

Nazwa kwalifikacji: **Zarządzanie kampanią reklamową**
Symbol 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.08-01-25.06-SG

EGZAMIN ZAWODOWY

Rok 2025

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 wliczany 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

Na podstawie informacji zawartych w arkuszu egzaminacyjnym oraz plików z folderu **PGF.08-01-25.06-SG_materialy.7z** umieszczonego na pulpicie komputera przygotuj:

- media plan kampanii prasowej,
- budżet kampanii radiowej,
- analizę efektywności reklamy.

Hasło do folderu to: *uroda*

Zadanie wykonaj na przygotowanym stanowisku egzaminacyjnym, wyposażonym w komputer z niezbędnym oprogramowaniem. Rezultaty swojej pracy zapisz na pulpicie komputera w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL w plikach o nazwach:

- *media_plan,*
- *budzet,*
- *efektywnosc.*

Folder nazwany Twoim numerem PESEL (zawierający pliki z wszystkimi rezultatami) nagraj na płytę CD/DVD. Po zakończeniu pracy zgłoś przez podniesienie ręki chęć sprawdzenia nagranej przez siebie płyty na wyznaczonym do tego stanowisku. Po uzyskaniu zgody przewodniczącego Zespołu Nadzorującego podejdź 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 Twoim numerem PESEL i pozostaw wraz z arkuszem egzaminacyjnym na swoim stanowisku.

Strefa Urody to dynamicznie rozwijająca się sieć salonów kosmetycznych. Obejmuje kilkanaście lokalizacji na terenie całej Polski, zapewniając klientom łatwy dostęp do najwyższej jakości zabiegów. Współpraca z renomowanymi markami kosmetycznymi gwarantuje profesjonalizm i skuteczność świadczonych usług. Wnętrza salonów zostały zaprojektowane z dbałością o najwyższe standardy, aby każdy klient mógł poczuć się komfortowo i wyjątkowo podczas wizyty. Od stycznia przedsiębiorstwo planuje przeprowadzenie kampanii reklamowej w radiu i prasie.

Tabela 1. Informacje o zleceniodawcy i zleceniobiorcy

Salon Kosmetyczny STREFA URODY

ul. Zielona Aleja 11
86-100 Świecie
tel. 200 300 400
www.strefaurody.pl
salon@strefaurody.pl

Agencja Reklamowa KALEJDOSKOP

ul. Klonowa 3
85-010 Bydgoszcz
tel. 111 222 333
www.agencjakalejdoskop.pl
agencja@kalejdoskop.pl

Wytyczne do sporządzenia media planu kampanii prasowej

- media plan wykonaj na formularzu zawartym w pliku *media_plan_formularz.xls*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-25.06-SG_materialy.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- przygotowany media plan zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *media_plan* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*;
- uzupełnij komórki:
 - zleceniodawca;
 - tytuł gazety;
 - rodzaj wybranego do kampanii ogłoszenia modułowego;
 - dni tygodnia;
 - data;
- kampania prasowa rozpoczyna się w poniedziałek 3 lipca i trwa cztery tygodnie;
- do kampanii wybierz tylko jedną gazetę, w której umieszczona zostanie reklama;
- w wybranym tytule zaplanuj emisję tylko jednego rodzaju ogłoszenia modułowego w ciągu trwania całej kampanii;
- budżet na kampanię prasową wynosi 1 200,00 zł netto i musi zostać wykorzystany w całości;
- obliczenia wykonaj w arkuszu kalkulacyjnym z użyciem formuł;
- zastosuj odpowiednie formaty komórek;
- dane walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku;
- dane przedstawiające datę wyświetl w formacie data używając zapisu: DD-MM;
- dni tygodnia przedstaw za pomocą liter wzorując się na kalendarzu – rysunek 1;
- do wykonania media planu wykorzystaj dane zawarte w tabeli 1 i tabeli 2.

Tabela 2. Cennik reklamy prasowej

tytuł	moduł	cena netto za emisję pojedynczego modułu w jednym wydaniu pisma
Piękno Codziennie dziennik	1/4 strony	40,00 zł
	1/2 strony	70,00 zł
	1/1strony	130,00 zł
Tajemnice Piękna tygodnik	1/4 strony	200,00 zł
	1/2 strony	300,00 zł
	1/1strony	500,00 zł
Blask i Styl miesięcznik	1/4 strony	1 000,00 zł
	1/2 strony	1 500,00 zł
	1/1strony	2 000,00 zł

Uwaga!

