCH LUB BĘDZIE JE PRZEWYŻSZAĆ.

UCZEŃ NA OCENĘ CELUJĄCĄ POWINIEN RÓWNIEŻ MIEĆ ZDOLNOŚĆ SPOJRZENIA KRYTYCZNEGO NA WYKONANE PRZEZ SIEBIE OPRACOWANIA, POWINIEN ANALIZOWAĆ ODDZIAŁYWANIE NOŚNIKÓW REKLAMOWYCH NA ŚRODOWISKO ORAZ PRZESTRZEŃ WOKÓŁ NIEGO. WYSOKIE ZNACZENIE MA RÓWNIEŻ ANALIZA REALIZOWANYCH OPRACOWAŃ POD KONTEM MORALNYM (JEŚLI CHARAKTER PRACY JEST TEMATYCZNIE KONTROWERSYJNY).

PODSUMOWUJĄC - UCZEŃ NA OCENĘ CELUJĄCĄ DALECE WYPRZEDZA PRZYJĘTY PROGRAM NAUCZANIA POD KONTEM UMIEJĘTNOŚCI ORAZ KREATYWNEGO MYŚLENIA.

PO SPEŁNIENIU POWYŻSZYCH WYMOGÓW, UCZEŃ UZYSKUJE OCENĘ CELUJĄCĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

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.**