

Nazwa kwalifikacji: **Zarządzanie kampanią reklamową**  
Oznaczenie kwalifikacji: **PGF.08**  
Numer zadania: **01**  
Wersja arkusza: **SG**

Wypełnia zdający

Numer PESEL zdającego\*

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Miejsce na naklejkę z numerem  
PESEL i z kodem ośrodka

Czas trwania egzaminu: **180** minut.

PGF.08-01-23.06-SG

# EGZAMIN ZAWODOWY

Rok 2023  
CZĘŚĆ PRAKTYCZNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA  
2019**

## Instrukcja dla zdającego

1. Na pierwszej stronie arkusza egzaminacyjnego wpisz w oznaczonym miejscu swój numer PESEL i naklej naklejkę z numerem PESEL i z kodem ośrodka.
2. Na KARCIE OCENY w oznaczonym miejscu przyklej naklejkę z numerem PESEL oraz wpisz:
  - swój numer PESEL\*,
  - oznaczenie kwalifikacji,
  - numer zadania,
  - numer stanowiska.
3. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 5 stron i nie zawiera błędów. Ewentualny brak stron lub inne usterki zgłoś przez podniesienie ręki przewodniczącemu zespołu nadzorującego.
4. Zapoznaj się z treścią zadania oraz stanowiskiem egzaminacyjnym. Masz na to 10 minut. Czas ten nie jest wliczony do czasu trwania egzaminu.
5. Czas rozpoczęcia i zakończenia pracy zapisze w widocznym miejscu przewodniczący zespołu nadzorującego.
6. Wykonaj samodzielnie zadanie egzaminacyjne. Przestrzegaj zasad bezpieczeństwa i organizacji pracy.
7. Po zakończeniu wykonania zadania pozostaw arkusz egzaminacyjny z rezultatami oraz KARTĘ OCENY na swoim stanowisku lub w miejscu wskazanym przez przewodniczącego zespołu nadzorującego.
8. Po uzyskaniu zgody zespołu nadzorującego możesz opuścić salę/miejsce przeprowadzania egzaminu.

**Powodzenia!**

\* w przypadku braku numeru PESEL – seria i numer paszportu lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość

## Zadanie egzaminacyjne

W imieniu Agencji Reklamowej Intermedia na zlecenie producenta wyrobów mleczarskich Activ S.A. przygotuj dokumenty:

- brief reklamowy,
- analizę zachowań konsumentów,
- media plan.

Zadanie wykonaj na przygotowanym stanowisku egzaminacyjnym, wyposażonym w komputer z niezbędnym oprogramowaniem. Do rozwiązania zadania wykorzystaj pliki zawarte w folderze *Activ* umieszczonym na pulpicie komputera oraz informacje zamieszczone w arkuszu egzaminacyjnym.

Hasło do folderu *Activ*: Pit-Mit

Rezultaty swojej pracy zapisz w folderze *PESEL* (PESEL to Twój numer PESEL) utworzonym na pulpicie komputera w plikach o nazwach:

- brief
- analiza
- media\_plan

Po zakończeniu pracy rezultaty nagraj na płytę, a następnie zgłoś przez podniesienie ręki chęć sprawdzenia nagranej przez siebie płyty na wyznaczonym do tego stanowisku. Po uzyskaniu zgody przewodniczącego Zespołu Nadzorującego podejź do stanowiska i sprawdź jakość nagrania poprzez otwarcie każdego pliku nagranych na płytę. W przypadku negatywnego wyniku pierwszej próby sprawdzenia masz możliwość ponownego nagrania płyty CD/DVD i sprawdzenia jakości nagrania. Sprawdzoną płytę opisz swoim numerem PESEL i pozostaw wraz z arkuszem egzaminacyjnym na swoim stanowisku.

### Wytyczne dotyczące przygotowania briefu reklamowego

Brief reklamowy przygotuj z wykorzystaniem pliku *brief\_formularz.doc*, umieszczonego w folderze *Activ* oraz danych dotyczących firmy Activ S.A. (*Tabela 1. Charakterystyka firmy Activ*).

Rezultat zapisz jako dokument PDF pod nazwą *brief* w utworzonym na pulpicie komputera folderze *PESEL* (PESEL to Twój numer PESEL).

**Tabela 1. Charakterystyka firmy Activ**

Activ S.A.  
ul. Nowa 12  
94-047 Łódź  
tel. 500 111 444  
www.activ.com  
e-mail: activ@com.pl

Activ S.A. to producent wyrobów mleczarskich zamierzający wprowadzić na rynek polski jogurt pitny Pit-Mit w czterech nowych smakach: mleczna czekolada, kawa, śmietanka, owoce tropikalne w opakowaniach nowej generacji, utrzymujących przez długi czas niską temperaturę jogurtu. Opakowanie jogurtu ma być wyposażone w wygodną zakrętkę zawierającą motto dnia.

