

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY SZKOLNE DLA ZAWODU TECHNIK REKLAMY

Przedmiot: WYKONYWANIE PROJEKTÓW REKLAMY

Klasa I

semestr 1				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
• Zna zasady BHP w pracowni komputerowej • Potrafi wymienić minimum 3 aplikacje cyfrowe stosowane w projektowaniu graficznym • Wie jakie programy komputerowe wykorzystywane są w projektowaniu reklam graficznych. • Zna główne różnice między grafiką rastrową i wektorową • Zna parametry zapisu grafiki wektorowej i rastrowej • Potrafi wymienić podstawowe materiały stosowane w reklamie • Potrafi wymienić z pomocą nauczyciela tradycyjne i nowoczesne techniki drukarskie • Zna pojęcie intrologator • Zna zarys historii reklamy w Polsce.	• Charakteryzuje szczegółowo różnice między grafiką rastrową i wektorową • Zna interfejs programu Abobe Illustrator i Photoshop lub innego graficznego • Posługuje się krzywymi Baziera • Zna opcje programu graficznego: linijka , siatka, prowadnice, rysowanie obiektów o różnych kształtach, połącz, spawaj, przytnij, część wspólna, uprość, metamorfoza, obrys, gradient, zniekształcenia, cień, głębia, przezroczystość, oblanie tekstem obiektów, umieszczenie tekstu w kształcie, zniekształcenia tekstu, ułożenie tekstu na krzywej, przekształcenie tekstu na krzywe, nakładanie maski, praca	• Zna pojęcia: grafika, skład, łamanie tekstu, CMYK, RGB, Pantone, • użytkowa, DTP (Deskop Publishing), WWW (World Wide Web), • Umie scharakteryzować grafikę trójwymiarową • tworzy kompozycje graficzno-tekstowe • samodzielnie dobiera materiały ilustracyjne do projektu	• Zna pojęcia: głębia bitowa, • Zna formaty plików dźwiękowych • Wie czym jest kompresja bezstratna i stratna i podaje jej przykłady • pozyskuje materiały tekstowe i graficzne do publikacji • wykonuje publikacje zgodnie z zasadami typografii i estetyki • sprawnie posługuje się specjalistycznym oprogramowaniem podczas tworzenia reklam • Wie jak posługiwać się oknami w programie graficznym	• tak jak w przypadku oceny bardzo dobrej • samodzielnie wyszukuje możliwości wybranego programu do projektu reklamy graficznej • przygotowuje zaawansowane projekty • projektuje przestrzegając wszystkich zasad kompozycyjnych • samodzielnie tworzy zaawansowane projekty elementów graficznych oraz tekstowych

