

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.08-01-25.01-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 9 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 umieszczonych w folderze

PGF.08-01-25.01-SG_materialy.7z:

- przygotuj:
 - charakterystykę grupy docelowej,
 - media plan kampanii reklamowej,
- oblicz:
 - współczynnik rentowności,
 - koszt uzyskania jednego punktu ratingowego.

Hasło do folderu: **08-z1-SUPER**

Zadanie wykonaj na przygotowanym stanowisku egzaminacyjnym, wyposażonym w komputer z niezbędnym oprogramowaniem.

Rezultaty swojej pracy zapisz na płycie CD/DVD w folderze opisanym swoim numerem PESEL w plikach o nazwach:

- *charakterystyka,*
- *media_plan,*
- *rentownosc,*
- *koszty.*

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 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. Sprawdzonej płytę opisz Twoim numerem PESEL i pozostaw wraz z arkuszem egzaminacyjnym na swoim stanowisku

W celu zwiększenia sprzedaży i poprawy wizerunku przedsiębiorstwo SUPER zwróciło się do agencji reklamowej JAWO Jan Wojtecki z prośbą o przygotowanie charakterystyki grupy docelowej, opracowanie media planu kampanii reklamowej, a po jej zakończeniu obliczenie współczynnika rentowności reklamy R_R oraz kosztu uzyskania jednego punktu ratingowego CPP.

Informacje o firmie SUPER

SUPER to producent wysokiej jakości sprzętu fitness i akcesoriów do użytku domowego. W ofercie przedsiębiorstwa znajdują się między innymi rowery magnetyczne, elektromagnetyczne i spinningowe, orbitreki i platformy wibrujące. Wysokiej jakości sprzęt treningowy marki SUPER jest gwarancją komfortowych ćwiczeń w zaciszu własnego domu, o dowolnej porze.

Firma SUPER sprzedaje swoje wyroby w sklepie internetowym pod adresem: www.sport-super.com.

Tabela 1. Dane zleceniodawcy i zleceniobiorcy

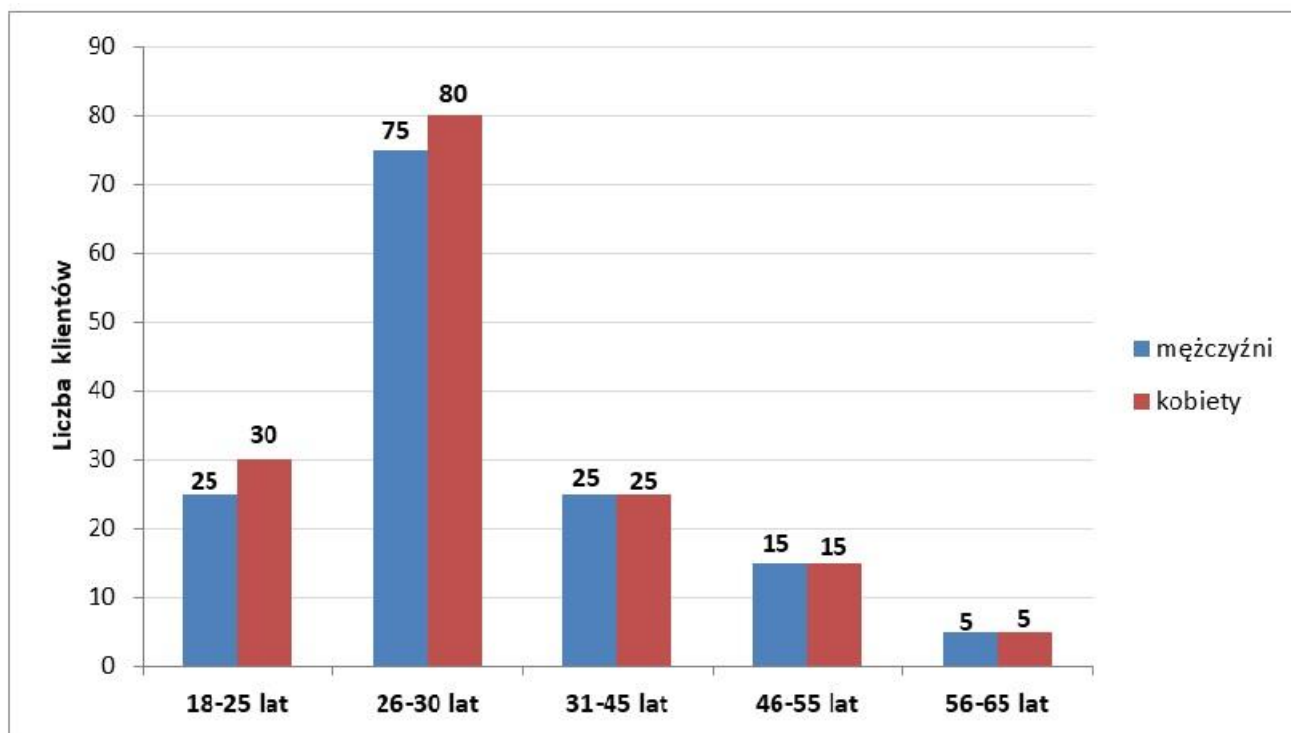
Dane przedsiębiorstwa: SUPER Sp. z o.o. ul. Pogodna 12 05-500 Piaseczno www.sport-super.com e-mail: bok@sport-super.pl tel. 111 222 333	Dane agencji reklamowej JAWO Jan Wojtecki: Agencja reklamowa JAWO Jan Wojtecki ul. Uroczą 42 02-200 Warszawa www.ag-jawo.com e-mail: agencja@ag-jawo.com tel. 888 777 666
--	--

