



**Zespół Szkół
Ponadpodstawowych
w Zgorzelcu**

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY SZKOLNE

SYMBOL CYFROWY ZAWODU: 333907

**PRZEDMIOT:
PRODUKCJA REKLAMY**

**KLASA III
TECHNIKUM REKLAMY**

**WYMAGANIA OBOWIĄZUJĄ
W ROKU SZKOLNYM 2026-2027**

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

1. OCENA DOPUSZCZAJĄCA (1)

Aby uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy uzyskał ocenę dopuszczającą z przedmiotu Produkcja reklamy, powinien wykazać się podstawowymi umiejętnościami i wiedzą, które pozwalają mu na realizację prostych zadań związanych z tworzeniem podstawowych projektów reklamowych. Oto szczegółowy opis umiejętności i wiedzy, które powinien posiadać uczeń:

1. Podstawowa wiedza o reklamie:

- Uczeń powinien znać definicję reklamy i umieć wymienić jej główne cele, takie jak informowanie, przekonywanie oraz przypominanie o produktach i usługach.
- Powinien rozumieć różne rodzaje reklamy, takie jak reklama drukowana, internetowa, telewizyjna oraz outdoorowa, i potrafić wskazać różnice między nimi.

2. Zrozumienie procesu tworzenia reklamy:

- Uczeń powinien znać podstawowe etapy tworzenia kampanii reklamowej, w tym analizę rynku, określenie grupy docelowej oraz ustalenie celów kampanii.
- Powinien być w stanie wskazać podstawowe elementy reklamy, takie jak tekst, grafika, hasło reklamowe oraz zrozumieć ich rolę w przekazie reklamowym.

3. Umiejętności praktyczne:

- Uczeń powinien potrafić stworzyć prostą koncepcję reklamy, na przykład plakat lub ulotkę, na podstawie dostarczonych wytycznych. Powinien umieć zastosować podstawowe zasady kompozycji, takie jak układ elementów, dobór kolorów i czcionek.
- Powinien znać podstawowe narzędzia do tworzenia grafiki, takie jak Canva czy GIMP, oraz umieć z nich korzystać do realizacji prostych projektów graficznych.

4. Analiza i krytyka reklam:

- Uczeń powinien umieć zidentyfikować podstawowe elementy reklamy i ocenić, czy dana reklama spełnia swoje cele, choć jego analizy mogą być na poziomie podstawowym.
- Powinien rozumieć wpływ reklamy na konsumentów oraz potrafić wskazać przynajmniej jeden element, który można poprawić w danej reklamie.

5. Zrozumienie etyki w reklamie:

- Uczeń powinien mieć podstawową świadomość etycznych aspektów reklamy, takich jak unikanie wprowadzania w błąd konsumentów, oraz rozumieć, dlaczego jest to ważne w kontekście reklamy.

6. Współpraca w grupie:

- Uczeń powinien umieć pracować w grupie, dzielić się pomysłami oraz aktywnie uczestniczyć w dyskusjach dotyczących produkcji reklam. Powinien być otwarty na krytykę i potrafić przyjąć sugestie od innych członków grupy.

7. Prezentacja pomysłów:

- Uczeń powinien być w stanie zaprezentować swoje pomysły w sposób zrozumiały dla innych, chociaż niekoniecznie na wysokim poziomie profesjonalizmu. Powinien umieć przedstawić swoje projekty, nawet jeżeli jego umiejętności prezentacyjne są na poziomie podstawowym.

8. Podstawowe umiejętności techniczne:

- Powinien mieć podstawową wiedzę na temat formatów plików graficznych oraz ich zastosowania w reklamie, co pomoże mu w przygotowywaniu materiałów reklamowych.

Podsumowując, uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy na ocenę dopuszczającą z przedmiotu Produkcja reklamy powinien wykazywać się podstawową wiedzą teoretyczną oraz umiejętnościami praktycznymi, które pozwolą mu na zrozumienie i realizację prostych projektów reklamowych. Kluczowe jest, aby potrafił rozpoznać podstawowe zasady działania reklamy oraz miał świadomość jej roli w komunikacji marketingowej, mimo że jego umiejętności mogą być ograniczone. Uczeń powinien być w stanie wykonać podstawowe zadania związane z produkcją reklamy oraz współpracować z innymi w tym procesie.