	- na warstwach, • Zna pojęcia: grafika użytkowa, rozdzielczość obrazu, • edytuje materiały graficzne			
semestr 2				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
• Dobiera parametry zapisu dla plików • Wymienia elementy liter • Zna pojęcia: pismo, majuskuła, minuskuła, kapitaliki, wersaliki, kerning, font, czcionka, inerlinia, margines, piktorgam, szeryf, bigowanie, falcowanie, laminowanie, logo, logotyp, • Zna szerokości krojów pisma • Posługuje się programem do projektowania grafiki wektorowej, potrafi otworzyć nowy dokument i zaprojektować prosty plakat • Zapisuje projekty do plików źródłowych	• zna i stosuje pojęcia z zakresu składu i łamania • wykonuje kompozycje graficzno-tekstowe broszur, plakatów, zna zasady projektowania • składa broszury z otrzymanych materiałów graficznych i tekstowych • przestrzega zasad kompozycyjnych • Wymienia rodzaje szeryfów • Potrafi wymienić tradycyjne i nowoczesne techniki drukarskie. • Zapisuje projekty do plików podanych w zadaniu, np. pdf, jpg •	• sprawnie posługuje się specjalistycznym oprogramowaniem podczas tworzenia grafiki • odpowiednio dobiera i edytuje materiał tekstowy i graficzny • projektuje kompozycję broszury • Zna rodzaje krojów pisma ze względu na cechy graficzne (szeryfowe, bezszeryfowe, jednoelementowe, dwuelementowe, proporcjonalne i stałe.) • Zna kompozycje literne • Zna cechy papieru (gramatura, grubość, faktura, wytrzymałość, krycie, jasność, kolor) • Zna cechy podłoży reklamowych miękkich np: tkaniny laminowane, tkaniny powlekane, siatka	• Zna nazwisko Jana Januszowskiego autora pierwszej polskiej czcionki • Zna grupy krojów pism • sprawnie posługuje się terminologią zawodową w zakresie reklamy i grafiki • projektuje kompozycje graficzno-tekstowe reklam stosując celowo określone zasady kompozycji • wie czym są klasy papieru, potrafi podać przykład. • Zna rodzaje, zalety i wady folii samoprzylepnych • Zna zalety i wady podłoży twardych i tworzyw sztucznych • Potrafi wymienić i scharakteryzować tradycyjne(druk wypukły, wklęsły, rotograviura, tempodruk, płaski, litografia, offset, sitodruk) i nowoczesne techniki	• tak jak w przypadku oceny bardzo dobrej • samodzielnie wyszukuje możliwości wybranego programu do edycji i składu broszur; • rozwiązuje problemy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy na stanowisku pracy podczas planowania i projektowania publikacji

		mesh, frontlit, backlit, blackout, canvas, baner, plandeka, •	drukarskie (druk cyfrowy). • Zna kolorystykę w reklamie - kolor i barwa w reklamie	
--	--	--	---	--

Klasa II

semestr 1				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
• wyjaśnia pojęcia z zakresu reklamy drukowanej, • Zna strukturę przemysłu reklamowego, potrafi w miarę poprawnie omówić jej elementy. • Zna specyfikę lokalnego rynku reklamowego. • Zna pojęcia reklamy zewnętrznej, np: billboard, diapozan, citylight • Potrafi dokonać w miarę prawidłowej analizy produktu • Rozróżnia pojęcia tożsamości i wizerunku firmy zna ich najważniejsze elementy. • Potrafi stworzyć prostą koncepcję kampanii reklamowej bez większych błędów	• Zna pojęcia Digital signage i potrafi podać przykłady • Zna pojęcia Infoscreen i cityinfo • Zna pojęcie reklama ambientowa i podaje przykłady • Zna pojęcia reklama partyzancka i podaje jej przykłady • Zna pojęcie event marketing • Potrafi dokonać poprawnej analizy produktu. • Rozróżnia pojęcia tożsamości i wizerunku firmy zna ich elementy. • Potrafi wykonać wizualizację zaprojektowanych wizytówek, billboardu, pylonu	• Zna pojęcie event marketing i potrafi wymienić jego rodzaje • Zna rodzaje witryn sklepowych • Zasady aranżacji okien wystawowych • Rodzaje układów kompozycyjnych na wystawie • Wykonuje kompozycje layoutów prasowych • Zna i stosuje modele barw stosowanych w reklamie • Potrafi dokonać dobrej analizy produktu i poprawnie zaprezentować ją. • Rozróżnia pojęcia tożsamości i wizerunku firmy zna ich elementy, potrafi w miarę dobrze opisać.	• Wymienia rodzaje wystaw sklepowych • Potrafi wymienić oświetlenie wystawy i sprzętu wystawienniczego • Zna rodzaje fontów, potrafi je zanalizować, opisać. • Zna budowę litery • Zna strukturę briefu reklamowego i kreatywnego • Tworzy koncepcję przekazu reklamowego na podstawie briefu kreatywnego	• stosuje zaawansowane narzędzia z zakresu projektowania i składu broszur • przygotowuje samodzielnie złożone projekty graficzno-tekstowe broszur • przygotowuje brief