Piękno Codziennie ukazuje się 5 razy w tygodniu od poniedziałku do piątku

Tajemnice Piękna ukazuje się raz w tygodniu w każdy poniedziałek

Blask i Styl ukazuje się raz w miesiącu w pierwszy czwartek miesiąca

LIPIEC						
Pn	Wt	Śr	Cz	Pt	Sb	N
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Rysunek 1. Kalendarz

Wytyczne do sporządzenia budżetu kampanii radiowej

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *budzet_formularz.xls*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-25.06-SG_materialy.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- przygotowany budżet zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *budzet* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*;
- kampania reklamowa planowana jest w ogólnopolskiej stacji radiowej, której zasięg wynosi minimum 400 000 słuchaczy;
- spoty reklamowe muszą mieć długość 30 sekund;
- czas trwania kampanii radiowej wynosi 10 dni;
- w każdym dniu trwania kampanii reklamowej należy wyemitować dwa spoty;
- obliczenia wykonaj w arkuszu kalkulacyjnym z użyciem formuł;
- zastosuj odpowiednie formaty komórek;
- dane walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku;
- do obliczeń wykorzystaj tabelę 3.

Tabela 3. Cennik reklamy radiowej

Nazwa stacji radiowej		Zasięg stacji [liczba słuchaczy]	długość spotu reklamowego	Cena netto spotu
Regionalna stacja radiowa	VISTA	280 000	15 sekund	110,00 zł
			30 sekund	150,00 zł
	FALA	300 000	15 sekund	90,00 zł
			30 sekund	210,00 zł
	ECHO	420 000	15 sekund	180,00 zł
			30 sekund	130,00 zł
Ogólnopolska stacja radiowa	STEREOSOUL	240 000	15 sekund	400,00 zł
			30 sekund	550,00 zł
	WAVE	350 000	15 sekund	520,00 zł
			30 sekund	600,00 zł
	MIX	500 000	15 sekund	650,00 zł
			30 sekund	700,00 zł
UWAGA! Podane ceny są cenami netto. Należy doliczyć podatek VAT 23%				

Wytyczne do przeprowadzenia analizy efektywności reklamy

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *efektywnosc_formularz.xls*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-25.06-SG_materiały.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- przygotowaną analizę efektywności zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *efektywnosc* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*;
- uzupełnij komórki:
 - wielkość sprzedaży po zakończeniu kampanii reklamowej;
 - wielkość sprzedaży przed rozpoczęciem kampanii reklamowej;
 - wielkość wydatków na reklamę;
- wartość wskaźników: przyrost sprzedaży wywołany reklamą i rentowność reklamy oblicz w arkuszu kalkulacyjnym z użyciem formuł;
- zastosuj odpowiednie formaty komórek;
- dane walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku;
- zinterpretuj wartość wskaźnika rentowność reklamy;
- do obliczeń wykorzystaj dane zawarte w tabeli 4 oraz tabeli 5.

Tabela 4. Wzory wskaźników

Nazwa wskaźnika	wzór
Przyrost sprzedaży wywołany reklamą ΔS	$\Delta S = S_1 - S_0$ S_1 - wielkość sprzedaży po zakończeniu kampanii reklamowej S_0 - wielkość sprzedaży przed rozpoczęciem kampanii reklamowej
Rentowność reklamy R_R	$R_R = \frac{\text{Wartość sprzedaży osiągniętej dzięki reklamie}}{\text{Wielkość nakładów na reklamę}}$

Tabela 5. Dane z badania reklamy

Wielkość sprzedaży po przeprowadzeniu kampanii reklamowej	70 800,00 zł
Wielkość sprzedaży przed rozpoczęciem kampanii reklamowej	40 800,00 zł
Wielkość wydatków na reklamę	10 000,00 zł

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenie podlegać będzie 5 rezultatów:

- media plan kampanii prasowej – zawartość pliku,
- media plan kampanii prasowej – formatowanie pliku,
- budżet kampanii radiowej – zawartość pliku,
- budżet kampanii radiowej – formatowanie pliku,
- analiza efektywności reklamy.

Wypełnia zdający

Do arkusza egzaminacyjnego dołączam płytę CD/DVD opisaną numerem PESEL

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

, której jakość nagrania została przeze mnie sprawdzona.

PESEL										, której jakość nagrania została przeze mnie sprawdzona.
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

**Potwierdzam, że do arkusza egzaminacyjnego dołączona jest płyta CD/DVD, opisana numerem PESEL
zdającego.**

.....
Czytelny podpis Przewodniczącego ZN