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. Posiada podstawową wiedzę o Grafice rastrowej.
2. Pracuje z grafiką rastrową – poziom podstawowy.
3. Potrafi określić rozdzielczość obrazu rastrowego.
4. Poprawnie wykona selekcję elementów na bitmapie.
5. Opracuje prosty obraz rastrowy zgodnie z wymaganiami technologicznymi.
6. Opracuje obraz rastrowy zgodnie z przeznaczeniem (internet, druk).
7. Wykona prosty retusz fotografii.
8. Zastosuje kilka najbardziej popularnych efektów w grafice rastrowej (cień, winieta, rozmycie, krycie obiektu).
9. Przygotuje bitmapę do umieszczenia w materiałach przeznaczonych do druku.
10. Określa podstawowe parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej.
11. Wykona prosty projekt billboardu na podstawie briefu kreatywnego.
12. Wykona prosty projekt citylightu na podstawie briefu kreatywnego.
13. Wykona prosty projekt baniera na podstawie briefu kreatywnego.
14. Wykona prosty projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
15. Wykona prosty projekt citylightu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
16. Wykona prosty projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
17. Stosuje podstawowe wytyczne techniczne do wykonania projektów nośników reklamy zewnętrznej przeznaczonych do druku cyfrowego.
18. Zna podstawowe zasady wykonywania banerów internetowych.
19. Wykona prosty baner internetowy na stronę www wg. wytycznych technologicznych.
20. Umieści wykonany baner w internecie.
21. Zna podstawowe cechy materiałów POS.

22. Dobiera formy materiałów POS z punktu widzenia przewidywanych zachowań konsumenta.
23. Wykona projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie wytycznych.
24. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS w programie graficznym.
25. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS z uwzględnieniem wytycznych.
26. Zna podstawową charakterystykę innych nośników reklamy zewnętrznej.
27. Wykona prosty projekt nośnika reklamy – pylon.
28. Wykona prosty projekt nośnika reklamy – totem reklamowy.
29. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej w programie graficznym.
30. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej z uwzględnieniem wytycznych.
31. Zna podstawowe zagadnienia teoretyczne dotyczące reklamy internetowej.
32. Wykona element przekazu reklamowego do zamieszczenia w witrynie internetowej.
33. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych.
34. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia na portalach internetowych.
35. Wykona reklamę internetową na podstawie makiety lub innego opisu technologicznego.

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

2. OCENA DOSTATECZNA (1+2)

Aby uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy uzyskał ocenę dostateczną z przedmiotu Produkcja reklamy, powinien posiadać zestaw umiejętności oraz wiedzy, które pozwalają na realizację podstawowych zadań związanych z tworzeniem i analizowaniem materiałów reklamowych. Oto szczegółowy opis, co powinien umieć uczeń na ocenę dostateczną:

1. Podstawowa wiedza o reklamie:

- Uczeń powinien znać definicję reklamy oraz jej główne cele, takie jak informowanie, przekonywanie, przypominanie o produktach i usługach.
- Powinien umieć wymienić różne rodzaje reklamy, takie jak reklama drukowana, telewizyjna, internetowa oraz outdoorowa, i rozumieć, jakie są ich podstawowe cechy i zastosowania.

2. Zrozumienie procesu tworzenia reklamy:

- Uczeń powinien znać podstawowe etapy tworzenia kampanii reklamowej, takie jak analiza rynku, określenie grupy docelowej, ustalanie celów kampanii oraz planowanie działań reklamowych.
- Powinien być w stanie wskazać kluczowe elementy reklamy, takie jak tekst, grafika, hasło reklamowe, oraz rozumieć ich rolę w przekazie reklamowym.

3. Umiejętności praktyczne:

- Uczeń powinien potrafić stworzyć prostą koncepcję reklamy, na przykład plakat lub ulotkę, na podstawie dostarczonych wytycznych. Powinien umieć zastosować podstawowe zasady kompozycji, takie jak układ elementów, dobór kolorów oraz czcionek.
- Powinien znać i umieć korzystać z podstawowych narzędzi do tworzenia grafiki, takich jak Canva, GIMP czy inne programy do edycji graficznej, aby realizować proste projekty.

4. Analiza i krytyka reklam:

- Uczeń powinien umieć zidentyfikować podstawowe elementy reklamy i ocenić, czy dana reklama spełnia swoje cele. Powinien być w stanie wskazać przynajmniej jeden element, który można poprawić w danej reklamie.
- Powinien rozumieć, jak reklama wpływa na konsumentów i potrafić omówić, jakie emocje lub reakcje może wywołać.

5. Zrozumienie etyki w reklamie:

- Uczeń powinien mieć podstawową świadomość etycznych aspektów reklamy, takich jak unikanie wprowadzania w błąd konsumentów oraz poszanowanie praw konsumentów. Powinien umieć wymienić przykłady nieetycznych praktyk w reklamie i zrozumieć, dlaczego są one problematyczne.

6. Współpraca w grupie:

- Uczeń powinien umieć pracować w grupie, dzielić się pomysłami, a także aktywnie uczestniczyć w dyskusjach dotyczących produkcji reklam. Powinien być otwarty na krytykę i potrafić przyjąć sugestie od innych członków grupy.
- Powinien być w stanie pełnić różne role w zespole, takie jak pomysłodawca, wykonawca czy recenzent.