semestr 2				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
- W projektach opiera się na wskaźnikach, które w miarę prawidłowo analizuje. - Tworzy w miarę poprawny brief kampanii reklamowej według znanych wzorców. - Potrafi wymienić koszty kampanii reklamowej - Wykonuje miarę poprawne projekty reklam - wyjaśnia pojęcia: cena, marża, marża brutto, marża netto, stawki podatku VAT, - zna metody obliczania cen, - wymienia elementy faktury - wymienia rodzaje cen, - wymienia funkcje ceny, - wymienia stawki podatku VAT - charakteryzuje rodzaje cen, - poprawnie oblicza marżę - dokonuje charakterystyki metod cenowych,	- Potrafi stworzyć koncepcję kampanii reklamowej. - Zna rodzaje kosztów - W projektach opiera się na wskaźnikach, które prawidłowo analizuje. - Z niewielką pomocą tworzy poprawny plan i budżet kampanii reklamowej nieznacznie modyfikując znane wzorce. - Z pomocą nauczyciel wymieni kosztowe metody ustalania cen - wymienia rodzaje rabatów - zna rolę, jaką pełni cennik usługi reklamowej, - definiuje: elastyczność popytu współczynnik cenowej elastyczności popytu, - wymienia strategie cenowe,	- Potrafi stworzyć koncepcję kampanii reklamowej. - wyjaśnia zasadę dokonywania metodą doliczeniową kalkulacji, - wyjaśnia zasadę obliczania rabatów cenowych, - wskazuje elementy cennika usługi reklamowej,	- Potrafi dokonać bardzo dobrej analizy produktu i zaprezentować ją. - Rozróżnia pojęcia tożsamości i wizerunku firmy zna ich elementy oraz charakterystykę. - Potrafi stworzyć złożoną koncepcję kampanii reklamowej. - W projektach opiera się na wskaźnikach, które bardzo dobrze analizuje. - Tworzy plan i budżet kampanii reklamowej dostosowany do potrzeb klienta. - poprawnie tworzy dokumenty np.: makieta, szkic wydawniczy na podstawie briefu,	- Potrafi stworzyć złożoną koncepcję kampanii reklamowej. - W projektach opiera się na wskaźnikach, które szczegółowo analizuje, potrafi tworzyć własne analizy. - Tworzy autorski plan i budżet kampanii reklamowej dostosowany do potrzeb klienta, potrafi go modyfikować w razie potrzeby.

- wyznacza cele reklamy na podstawie konkretnych strategii reklamowych, definiuje pojęcie kosztu, wydatku - definiuje: koszty stałe i zmienne, - definiuje pojęcia: koszty bezpośrednie, koszty pośrednie, koszty wydziałowe, TKW				
---	--	--	--	--

Klasa III

semestr 1				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
- Zna i stosuje z niewielkimi błędami podstawowe pojęcia doboru kolorów - Zna i stosuje z niewielkimi błędami podstawowe zasady kompozycji - Zna zasady doboru typografii i stosuje je z niewielkimi błędami - Zna podstawowe pojęcia języka fachowego odnośnie projektowania graficznego - Zna pojęcia: E-mail marketingowy, Media społecznościowe,	- Potrafi dobrać podkład muzyczny do obrazu, tworzy prostą ścieżkę dźwiękową z banku dźwięków. - W miarę poprawnie wykonuje powierzone zadania reklamowe - Wykonuje ćwiczenia przygotowujące do egzaminu zawodowego z kwalifikacji technik reklamy - Zna pojęcia: E-mail marketingowy, Media społecznościowe,	- Potrafi wymienić etapy projektowania strony internetowej i ją zaprojektować w sposób poprawny - Zna i dobrze stosuje podstawowe pojęcia doboru kolorów i psychologii barw. - Zna i stosuje podstawowe zasady kompozycji. - Zna zasady doboru typografii, potrafi nazwać ich grupy. - Zna i czasem stosuje pojęcia języka fachowego	- Potrafi bardzo dobrze wskazać ogólne trendy na rynku medialnym. - Zna języki tworzenia stron internetowych - Poprawnie projektuje reklamę radiową - Zna i bardzo dobrze stosuje pojęcia doboru kolorów i psychologii barw. - Potrafi świadomie zestawiać kolory według podobieństw, kontrastów, dopełnienia. - Zna i stosuje zasady	- Zna przykłady agencji reklamowych w Polsce i na świecie, potrafi wymienić ich największe realizacje i poprawnie je scharakteryzować - Zna uznane Polskie kampanie reklamowe: społeczne,

