KRYTERIA OCENIANIA W ZAKRESIE KLASY II TECHNIKUM Z PRZEDMIOTU PRZEKAZ REKLAMOWY da uczniów z niepełnosprawnością ruchową

Ocena celujący	Ocena bardzo dobry	Ocena dobry	Ocena dostateczny	Oceny dopuszczający
- wyjaśnia i zna wszystkie podstawowe pojęcia związane z komunikacją reklamową - określa wszystkie cele przekazu reklamowego, - wymienia i rozróżnia elementy kanałów komunikacji, - wymienia cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych, - scharakteryzuje wszystkie modele oddziaływania reklamy, - rozróżnia rodzaje sloganów reklamowych, - wymienia zasady tworzenia sloganów reklamowych i etapy tworzenia przekazu reklamowego, - dobiera środki reklamowe do przekazu reklamowego, - wymienia elementy logo, - rozróżnia logo od logotypu, - wymienia elementy systemu identyfikacji wizualnej,	- wyjaśnia i zna wszystkie podstawowe pojęcia związane z komunikacją reklamową - określa cele przekazu reklamowego, - wymienia i rozróżnia elementy kanałów komunikacji, - wymienia cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych, - scharakteryzuje modele oddziaływania reklamy, - rozróżnia rodzaje sloganów reklamowych, - wymienia elementy logo, - rozróżnia logo od logotypu, - wymienia elementy systemu identyfikacji wizualnej,	- zna podstawowe pojęcia związane z komunikacją reklamową - określa cele przekazu reklamowego, - wymienia i rozróżnia elementy kanałów komunikacji, - wymienia cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych, - scharakteryzuje modele oddziaływania reklamy, - rozróżnia rodzaje sloganów reklamowych, - wymienia najważniejsze elementy logo, - rozróżnia logo od logotypu, - wymienia większość elementów systemu identyfikacji wizualnej,	- zna podstawowe pojęcia związane z komunikacją reklamową - wymienia cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych, - zna modele oddziaływania reklamy, - rozróżnia rodzaje sloganów reklamowych, - wymienia najważniejsze elementy logo, - rozróżnia logo od logotypu, - opisuje podstawowe elementy systemu identyfikacji wizualnej własnymi słowami,	- zna podstawowe pojęcia związane z komunikacją reklamową - wymienia cechy, funkcje, elementy i rodzaje komunikatów reklamowych, - rozróżnia rodzaje sloganów reklamowych, - rozróżnia logo od logotypu, - opisuje podstawowe elementy systemu identyfikacji wizualnej własnymi słowami, -