|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| TEST FORMATYWNY | | | | |
| **TYTUŁ TESTU** | Reklama dźwignią handlu! | | | |
| **PLAN TESTU** | NR ZAD. | SPRAWDZANA CZYNNOŚĆ | | ODNIESIENIE  DO WYMAGAŃ  Z PODSTAWY PROGRAMOWEJ |
| 1 | Uczeń:   * odbiera komunikaty pisane; * czerpie dodatkowe informacje z przypisu; * przedstawia propozycję odczytania konkretnego tekstu kultury i uzasadnia ją; | | I.1.1.  I.1.1.  II.3.1. |
| 2 | * odbiera komunikaty pisane, w tym nadawane za pomocą środków wizualnych – rozróżnia informacje przekazane werbalnie oraz zawarte w obrazie; * rozpoznaje wypowiedzi o charakterze perswazyjnym; | | I.1.1.  I.1.6. |
| 3 | * odbiera komunikaty pisane, w tym nadawane za pomocą środków wizualnych – rozróżnia informacje przekazane werbalnie oraz zawarte w obrazie; * rozpoznaje intencje wypowiedzi; * rozpoznaje wyrazy wieloznaczne i rozumie ich znaczenia w tekście; * rozpoznaje tryb rozkazujący czasownika - wyjaśnia jego funkcje w tekście; * rozumie w komunikacie funkcje przymiotników i przysłówków; | | I.1.1.  I.1.7.  I.3.2.  I.3.8.  I. 3. |
| 4 | * odbiera komunikaty pisane; * tworząc wypowiedzi, dąży do precyzyjnego wysławiania się; * przekształca zdania w równoważniki zdania; | | I.1.1.  III.2.3.  III.2 |
|  | 5 | * odbiera komunikaty pisane, w tym nadawane za pomocą środków wizualnych – rozróżnia informacje przekazane werbalnie oraz zawarte w obrazie; * porządkuje informacje w zależności od ich funkcji w przekazie; | | I.1.1.  I.1.3. |
|  | 6 | * odbiera komunikaty pisane; * rozpoznaje intencje wypowiedzi; * rozpoznaje wypowiedź argumentacyjną, wskazuje tezę, argumenty i wnioski. | | I.1.1  I.1.7.  I.1.9. |
| **TEST** | Załącznik nr 1 | | | |
| **WZORCE ROZWIAZANIA ZADAŃ** | NR ZAD. | OCZEKIWANE ROZWIĄZANIE ZADANIA | LICZBA PUNKTÓW I ZASADY ICH PRZYDZIELANIA | |
| 1 | Ogólna zasada poprawności, np.:  Bez reklamy nie byłoby dzisiaj sprzedaży. To właśnie reklama sprawia, że produkty stają się popularne i ludzie chętniej po nie sięgają.  Wypowiedź ucznia powinna zawierać, np.: informację o fakcie, że reklama jest siłą napędową współczesnego handlu, ma szeroki zasięg i wielką siłę oddziaływania. | **(2p. - 0p.)**  **2p.** – uczeń pisze dwuzdaniową wypowiedź na temat.  **1p.** – uczeń pisze jednozdaniową wypowiedź na temat lub wypowiedź na temat, ale zapisaną za pomocą innego wypowiedzenia niż zdanie.  **0p.** – wypowiedź nie na temat . | |
| 2 | Ogólna zasada poprawności, np.:  element – grafika/kolorystyka  sposób oddziaływania – jaskrawe kolory tła przyciągają uwagę dodatkowo, kontrastując z bielą postaci  element – język  sposób oddziaływania – użycie określeń budzących pozytywne skojarzenia (*idealna*, *wyjątkowa*) | **(4p. - 0p.)**  Za każdy poprawnie uzupełniony wers – **1p.** | |
| 3 | reklama nr 1- nakłaniająca  Uzasadnienie: użycie czasownika w trybie rozkazującym (formy apelatywnej).  reklama nr 2 – zachwalająca  Uzasadnienie: Użycie wyrazów budzących pozytywne skojarzenia (*pysznie*, *zdrowe*) .  Lub:  reklama nr 2 – poetycka  Uzasadnienie: gra słów - *Coś się pysznie kroi. Złowiłem zdrowy kąsek.* | **(4p. - 0p.)**  Za każdą poprawnie podaną informację **–1p.** | |
| 4 | Ogólna zasada poprawności, np.:  Astor – esencja kobiecości!/ Esencja kobiecości!  Astor stanowi esencję kobiecości! | **(2p. – 0p.)**  **2p.** - uczeń **skraca** wypowiedź, stosując równoważnik zdania(ostatecznie krótkie zdanie pojedyncze) i wybierając słowa o charakterze sloganu.  **1p.** – uczeń skraca wypowiedź, która jednak nie ma wyraźnych cech sloganu lub uczeń tworzy zbyt długi slogan. | |
|  | 5 | Ogólna zasada poprawności, np.:  nadawca – twórca reklamy, producent  odbiorcy: dzieci (kolorowa, bajkowa ilustracja), rodzice (komunikat do nich skierowany , np.: *Baw się z dzieckiem(…).* | **(3p. – 0p.)**  **1p.** - uczeń poprawnie określa nadawcę.  **1p.** – uczeń trafnie wskazuje odbiorcę lub odbiorców.  **1p.** – uczeń uzasadnia wybór odbiorcy. | |
|  | 6 | Ogólna zasada poprawności, np.:   1. Autorka negatywnie ocenia zjawisko manipulacji./ Autorka odnosi się do manipulacji z dezaprobatą. 2. Współczesny człowiek może bronić się przed manipulacją, poznając jej działanie. 3. Teza: *Jednym z zagrożeń, które czyhają na człowieka we współczesnym świecie, jest zjawisko manipulacji.*   Argument: *Stanowi ono niebezpieczeństwo, ponieważ traktuje ludzi w sposób przedmiotowy, stosując podstęp, wpływa na ich myśli, zachowania i decyzje.* | **(6p. – 0p.)**   1. **1p.** – uczeń poprawnie określa stosunek autorki do zjawiska manipulacji.   **1p.** – uczeń tworzy wypowiedź jednozdaniową.   1. **1p.** – uczeń właściwie odpowiada na pytanie.   **1p.** – uczeń nie cytuje, odpowiada własnymi słowami.   1. Po **1p.** za poprawne wskazanie tezy i argumentu. | |