Marketing wirusowy,	Marketing wirusowy, oraz potrafi podać jeden przykład	odnośnie projektowania graficznego. • Potrafi zaprojektować, spójny wizualnie, przekaz reklamowy korzystając kreatywnie z materiałów stokowych. • Zna pojęcia: E-mail marketingowy, Media społecznościowe, Marketing wirusowy, oraz potrafi podać kilka przykładów i je zanalizować •	kompozycji. • Zna pojęcia: E-mail marketingowy, Media społecznościowe, Marketing wirusowy, oraz potrafi podać kilka przykładów i je zanalizować oraz zaprojektować autorskie reklamy	
semestr 2				
DOPUSZCZAJĄCY	DOSTATECZNY	DOBRY	BARDZO DOBRY	CELUJĄCY
• Zna zasady projektowania opakowań • Zna znaki umieszczane na opakowaniach • Zna i stosuje z niewielkimi błędami podstawowe pojęcia z zakresu montażu filmowego w reklamach • Zna podstawowe zasady montażu i języka filmowego • Potrafi z niewielkimi błędami zmontować prosty przekaz filmowy według wytycznych • Dodaje do filmu proste napisy oraz przejścia	• Potrafi przygotować prostą stronę internetową, używając dowolnego edytora tekstu. • Wie, czym są szablony do tworzenia stron. • Umie tworzyć akapity i wymuszać podział wiersza, dodawać nagłówki do tekstu, zmieniać krój i wielkość czcionki	• Dodaje do filmu animowane napisy oraz proste przejścia, • Potrafi korzystać z szablonów. • Potrafi dobrać podkład muzyczny do obrazu, tworzy ścieżkę dźwiękową i jej elementy z banku dźwięków. • Zna i stosuje świadomie zasady kompozycji • Zna i stosuje zasadę złotego podziału • Potrafi wstawiać grafikę do strony internetowej	• Potrafi współpracować z grupą przy tworzeniu reklamy Video • Zna i stosuje pojęcia języka fachowego odnośnie projektowania graficznego. • Potrafi zaprojektować, spójny wizualnie, atrakcyjny przekaz reklamowy: plakat, afisz, video, radio, internet • Oprócz słów i liczb wykorzystuje także kolor, rytm, przestrzeń, wyobraźnię i emocje. Potrafi wykorzystać te	• Tworzy autorskie zaawansowane rysunki i projekty • Potrafi szczegółowo wskazać ogólne trendy na rynku medialnym i prognozować je. • Potrafi samodzielnie wykonać zdjęcie do potrzeb reklamy i dostosować je w stopniu zaawansowanym do swoich potrzeb • Stosuje świadomie filtry fotograficzne, zmienia ich parametry i miesza ze sobą

• Potrafi korzystać z szablonów • Potrafi dobrać podkład muzyczny do obrazu • Potrafi skomponować reklamę radiową • Wie, w jaki sposób zbudowane są strony WWW. • Zna najważniejsze narzędzia do tworzenia stron internetowych. • Wie, na czym polega tworzenie strony internetowej.			cechy przy projektowaniu reklamy • Potrafi określić wymagania dotyczące wydruku	• Potrafi wykonać zaawansowany retusz zdjęcia, nałożyć kolory, uzupełnić ubytki, zmienić proporcje i wymowę zdjęcia. • Potrafi wkomponować zdjęcie w złożony przekaz reklamowy • Zna pojęcia praw autorskich, przykłady ich zastosowania i stosuje się do nich.
---	--	--	--	---

Przyjęto do realizacji: