



PRZEDMIOTOWY SYSTEM OCENIANIA PRZEDMIOTU „PROWADZENIE KAMPANII REKLAMOWEJ”

1. Przedmiotowy system oceniania z przedmiotu „Prowadzenie kampanii reklamowej” w Technikum nr 8 w Gliwicach
2. Rok szkolny 2020/ 2021
3. Przedmiotowy system oceniania został opracowany w oparciu o :
 - Wewnątrzszkolny system oceniania
 - Program nauczania 333906/ZSET/2012/1
 - Wewnątrzszkolny system oceniania
 - Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych

I. Cele ogólne oceniania

- informowanie ucznia i jego opiekunów o poziomie jego osiągnięć edukacyjnych
- motywowanie ucznia
- rozpoznanie poziomu i postępów w realizowanych przez ucznia zadaniach
- sprawdzenie efektywności nauczania i metod stosowanych przez nauczyciela

II. Metody i narzędzia sprawdzania i oceniania osiągnięć ucznia

1. Zasady obowiązujące w ocenianiu

- prace uczniów oceniane są po wykonaniu ćwiczenia (w zależności od zadania, poszczególne ćwiczenie może trwać kilka zajęć)
- uczeń w zależności od zadania może otrzymać 2 oceny (ocena za koncepcję oraz efekt końcowy pracy)
- uczeń może poprawić ocenę niedostateczną do dwóch tygodni
- uczeń nieobecny na zajęciach musi oddać pracę o tematyce wykonywanej w tym czasie przez uczniów w szkole, w terminie uzgodnionym przez nauczyciela, nie później jednak niż w ciągu miesiąca
- uczeń może raz w semestrze zgłosić nieprzygotowanie na lekcji
- uczeń może raz w semestrze zgłosić brak zadanie rozumiane jako: projekty do danego ćwiczenia, materiały do wykonania ćwiczenia



- przy ocenianiu nauczyciel bierze pod uwagę możliwości intelektualne ucznia

2. Narzędzia kontroli

- zadania domowe (waga 2)
- ćwiczenia na lekcji (waga 3)
- kartkówki (waga 4)
- sprawdziany (waga 5)
- aktywność na lekcji (waga 1)

3. Oceny bieżące ustala się wg skali:

- celujący
- bardzo dobry
- dobry
- dostateczny
- dopuszczający
- niedostateczny

4. Sposoby informowania uczniów

- wszystkie oceny są jawne dla uczniów i ich opiekunów
- uczniowie na pierwszej lekcji są informowanie o wymaganiach edukacyjnych i kryteriach oceniania
- prace przechowywane są do końca roku szkolnego

5. Zasady wystawiania oceny śródrocznej i rocznej

- ocenianie roczne (w tym przypadku przedmiot kończy się po I semestrze) powinno być dokonane przynajmniej z 4 ocen cząstkowych



III. Wymagania edukacyjne na rok szkolny 2020 / 2021 dla klasy 4

Co uczeń powinien wiedzieć, umieć, wykonać, aby uzyskać ocenę:	Kryteria oceniania: ➔	Zaangażowanie/ Aktywność na lekcji	Czytelność oraz efekt końcowy pracy	Wykorzystanie posiadanej wiedzy merytorycznej	Systematyczność oddawania prac	Samodzielność wykonywania prac
dopuszczającą	Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który: <ul style="list-style-type: none">- spełnia wymagania edukacyjne sformułowane dla swojego poziomu przynajmniej w 40%- podejmuje niektóre zadania, ale w sposób niewystarczający- jego praca nie odpowiada w pełni postawionym problemom- posiada braki w opanowaniu wiadomości i umiejętności określonych programem nauczania w danej klasie, ale braki te nie przeszkadzają w kontynuowaniu nauki danego przedmiotu- stosuje się tylko do nielicznych uwag nauczyciela- zna zagadnienie związane z prowadzeniem kampanii reklamowej- zna konstrukcję tworzenia badań, media planu, harmonogramu kampanii reklamowej- nie potrafi samodzielnie obliczyć: CPP, CPT, TRP, GRP, zasięgu reklamy, zasięgu efektywnej reklamy, częstotliwości reklamy- ma problemy z wyjaśnieniem przepisów prawa w zakresie emisji reklamy w różnych mediach- nie oddaje prac w terminie					
dostateczną	Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który: <ul style="list-style-type: none">- spełnia wymagania edukacyjne sformułowane dla swojego poziomu przynajmniej w 51%- podejmuje prawie wszystkie zadania- jego prace realizują niektóre z założonych celów- stosuje się do uwag nauczyciela- rokuje nadzieję na rozwój- potrafi zastosować tylko niektóre narzędzia programu graficznego, podczas realizacji ćwiczenia- przy pomocy nauczyciela potrafi omówić zagadnienia związane z prowadzeniem kampanii reklamowej- potrafi dokonać poprawnej analizy reklam pod względem wizualnym i merytorycznym- przy pomocy nauczyciela oblicza: CPP, CPT, TRP, GRP, zasięg reklamy, zasięg efektywnej reklamy, częstotliwość reklamy- wie czy są badania w reklamie, ale nie rozróżnia typów badań- nie potrafi samodzielnie skonstruować badania, budżetu na kampanię reklamową, media planu, harmonogramu kampanii reklamowej- określa konkurencje w reklamie- zna regulacje prawne dotyczące emisji reklamy w telewizji poszczególnych produktów i usług- ma problemy żeby oddać prace w terminie					
dobrą	Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który : <ul style="list-style-type: none">- spełnia wymagania edukacyjne sformułowane dla swojego poziomu przynajmniej w 75%- podejmuje zawsze zadania- realizacja ćwiczeń przebiega na dobrym poziomie- stosuje się do wszystkich uwag nauczyciela i potrafi z nich korzystać w sposób kreatywny,					