7. Prezentacja pomysłów:

- Uczeń powinien być w stanie zaprezentować swoje pomysły w sposób zrozumiały dla innych, chociaż niekoniecznie w sposób bardzo profesjonalny. Powinien umieć przedstawić swoje projekty, wskazując na ich główne założenia i cele.

8. Podstawowe umiejętności techniczne:

- Uczeń powinien mieć podstawową wiedzę na temat formatów plików graficznych oraz ich zastosowania w reklamie, co pomoże mu w przygotowywaniu materiałów reklamowych.

Podsumowując, uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy na ocenę dostateczną z przedmiotu Produkcja reklamy powinien wykazywać się podstawową wiedzą teoretyczną oraz umiejętnościami praktycznymi, które pozwolą mu na zrozumienie i realizację prostych projektów reklamowych. Kluczowe jest, aby potrafił rozpoznać podstawowe zasady działania reklamy oraz miał świadomość jej roli w komunikacji marketingowej, mimo że jego umiejętności mogą być ograniczone. Uczeń powinien być w stanie wykonać podstawowe zadania związane z produkcją reklamy oraz współpracować z innymi w tym procesie.

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. Posiada rozszerzoną wiedzę o Grafice rastrowej.
2. Pracuje z grafiką rastrową – poziom rozszerzony.
3. Potrafi precyzyjnie określić rozdzielczość obrazu rastrowego.
4. Poprawnie wykona selekcję elementów na bitmapie – co najmniej dwoma technikami.
5. Opracuje zaawansowany obraz rastrowy zgodnie z wymaganiami technologicznymi.
6. Opracuje obraz rastrowy zgodnie z przeznaczeniem (druk, www, serwisy społecznościowe).
7. Wykona zaawansowany retusz fotografii.
8. Zastosuje kilka najbardziej popularnych efektów w grafice rastrowej (cień, winieta, rozmycie, krycie obiektu, zniekształcenia, edycja oraz zmiana koloru).
9. Przygotuje bitmapę do umieszczenia w materiałach przeznaczonych do druku.
10. Określa parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej.
11. Wykona projekt billboardu na podstawie briefu kreatywnego.
12. Wykona projekt citylightu na podstawie briefu kreatywnego.
13. Wykona projekt bannera na podstawie briefu kreatywnego.
14. Wykona projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
15. Wykona projekt citylightu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
16. Wykona projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
17. Stosuje podstawowe wytyczne techniczne do wykonania projektów nośników reklamy zewnętrznej przeznaczonych do druku cyfrowego.
18. Zna zasady wykonywania banerów internetowych.
19. Wykona baner internetowy na stronę www wg. wytycznych technologicznych.
20. Umieści wykonany baner w serwisie www oraz na stronach mediów społecznościowych.
21. Zna cechy materiałów POS.

22. Dobiera formy materiałów POS z punktu widzenia przewidywanych zachowań konsumenta.
23. Wykona projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie wytycznych.
24. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS w programie graficznym.
25. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS z uwzględnieniem wytycznych.
26. Zna charakterystykę większości nośników reklamy zewnętrznej.
27. Wykona projekt nośnika reklamy – pylon.
28. Wykona projekt nośnika reklamy – totem reklamowy.
29. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej w programie graficznym.
30. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej z uwzględnieniem wytycznych.
31. Zna zagadnienia teoretyczne dotyczące reklamy internetowej.
32. Wykona element przekazu reklamowego do zamieszczenia w witrynie internetowej.
33. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych.
34. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia na portalach internetowych.
35. Wykona reklamę internetową na podstawie makiety lub innego opisu technologicznego.

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)

Aby uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy uzyskał ocenę dobrą z przedmiotu Produkcja reklamy, powinien wykazać się solidnymi umiejętnościami oraz wiedzą teoretyczną i praktyczną, które pozwalają mu na realizację bardziej skomplikowanych zadań związanych z tworzeniem projektów reklamowych. Oto szczegółowy opis umiejętności i wiedzy, które powinien posiadać uczeń na ocenę dobrą:

1. Zaawansowana wiedza o reklamie:

- Uczeń powinien mieć dogłębną wiedzę na temat różnych form reklamy, w tym reklamy cyfrowej, tradycyjnej oraz społecznościowej. Powinien umieć ocenić ich zalety i wady oraz umieć wskazać, jakie formy są najbardziej efektywne w zależności od celów kampanii.
- Powinien rozumieć wpływ reklamy na zachowania konsumentów oraz umieć analizować różne strategie reklamowe.

2. Proces tworzenia kampanii reklamowej:

- Uczeń powinien być w stanie samodzielnie opracować kampanię reklamową, która obejmuje wszystkie etapy: od analizy rynku i grupy docelowej, przez określenie celów kampanii, po projektowanie i realizację działań.
- Powinien umieć stworzyć harmonogram działań, który uwzględnia różne kanały komunikacji oraz określa terminy i odpowiedzialności.

3. Umiejętności praktyczne:

- Uczeń powinien potrafić tworzyć różnorodne materiały reklamowe, takie jak plakaty, ulotki, spoty reklamowe czy treści do mediów społecznościowych, wykorzystując przy tym zaawansowane narzędzia graficzne (np. CorelDRAW, Adobe Photoshop, Illustrator, Canva).
- Powinien umieć opracowywać oryginalne pomysły kreatywne, które są zgodne z założeniami kampanii i odpowiadają potrzebom grupy docelowej.

4. Analiza efektywności reklam:

- Uczeń powinien umieć przeprowadzać analizy skuteczności kampanii reklamowych, korzystając z narzędzi analitycznych (np. Google Analytics) oraz umieć interpretować dane w kontekście oceny efektywności działań.
- Powinien być w stanie wskazać wskaźniki efektywności, takie jak ROI (zwrot z inwestycji) czy CTR (współczynnik klikalności) i na tej podstawie ocenić, co działa w kampanii, a co wymaga poprawy.

5. Zrozumienie etyki i prawa w reklamie:

- Uczeń powinien posiadać wiedzę na temat etycznych aspektów reklamy oraz regulacji prawnych, które ją dotyczą. Powinien umieć ocenić, kiedy reklama może być uznana za niezgodną z zasadami etyki oraz znać zasady dotyczące ochrony danych osobowych i praw autorskich.

6. Umiejętności współpracy i zarządzania projektami:

- Uczeń powinien umieć efektywnie pracować w zespole, pełniąc różne role, w tym lidera projektu. Powinien umieć organizować pracę grupy oraz dokumentować postępy w realizacji projektu.
- Powinien być w stanie prowadzić spotkania zespołowe, ustalać cele oraz monitorować postępy pracy.

7. Prezentacja pomysłów i umiejętności komunikacyjne:

- Uczeń powinien umieć profesjonalnie prezentować swoje pomysły i projekty, korzystając z różnych technik prezentacyjnych oraz narzędzi multimedialnych (np. PowerPoint, Prezi). Powinien być w stanie jasno i przekonująco argumentować swoje wybory.
- Powinien umieć dostosować styl komunikacji do odbiorców, co jest istotne w kontekście prezentacji projektów przed różnymi grupami interesariuszy.

8. Kreatywność i innowacyjność:

- Uczeń powinien wykazywać umiejętność generowania innowacyjnych pomysłów w zakresie reklamy, potrafić łączyć różne techniki i podejścia oraz proponować rozwiązania, które wyróżniają się na tle konkurencji.

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 DOBRĄ uczeń:

1. Posiada zaawansowaną wiedzę o Grafice rastrowej.
2. Pracuje z grafiką rastrową – poziom zaawansowany.
3. Potrafi precyzyjnie określić rozdzielczość obrazu rastrowego.
4. Poprawnie wykona selekcję elementów na bitmapie – co najmniej trzema technikami.
5. Opracuje zaawansowany obraz rastrowy zgodnie z wymaganiami technologicznymi.
6. Opracuje obraz rastrowy zgodnie z przeznaczeniem (druk, www, serwisy społecznościowe).
7. Wykona zaawansowany retusz fotografii.
8. Stosuje wiele różnych efektów w grafice rastrowej.
(cień, winieta, rozmycie, krycie obiektu, zniekształcenia, zmiana koloru, deformacje, inne).
9. Przygotuje bitmapę do umieszczenia w materiałach przeznaczonych do druku w technice offsetowej, cyfrowej i wielkoformatowej.
10. Określa szczegółowe parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej.
11. Wykona zaawansowany projekt billboardu na podstawie briefu kreatywnego.
12. Wykona zaawansowany projekt citylightu na podstawie briefu kreatywnego.
13. Wykona zaawansowany projekt banneru na podstawie briefu kreatywnego.
14. Wykona zaawansowany projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
15. Wykona zaawansowany projekt citylightu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
16. Wykona zaawansowany projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
17. Stosuje szczegółowe wytyczne techniczne do wykonania projektów nośników reklamy zewnętrznej przeznaczonych do druku cyfrowego.
18. Zna zasady wykonywania banerów internetowych.
19. Wykona baner internetowy na stronę www wg. wytycznych technologicznych.
20. Umieści wykonany baner w serwisie www oraz na stronach mediów społecznościowych w kilku różnych formatach.

21. Zna cechy materiałów POS i potrafi je precyzyjnie różnicować.
22. Dobiera formy materiałów POS z punktu widzenia przewidywanych zachowań konsumenta.
23. Wykona projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie szczegółowych wytycznych.
24. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS w programie graficznym.
25. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS z uwzględnieniem wytycznych.
26. Zna charakterystykę większości nośników reklamy zewnętrznej.
27. Wykona projekt nośnika reklamy – pylon.
28. Wykona projekt nośnika reklamy – totem reklamowy.
29. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej w programie graficznym.
30. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej z uwzględnieniem szczegółowych wytycznych.
31. Zna szczegółowe zagadnienia teoretyczne dotyczące reklamy internetowej.
32. Wykona element przekazu reklamowego do zamieszczenia w witrynie internetowej.
33. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych.
34. Wykona element przekazu reklamowego do umieszczenia na portalach internetowych.
35. Wykona reklamę internetową na podstawie makiety lub innego opisu technologicznego.

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 DOBRĄ Z PRZEDMIOTU PRODUKCJA REKLAMY.

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

Aby uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy uzyskał ocenę bardzo dobrą z przedmiotu Produkcja reklamy, powinien wykazać się zaawansowanymi umiejętnościami oraz głęboką wiedzą teoretyczną i praktyczną, które pozwalają na skuteczne, kreatywne i profesjonalne realizowanie projektów reklamowych. Oto szczegółowy opis umiejętności i wiedzy, które powinien posiadać uczeń na ocenę bardzo dobrą:

1. Dogłębna wiedza o reklamie:

- Uczeń powinien znać różnorodne formy reklamy, w tym reklamy cyfrowe, tradycyjne, społecznościowe oraz influencer marketing. Powinien umieć porównać i ocenić ich skuteczność w różnych kontekstach, a także umieć wskazać, jak różne media wpływają na percepcję reklamy przez konsumentów.
- Powinien być zaznajomiony z aktualnymi trendami w branży reklamowej, potrafić analizować ich wpływ na strategię marketingowe oraz dostrzegać innowacje i zmiany w zachowaniach konsumentów.

2. Kompleksowe podejście do planowania kampanii reklamowej:

- Uczeń powinien być w stanie samodzielnie opracować kompleksową kampanię reklamową, która obejmuje wszystkie etapy: od analizy rynku i grupy docelowej, przez określenie celów kampanii, po projektowanie działań, budżetowanie i realizację.
- Powinien umieć tworzyć szczegółowe harmonogramy działań, które uwzględniają różne kanały komunikacji oraz jasno określają terminy i odpowiedzialności.

3. Zaawansowane umiejętności praktyczne:

- Uczeń powinien potrafić tworzyć różnorodne materiały reklamowe, takie jak plakaty, ulotki, spoty reklamowe czy treści do mediów społecznościowych, wykorzystując przy tym zaawansowane narzędzia graficzne, jak Adobe Photoshop, Illustrator oraz After Effects.
- Powinien umieć wykorzystywać różne style i techniki w projektowaniu graficznym, a także umieć dostosować swoje projekty do specyfikacji różnych platform reklamowych.

4. Analiza efektywności reklam:

- Uczeń powinien umieć przeprowadzać zaawansowane analizy skuteczności kampanii reklamowych, korzystając z narzędzi analitycznych (np. Google Analytics, Facebook Insights) oraz umieć interpretować dane w kontekście oceny efektywności działań.
- Powinien być w stanie precyzyjnie ocenić wyniki kampanii, identyfikować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) oraz proponować zmiany na podstawie analizy danych.

5. Wiedza na temat etyki i prawa w reklamie:

- Uczeń powinien posiadać zaawansowaną wiedzę na temat etycznych aspektów reklamy oraz regulacji prawnych, które ją dotyczą. Powinien umieć ocenić, kiedy reklama może być uznana za nieetyczną lub wprowadzającą w błąd, oraz znać zasady dotyczące ochrony danych osobowych i praw autorskich.
- Powinien być świadomy społecznej odpowiedzialności reklamy i potrafić zaproponować kampanie, które promują pozytywne wartości.

6. Umiejętności współpracy i zarządzania projektami:

- Uczeń powinien umieć efektywnie pracować w zespole, pełniąc różnorodne role, w tym lidera projektu. Powinien umieć organizować pracę grupy, ustalać cele oraz monitorować postępy w realizacji projektu.
- Powinien umieć prowadzić spotkania zespołowe, dokumentować postępy oraz wykorzystywać narzędzia zarządzania projektami (np. Trello, Asana) do koordynowania działań.

7. Prezentacja pomysłów i umiejętności komunikacyjne:

- Uczeń powinien umieć profesjonalnie prezentować swoje pomysły i projekty, korzystając z różnych technik prezentacyjnych oraz narzędzi multimedialnych (np. Power Point, Prezi). Powinien być w stanie jasno i przekonująco argumentować swoje wybory, a także dostosować styl komunikacji do różnych grup odbiorców.
- Powinien umieć efektywnie prowadzić dyskusje, prezentować wyniki swojej pracy oraz reagować na pytania i uwagi.

8. Kreatywność i innowacyjność:

- Uczeń powinien wykazywać się umiejętnością generowania innowacyjnych pomysłów w zakresie reklamy, potrafić łączyć różne techniki i podejścia oraz proponować rozwiązania, które wyróżniają się na tle konkurencji.
- Powinien umieć dostosować swoje pomysły do zmieniających się warunków rynkowych oraz potrafić myśleć kreatywnie w rozwiązywaniu problemów.

Podsumowując, uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy na ocenę bardzo dobrą z przedmiotu Produkcja reklamy powinien wykazywać się wysokim poziomem wiedzy teoretycznej oraz praktycznej, potrafić samodzielnie i kreatywnie tworzyć oraz realizować kompleksowe kampanie reklamowe, a także skutecznie analizować i oceniać ich efektywność. Powinien być etyczny, umiejący pracować w zespole, skutecznie komunikować swoje pomysły oraz wykazywać się innowacyjnością, co świadczy o jego gotowości do pracy w branży reklamowej na profesjonalnym poziomie. Uczeń powinien być w stanie nie tylko zrealizować zadania, ale także wnieść wartość dodaną w każdym projekcie, w którym uczestniczy.

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. Posiada zaawansowaną wiedzę o Grafice rastrowej.
2. Pracuje z grafiką rastrową – poziom zaawansowany.
3. Potrafi precyzyjnie określić rozdzielczość obrazu rastrowego na wielu platformach oprogramowania graficznego. Jeśli zachodzi potrzeba potrafi interpolować rozdzielczość bitmapy celem podwyższenia jakości.
4. Wykona selekcję elementów na bitmapie – co najmniej czterema technikami, stosując przemiennie różne narzędzia.
5. Opracuje zaawansowany obraz rastrowy zgodnie z wymaganiami technologicznymi.
6. Opracuje obraz rastrowy zgodnie z przeznaczeniem (wiele rodzajów druku, www, serwisy społecznościowe).
7. Wykona zaawansowany retusz fotografii.
8. Stosuje wiele różnych efektów w grafice rastrowej (jednocześnie).
(cień, winieta, rozmycie, krycie obiektu, zniekształcenia, zmiana koloru, deformacje, inne).
9. Przygotuje bitmapę do umieszczenia w materiałach przeznaczonych do druku w technice offsetowej, cyfrowej i wielkoformatowej, precyzyjnie kontrolując wszystkie parametry.
10. Określa szczegółowe parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej.
11. Wykona wysokiej jakości projekt billboardu na podstawie briefu kreatywnego.
12. Wykona wysokiej jakości projekt citylightu na podstawie briefu kreatywnego.
13. Wykona wysokiej jakości projekt banneru na podstawie briefu kreatywnego.
14. Wykona wysokiej jakości projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
15. Wykona wysokiej jakości projekt citylightu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
16. Wykona wysokiej jakości projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.

17. Stosuje szczegółowe wytyczne techniczne do wykonania projektów nośników reklamy zewnętrznej przeznaczonych do druku cyfrowego.
18. Zna zasady wykonywania banerów internetowych.
19. Wykona wysokiej jakości baner internetowy na stronę www wg. wytycznych technologicznych.
20. Umieści wykonany baner w serwisie www oraz na stronach mediów społecznościowych w kilku różnych formatach.
21. Zna cechy materiałów POS i potrafi je precyzyjnie różnicować.
22. Dobiera formy materiałów POS z punktu widzenia przewidywanych zachowań konsumenta.
23. Wykona projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie szczegółowych wytycznych.
24. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS w programie graficznym.
25. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS z uwzględnieniem wytycznych.
26. Zna charakterystykę większości nośników reklamy zewnętrznej.
27. Wykona wysokiej jakości projekt nośnika reklamy – pylon.
28. Wykona wysokiej jakości projekt nośnika reklamy – totem reklamowy.
29. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej w programie graficznym.
30. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej z uwzględnieniem szczegółowych wytycznych.
31. Zna szczegółowe zagadnienia teoretyczne dotyczące reklamy internetowej.
32. Wykona wysokiej jakości element przekazu reklamowego do zamieszczenia w witrynie internetowej.
33. Wykona wysokiej jakości element przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych.
34. Wykona wysokiej jakości element przekazu reklamowego do umieszczenia na portalach internetowych.
35. Wykona wysokiej jakości reklamę internetową na podstawie makiety lub innego opisu technologicznego.