Celem kampanii jest zapoznanie z nową serią jogurtów Pit-Mit dotychczasowych i nowych klientów - głównie ludzi dbających o zdrowie, chcących wzmocnić układ odpornościowy i poprawić swoje samopoczucie.

Planowany czas kampanii: 1.07.2023-31.07.2023

Firma zamierza dotrzeć do jak największej grupy klientów za pomocą mediów ATL.

Jej największym konkurentem są dwie firmy Mlekoopol i SonMlek, również sprzedające produkty mleczarskie na obszarze całej Polski.

### Wytyczne dotyczące przygotowania analizy zachowań konsumentów

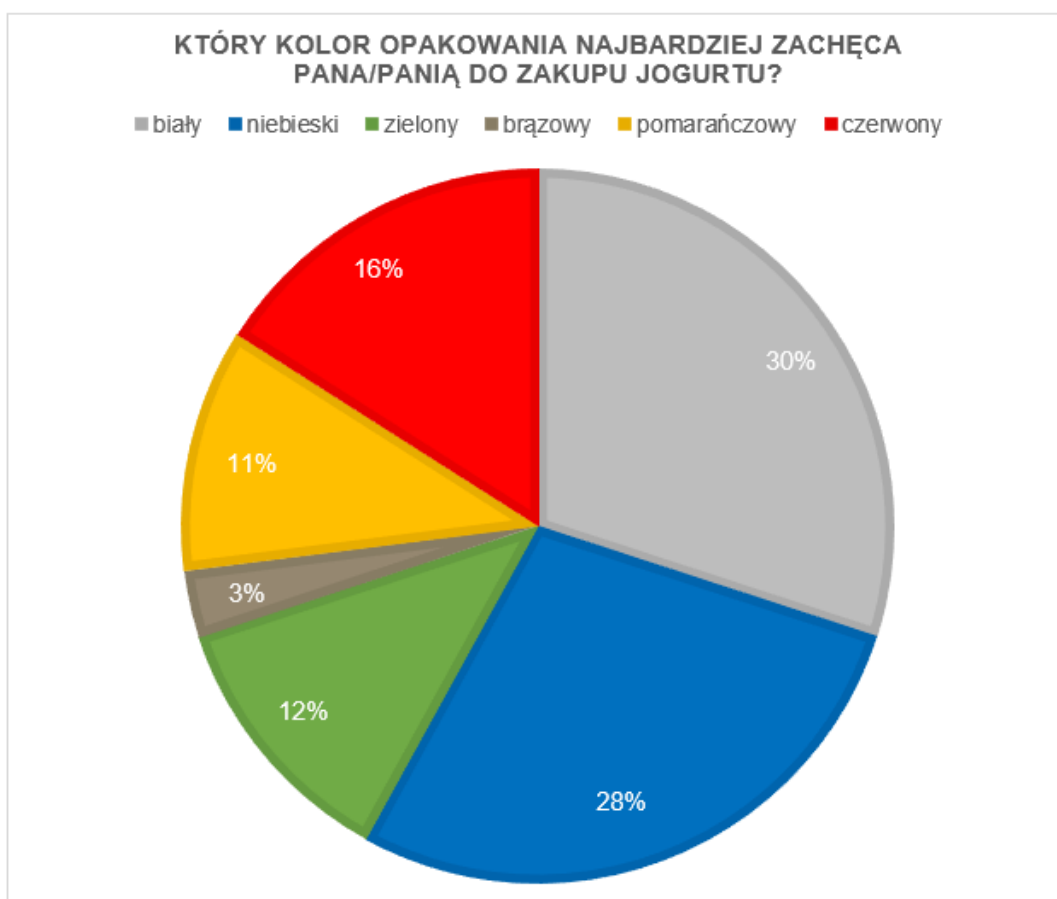
Analizę zachowań konsumentów sporządź na formularzu *analiza\_formularz.doc* umieszczonym w folderze *Activ*. Powinna uwzględniać m.in. cechy konsumentów, motyw zakupu oraz propozycję dwóch kolorów opakowania na jogurt.

Uzyskany rezultat zapisz jako dokument PDF pod nazwą *analiza* w utworzonym na pulpicie komputera folderze *PESEL* (PESEL to Twój numer PESEL).

### Charakterystyka klientów

Klientami firmy są osoby, które pragną cieszyć się życiem każdego dnia, dbają o swoje zdrowie, regularnie spożywają jogurty, zawierające szlachetne bakterie probiotyczne. Przywrócenie równowagi flory bakteryjnej w przewodzie pokarmowym oraz wzmocnienie układu odpornościowego stanowią główną motywację do zakupu. Klienci kupują jogurty, ponieważ poprawiają ogólną kondycję i samopoczucie, zwłaszcza w sytuacjach stresowych, dużego przemęczenia, a także po kuracji antybiotykowej.

**Wykres 1. Preferencje klientów w zakresie kolorystyki opakowania jogurtu**



### Wytyczne dotyczące przygotowania media planu

Przygotuj media plan dla firmy Activ S.A. z wykorzystaniem formularza *media\_plan\_formularz.xls* znajdującego się w folderze *Activ*.

Wykorzystaj następujące dane:

- zleceniodawca: Activ S.A., ul. Nowa 12, 94-047 Łódź,
- czas kampanii reklamowej: 1.07.2023 - 31.07.2023,
- emisja ogłoszenia całostronicowego raz w tygodniu w piątki oraz ogłoszenia ½ strony dwa razy w tygodniu w każdą środę i czwartek w prasie o zasięgu ogólnopolskim (przez cały czas trwania kampanii), skierowanej do czytelników poszukujących głównie informacji sportowych,
- emisja czterech spotów telewizyjnych w stacji ogólnopolskiej w każdą środę i każdy piątek. Jednostkowy koszt 30 sek. spotu telewizyjnego wynosi 70 000,00 zł,
- emisja reklamy zawierającej bardzo dużą ilość tekstu reklamowego w każdą sobotę na portalu internetowym skierowanym do ludzi dbających o zdrowie, swoją kondycję i dobre samopoczucie.

Media plan powinien zawierać ustalone wartości budżetu za poszczególne działania. Wysokość budżetu nie może przekroczyć kwoty 2 296 000,00 zł.

Uzyskany rezultat zapisz jako plik xls/xlsx o nazwie *media\_plan* w utworzonym na pulpicie komputera folderze *PESEL* (PESEL to Twój numer PESEL).

**Tabela 2. Media drukowane**

Rodzaj prasy	Zasięg	Tematyka	Częstotliwość wydania	Dzień publikacji	Rodzaj dostępnego ogłoszenia	Cena jednostkowa brutto za ogłoszenie [zł]
Pan i Pani	Ogólnopolski	Dom, ogród, praca	Tygodnik	środa	½ strony	2 000,00
					cała strona	6 000,00
Twoje Zdrowie	Ogólnopolski	Porady zdrowotne, sportowe, nowości technologiczne	Tygodnik	piątek	¼ strony	1 300,00
					½ strony	3 400,00
					cała strona	4 500,00
Aktivia	Regionalny	Nowości żywieniowe, porady kulinarne	Dwutygodnik	poniedziałek	wrzutka	5 000,00
Poranne wiadomości	Ogólnopolski	Wiadomości z kraju i świata	Dziennik	poniedziałek, wtorek, środa, czwartek, piątek	¼ strony	1 800,00
					Junior Page	3 900,00
Sportowe wydarzenia	Ogólnopolski	Wiadomości sportowe	Dziennik	poniedziałek, wtorek, środa, czwartek, piątek	½ strony	2 400,00
					Junior Page	3 400,00

**Tabela 3. Media cyfrowe**

<b>Portale internetowe</b>	<b>Grupa odwiedzająca portal</b>	<b>Rodzaj reklamy</b>	<b>Cena jednostkowa brutto [zł]</b>
www.aktywni.pl	Osoby dbające o zdrowie, swoją kondycję, dobre samopoczucie, aktywnie spędzający czas, preferujących naturalne wzmacnianie organizmu	Artykuł sponsorowany	3 500,00
www.zdrowe.zrowie.pl	Osoby szukające porad zdrowotnych, zainteresowanych prowadzeniem zdrowego trybu życia	Baner	3 000,00
www.senior.pl	Osoby dbające o zdrowie, szukające porad konsumenckich	Pop-up window	2 500,00
www.sportart.pl	Osoby czynnie uprawiające sport, dbające o zdrowie	Newsletter	1 500,00

**Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.**

**Ocenię podlegać będą 3 rezultaty:**

- brief reklamowy w pliku brief.pdf,
- analiza zachowań konsumentów w pliku analiza.pdf,
- media plan w pliku media\_plan.xls/xlsx.





