OGÓLNE KRYTERIA OCENIANIA W ZAKRESIE KLASY II TECHNIKUM Z PRZEDMIOTU PODSTAWY REKLAMY

Ocena celujący	Ocena bardzo dobry	Ocena dobry	Ocena dostateczny	Oceny dopuszczający
- wymienia i charakteryzuje wszystkie funkcje i cele reklamy, - zna wszystkie formy reklam w różnych mediach - rozróżnia wszystkie rodzaje reklam, - wymienia wszystkie etapy produkcji reklam, - wymienia wszystkie elementy przekazu reklamowego i zna jego znaczenie - rozróżnia wszystkie typy argumentów używanych w przekazach reklamowych, - wymienia zasady tworzenia przekazu reklamowego oraz wszystkie jego cechy i etapy tworzenia, - charakteryzuje grupę docelową oraz rozróżnia elementy jej opisy - wymienia elementy struktury briefu,	- wymienia i charakteryzuje prawie wszystkie funkcje i cele reklamy, - zna prawie wszystkie formy reklam w różnych mediach - rozróżnia wszystkie rodzaje reklam, - wymienia wszystkie etapy produkcji reklam, - wymienia wszystkie elementy przekazu reklamowego i zna jego znaczenie - rozróżnia wszystkie typy argumentów używanych w przekazach reklamowych, - wymienia zasady tworzenia przekazu reklamowego oraz wszystkie jego cechy i etapy tworzenia, - charakteryzuje grupę docelową oraz rozróżnia elementy jej opisy - wymienia elementy struktury briefu,	- wymienia prawie wszystkie funkcje i cele reklamy i charakteryzuje je własnymi słowami, - zna prawie wszystkie formy reklam w różnych mediach - rozróżnia wszystkie rodzaje reklam, - wymienia większość etapów produkcji reklam, - wymienia większość elementów przekazu reklamowego i zna jego znaczenie - rozróżnia wszystkie typy argumentów używanych w przekazach reklamowych, - prawidłowo opisuje zasady tworzenia przekazu reklamowego oraz wszystkie jego cechy i etapy tworzenia, - charakteryzuje grupę docelową oraz rozróżnia elementy jej opisu - wymienia elementy struktury briefu własnymi słowami,	- zna podstawowe funkcje i cele reklamy i charakteryzuje je własnymi słowami, - zna podstawowe formy reklam w różnych mediach - rozróżnia niektóre rodzaje reklam, - wymienia niektóre elementy przekazu reklamowego - rozróżnia typy argumentów używanych w przekazach reklamowych, - charakteryzuje grupę docelową oraz rozróżnia elementy jej opisu - wymienia elementy struktury briefu własnymi słowami	- zna podstawowe funkcje i cele reklamy i charakteryzuje je własnymi słowami, - zna podstawowe formy reklam w różnych mediach - rozróżnia niektóre rodzaje reklam, - wymienia niektóre elementy przekazu reklamowego - charakteryzuje grupę docelową oraz rozróżnia elementy jej opisu -