

## REKLAMA

	KRYTERIA OCENY	PUNKTACJA
<b>1. Realizacja tematu</b>	a) Zgodność z tematem.	0-1
	b) Dostosowanie wypowiedzi do sytuacji komunikacyjnej – zastosowanie wyrazów o charakterze perswazyjnym..	0-1
	c) Wykorzystanie przynależnych reklamie środków językowych (epitety, wykrzykniki, powtórzenia, porównania, gra słów).	0-1
	d) Przestrzeganie norm etycznych (niewykorzystywanie w reklamie dzieci, niepodawanie informacji sugerujących lecznicze właściwości produktu bądź informacji niezgodnych z prawdą).	0-1
<b>2. Kompozycja</b>	Zachowanie spójności wypowiedzi i jej poprawny układ.	0-1
<b>3. Język i styl</b>	Przestrzeganie poprawności językowej i stylistycznej (dopuszczalny jeden błąd).	0-1
<b>4. Ortografia i interpunkcja</b>	Przestrzeganie poprawności:	
	a) ortograficznej (dopuszczalny 1 błąd) , b) interpunkcyjnej (dopuszczalny 1 błąd).	0-1 0-1
<b>5. Zapis</b>	Zapis czytelny i estetyczny, atrakcyjny układ graficzny (przyciągający wzrok czytelnika).	0-1
<b>Razem</b>		0-8

Skala ocen:

10 – 9 – bdb

8 – 7 – db

6 – 5 – dst

4 – dop.

3 – 0 – ndst