Wytyczne do przygotowania charakterystyki grupy docelowej

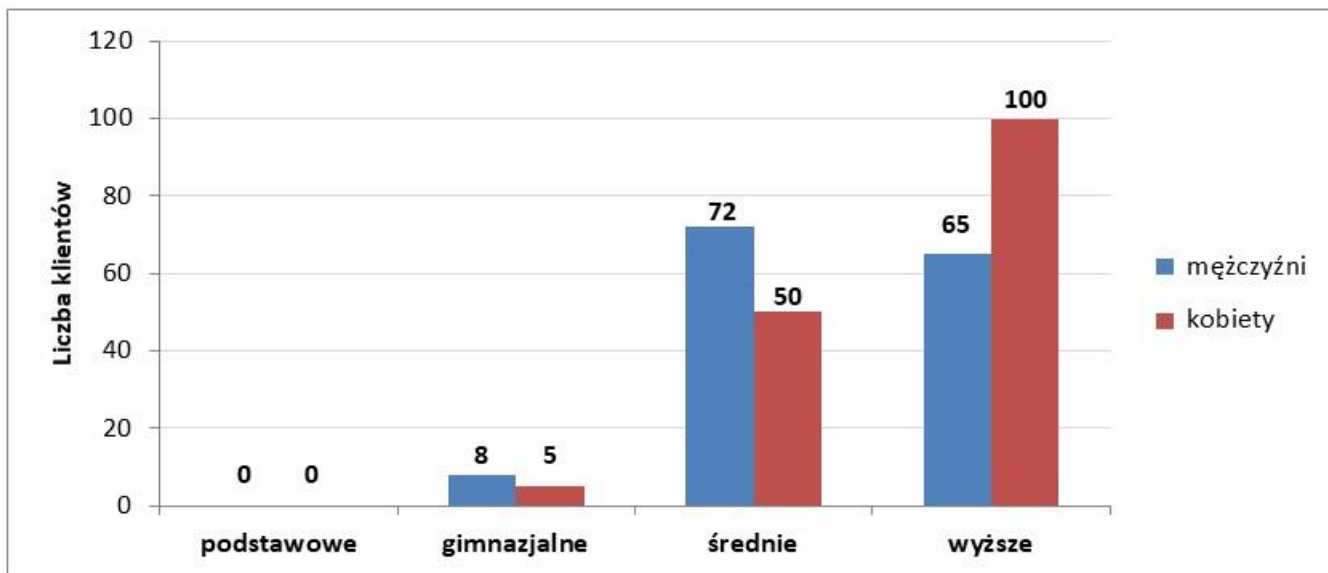
Przygotuj charakterystykę grupy docelowej na formularzu zawartym w pliku *charakterystyka_formularz.doc*, umieszczonym w folderze **PGF.08-01-25.01-SG_materialy.7z**.

Na podstawie zestawienia przeprowadzonych badań marketingowych, dostarczonych przez firmę SUPER, przygotuj charakterystykę grupy docelowej wybierając te cechy, które na wykresach osiągają najwyższe wartości.