PODCZAS TWÓRCZEJ PRACY Z RÓŻNYMI NOŚNIKAMI REKLAMOWYMI, AKTYWNIIE 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)

Aby uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy uzyskał ocenę celującą z przedmiotu Produkcja reklamy, powinien wykazać się wyjątkowymi umiejętnościami oraz głęboką wiedzą teoretyczną i praktyczną, które pozwalają na profesjonalne, kreatywne i skuteczne projektowanie oraz realizację kampanii reklamowych. Oto szczegółowy opis umiejętności i wiedzy, które powinien posiadać uczeń na ocenę celującą:

1. Znakomita wiedza o reklamie:

- Uczeń powinien mieć dogłębną znajomość różnych form reklamy, w tym reklamy tradycyjnej, cyfrowej, społecznościowej, mobilnej oraz influencer marketingu. Powinien być w stanie szczegółowo porównać i ocenić skuteczność różnych mediów w kontekście celów kampanii.
- Powinien być na bieżąco z aktualnymi trendami w branży reklamowej, potrafić analizować ich wpływ na strategie marketingowe oraz dostrzegać innowacje w zachowaniach konsumentów.

2. Kompleksowe podejście do planowania i realizacji kampanii reklamowej:

- Uczeń powinien być w stanie samodzielnie opracować kompleksową kampanię reklamową, obejmującą wszystkie etapy: od szczegółowej analizy rynku i segmentacji grupy docelowej, przez ustalenie celów kampanii, po projektowanie działań, budżetowanie i realizację.
- Powinien umieć stworzyć szczegółowy harmonogram działań, który uwzględni różne kanały komunikacji oraz jasno określa terminy i odpowiedzialności. Powinien także potrafić przewidywać możliwe problemy i proponować alternatywne rozwiązania.

3. Wysokie umiejętności praktyczne:

- Uczeń powinien potrafić tworzyć różnorodne materiały reklamowe, takie jak plakaty, ulotki, spoty reklamowe, treści do mediów społecznościowych oraz kampanie z wykorzystaniem nowych technologii (np. AR, VR). Powinien wykorzystywać zaawansowane narzędzia graficzne, takie jak Adobe Photoshop, Illustrator, After Effects czy inne programy, w sposób kreatywny i innowacyjny.
- Powinien umieć zastosować różne style i techniki w projektowaniu graficznym, a także dostosować swoje projekty do specyfikacji różnych platform reklamowych, uwzględniając ich unikalne cechy.

4. Zaawansowana analiza efektywności reklam:

- Uczeń powinien umieć przeprowadzać kompleksowe analizy skuteczności kampanii reklamowych, korzystając z narzędzi analitycznych (np. Google Analytics, Facebook Insights) oraz umieć interpretować dane w kontekście oceny efektywności działań.
- Powinien być w stanie precyzyjnie ocenić wyniki kampanii, wskazywać kluczowe wskaźniki efektywności (KPI), a także proponować konkretne zmiany na podstawie analizy danych.

5. Głęboka wiedza na temat etyki i prawa w reklamie:

- Uczeń powinien posiadać zaawansowaną wiedzę na temat etycznych aspektów reklamy oraz regulacji prawnych, które ją dotyczą. Powinien być w stanie ocenić, kiedy reklama może być uznana za nieetyczną lub wprowadzającą w błąd, a także znać zasady dotyczące ochrony danych osobowych i praw autorskich.
- Powinien być świadomy społecznej odpowiedzialności reklamy i potrafić zaproponować kampanie, które promują pozytywne wartości i są zgodne z zasadami etyki.

6. Umiejętności współpracy i zarządzania projektami:

- Uczeń powinien umieć efektywnie pracować w zespole, pełniąc różnorodne role, w tym lidera projektu. Powinien umieć organizować pracę grupy, ustalać cele oraz monitorować postępy w realizacji projektu.
- Powinien być w stanie prowadzić spotkania zespołowe, dokumentować postępy oraz wykorzystywać narzędzia zarządzania projektami (np. Trello, Asana) do koordynowania działań.

7. Wyjątkowe umiejętności prezentacyjne i komunikacyjne:

- Uczeń powinien umieć profesjonalnie prezentować swoje pomysły i projekty, korzystając z różnych technik prezentacyjnych oraz narzędzi multimedialnych (np. PowerPoint, Prezi). Powinien być w stanie jasno i przekonująco argumentować swoje wybory, a także dostosować styl komunikacji do różnych grup odbiorców.
- Powinien umieć efektywnie prowadzić dyskusje, prezentować wyniki swojej pracy oraz reagować na pytania i uwagi w sposób konstruktywny.