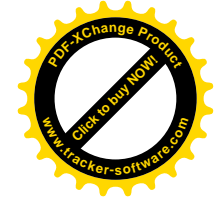
- prawidłowo rozwija postawiony problem
- potrafi omówić prawie wszystkie zagadnienia dotyczących przedmiotu określonych w programie nauczania
- potrafi dokonać poprawnej analizy reklam pod względem wizualnym i merytorycznym
- oblicza: CPP, CPT, TRP, GRP, zasięg reklamy, zasięg efektywny reklamy, częstotliwość reklamy
- zna wskaźniki reklamy, ale nie do końca zna ich zastosowanie
- omawia strukturę strategii reklamy
- określa cele kampanii reklamowej
- konstruuje budżet reklamy, media plan, plan promocji sprzedaży, ale nie do końca robi to samodzielnie
- definiuje rodzaje badań w reklamie
- konstruuje ankietę do badań, ale ma problemy z wykonaniem analizy
- zna zasady konstrukcji harmonogramu kampanii reklamowej
- definiuje konkurencję
- zna regulacje prawne dotyczące emisji reklamy w telewizji poszczególnych produktów i usług
- oddaje wszystkie prace w terminie

bardzo dobrą

- Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który
- spełnia wymagania edukacyjne sformułowane dla swojego poziomu przynajmniej w 91%
 - podejmuje zawsze zadania
 - jego prace w pełni odpowiadają założonym celom
 - jego prace mają pełne walory artystyczne, są bardzo dobrze wykonane technicznie
 - realizacja zadań przebiega na bardzo dobrym poziomie, prace są zgodne z tematem
 - stosuje się do wszystkich uwag uwag nauczyciela i potrafi z nich korzystać w sposób kreatywny
 - potrafi prezentować swoje projekty oraz prezentacje multimedialne
 - potrafi dostosować odpowiednie techniki i programy do tworzenia projektów
 - potrafi dokonać poprawnej analizy reklam pod względem wizualnym i merytorycznym
 - bezbłędnie oblicza: CPP, CPT, TRP, GRP, zasięg reklamy, zasięg efektywny reklamy, częstotliwość reklamy
 - rozróżnia i definiuje wszystkie poznane wskaźniki reklamy
 - omawia strukturę strategii reklamy
 - określa cele kampanii reklamowej
 - bez pomocy nauczyciela konstruuje budżet reklamy, media plan, plan promocji sprzedaży,
 - definiuje rodzaje badań w reklamie i potrafi zastosować je w zależności od potrzeb
 - bezbłędnie konstruuje ankietę do badań i opracowuje wyniki badań
 - samodzielnie opracowuje harmonogram kampanii reklamowej
 - potrafi przeanalizować działalność konkurencji
 - zna regulacje prawne dotyczące emisji reklamy w telewizji poszczególnych produktów i usług
 - oddaje wszystkie prace w terminie

celującą

- Ocenę celującą otrzymuje uczeń, który potrafi, to co na ocenę bardzo dobrą i ponadto:
- realizuje dodatkowe prace, wykraczające poza przyjęty program, wraz z osiągnięciem znakomitego efektu
 - w ciągu roku wykonuje oprócz prac na lekcji dodatkowe prace w domu o bardzo wysokich walorach artystycznych
 - jest laureatem konkursów organizowanych poza szkołą,
 - bierze aktywny udział w dyskusjach dotyczących danego ćwiczenia



1. Zostałem/zostałam poinformowany/poinformowana o wymaganiach i systemie oceniana na przedmiocie **„Prowadzenie kampanii reklamowej” (klasa 4c)**