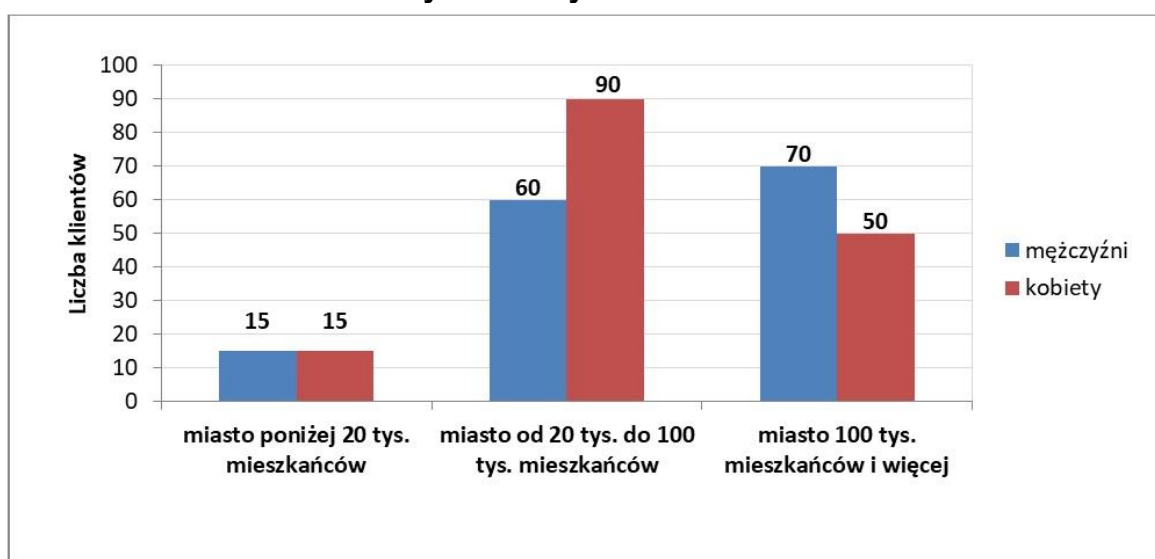
Wykonaną pracę zapisz w pliku *charakterystyka.doc/docx* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL.



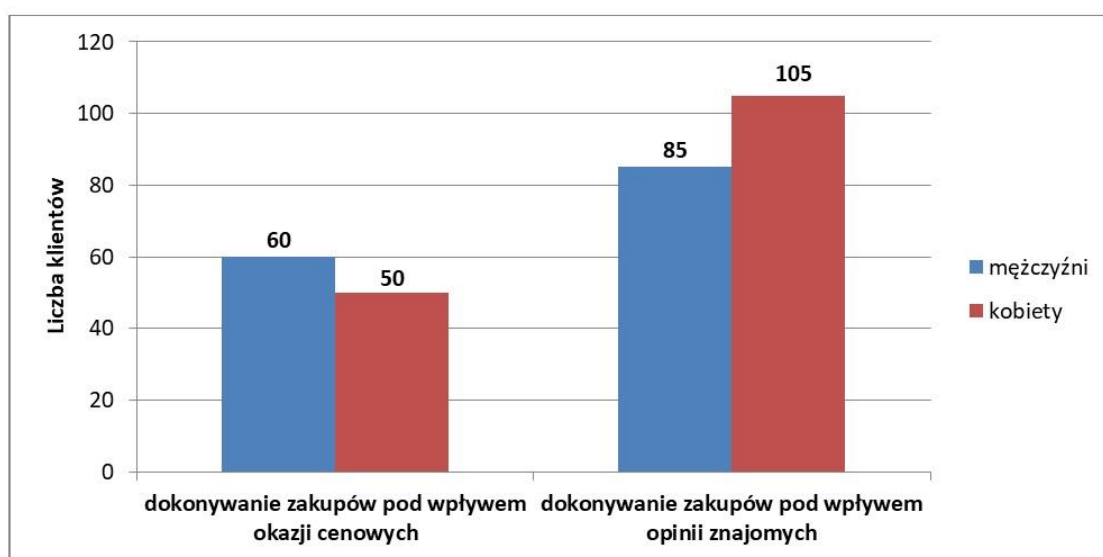
Wykres 1. Struktura wiekowa klientów



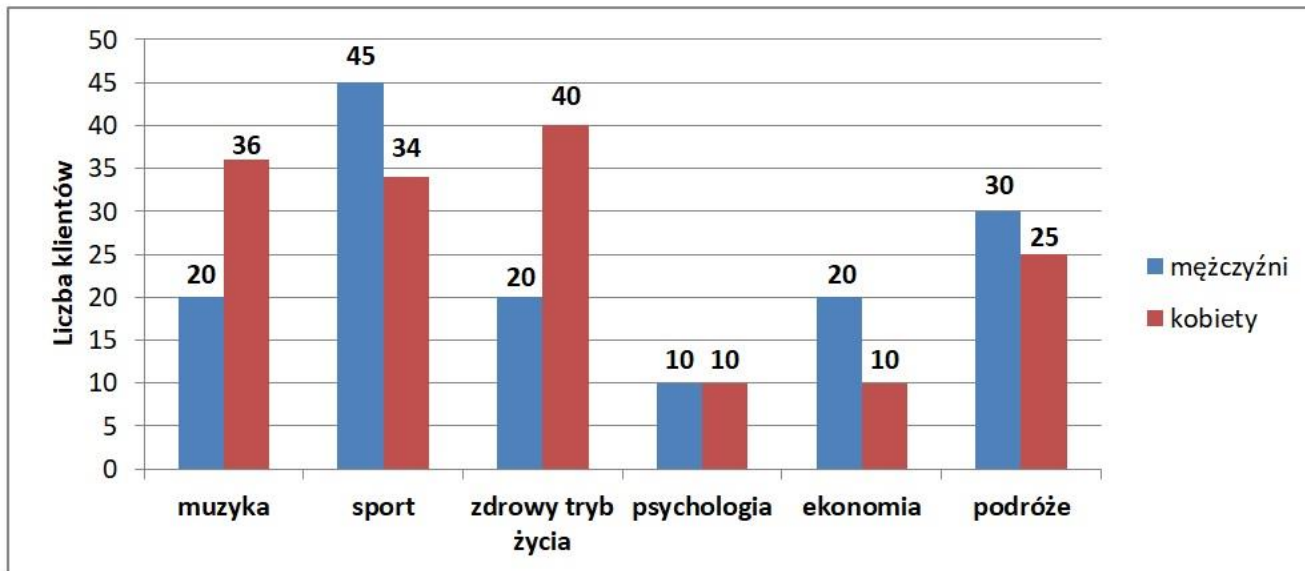
Wykres 2. Wykształcenie klientów



Wykres 3. Miejsce zamieszkania klientów



Wykres 4. Czynniki wpływające na decyzje zakupowe



Wykres 5. Zainteresowania klientów

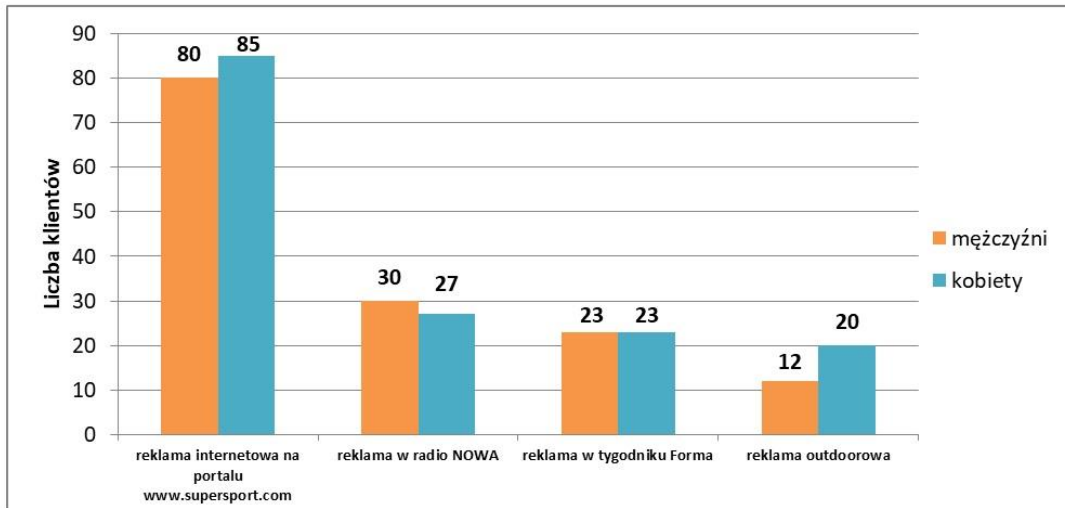
Wytyczne do przygotowania media planu

Na podstawie *Wykresu 6. Źródła pozyskania informacji o firmie SUPER* wybierz trzy najczęściej wybierane media i środki reklamy, a na podstawie *Wykresów 7-10* wybierz po jednym, najczęściej wybieranym nośniku reklamowym w tych mediach. Przygotowany media plan zapisz w pliku o nazwie *media_plan.xls/xlsx* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL.

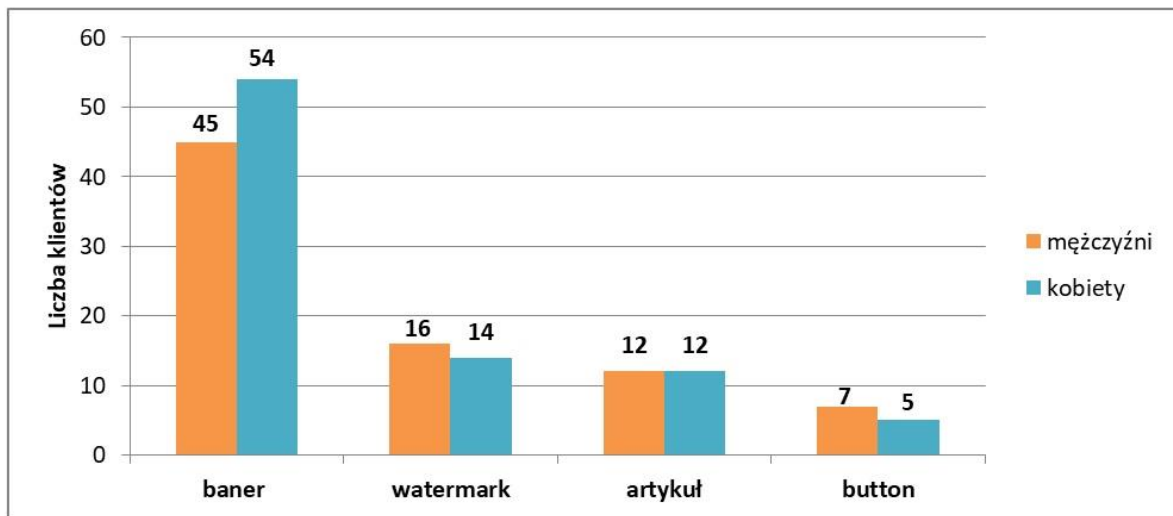
W oparciu o dokonane wybory sporządź na formularzu znajdującym się w pliku *media_plan_formularz.xls* umieszczonym w folderze **PGF.08-01-25.01-SG_materiały.7z** media plan zgodnie z następującymi wytycznymi:

1. Reklama w najczęściej wybieranym medium ma być emitowana w okresie styczeń - czerwiec.
2. Reklama w drugim pod względem wybieralności medium powinna pojawiać się w miesiącach: marzec - czerwiec.
3. Reklama w trzecim pod względem wybieralności medium powinna być zaplanowana tak, aby nie pokrywała się z emisją w mediach wskazanych powyżej oraz z okresem wakacyjnym (lipiec - sierpień) i trwać do końca roku kalendarzowego.
4. Wybrany nośnik reklamy internetowej należy emitować przez 7 dni w tygodniu przez wszystkie tygodnie w wybranym okresie emisji.
5. Reklama audio powinna mieć 10 emisji tygodniowo w wybranym okresie.
6. Reklama drukowana powinna pojawiać się raz w tygodniu w wybranym okresie emisji.