8. Kreatywność i innowacyjność:

- Uczeń powinien wykazywać się umiejętnością generowania innowacyjnych pomysłów w zakresie reklamy, potrafić łączyć różne techniki i podejścia oraz proponować rozwiązania, które wyróżniają się na tle konkurencji.
- Powinien umieć wykorzystywać brainstorming i inne techniki kreatywne do rozwijania swoich idei oraz potrafić myśleć krytycznie, aby ocenić, które pomysły mają największy potencjał.

Podsumowując, uczeń w klasie 3 Technikum Reklamy na ocenę celującą z przedmiotu Produkcja reklamy powinien wykazywać się wyjątkowym poziomem wiedzy teoretycznej oraz praktycznej, potrafić samodzielnie i kreatywnie tworzyć oraz realizować kompleksowe kampanie reklamowe, a także skutecznie analizować i oceniać ich efektywność. Powinien być etyczny, umiejący pracować w zespole, skutecznie komunikować swoje pomysły oraz wykazywać się innowacyjnością, co świadczy o jego gotowości do pracy w branży reklamowej na profesjonalnym poziomie. Uczeń powinien być w stanie nie tylko zrealizować zadania, ale także wnieść wartość dodaną w każdym projekcie, w którym uczestniczy, stając się liderem innowacji i kreatywności w swojej dziedzinie.

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. Posiada ponadprzeciętną wiedzę o Grafice rastrowej.
2. Pracuje z grafiką rastrową, stosując ponadprzeciętne rozwiązania w pracy programem graficznym.
3. Potrafi precyzyjnie określić rozdzielczość obrazu rastrowego na wielu platformach oprogramowania graficznego. Jeśli zachodzi potrzeba potrafi interpolować rozdzielczość bitmapy celem podwyższenia jakości.
4. Wykona selekcję elementów na bitmapie – co najmniej czterema technikami, stosując przemiennie różne narzędzia.
5. Opracuje najwyższej jakości obraz rastrowy zgodnie z wymaganiami technologicznymi.
6. Opracuje obraz rastrowy zgodnie z przeznaczeniem (wiele rodzajów druku, www, serwisy społecznościowe).
7. Wykona najwyższej jakości retusz fotografii.
8. Stosuje wiele różnych efektów w grafice rastrowej (jednocześnie).
(cień, winieta, rozmycie, krycie obiektu, zniekształcenia, zmiana koloru, deformacje, inne).
9. Przygotuje bitmapę do umieszczenia w materiałach przeznaczonych do druku w technice offsetowej, cyfrowej i wielkoformatowej, precyzyjnie kontrolując wszystkie parametry.
10. Określa szczegółowe parametry techniczne nośników reklamy zewnętrznej.
11. Wykona najwyższej jakości projekt billboardu na podstawie briefu kreatywnego.
12. Wykona najwyższej jakości projekt citylightu na podstawie briefu kreatywnego.
13. Wykona najwyższej jakości projekt bannera na podstawie briefu kreatywnego.

14. Wykona najwyższej jakości projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
15. Wykona najwyższej jakości projekt citylightu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
16. Wykona najwyższej jakości projekt billboardu na podstawie innej dokumentacji technicznej.
17. Stosuje szczegółowe wytyczne techniczne do wykonania projektów nośników reklamy zewnętrznej przeznaczonych do druku cyfrowego.
18. Zna zasady wykonywania banerów internetowych.
19. Wykona najwyższej jakości baner internetowy na stronę www wg. wytycznych technologicznych.
20. Umieści wykonany baner w serwisie www oraz na stronach mediów społecznościowych w kilku różnych formatach.
21. Zna cechy materiałów POS i potrafi je precyzyjnie różnicować.
22. Dobiera formy materiałów POS z punktu widzenia przewidywanych zachowań konsumenta.
23. Wykona projekt materiałów POS w programie graficznym na podstawie szczegółowych wytycznych.
24. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS w programie graficznym.
25. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu materiałów POS z uwzględnieniem wytycznych.
26. Zna charakterystykę większości nośników reklamy zewnętrznej.
27. Wykona wysokiej jakości projekt nośnika reklamy – pylon.
28. Wykona wysokiej jakości projekt nośnika reklamy – totem reklamowy.
29. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej w programie graficznym.
30. Stosuje zasady estetyki i typografii w wykonaniu innych nośników reklamy zewnętrznej z uwzględnieniem szczegółowych wytycznych.
31. Zna szczegółowe zagadnienia teoretyczne dotyczące reklamy internetowej.
32. Wykona najwyższej jakości element przekazu reklamowego do zamieszczenia w witrynie internetowej.

33. Wykona najwyższej jakości element przekazu reklamowego do umieszczenia w mediach społecznościowych.

34. Wykona najwyższej jakości element przekazu reklamowego do umieszczenia na portalach internetowych.

35. Wykona najwyższej jakości reklamę internetową na podstawie makiety lub innego opisu technologicznego.

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.**