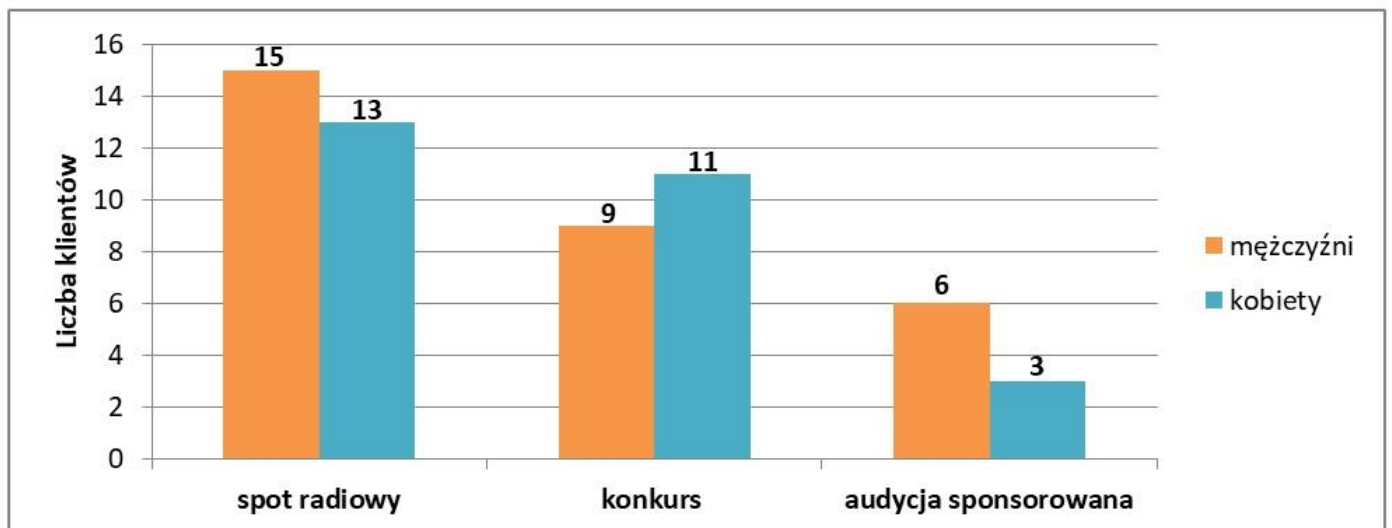
Oblicz koszt kampanii reklamowej uwzględniając liczbę emisji oraz koszt przygotowania projektów. Koszty przygotowania i emisji reklam zawarte są w *Tabelach 2-4*.



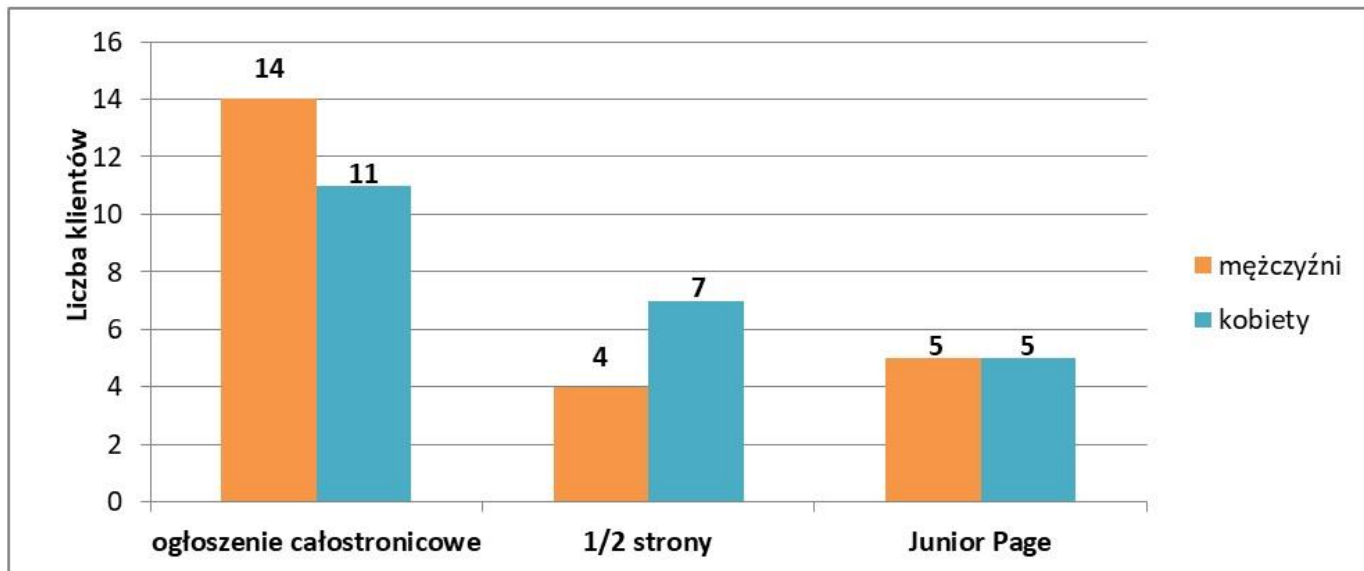
Wykres 6. Źródła pozyskania informacji o firmie SUPER



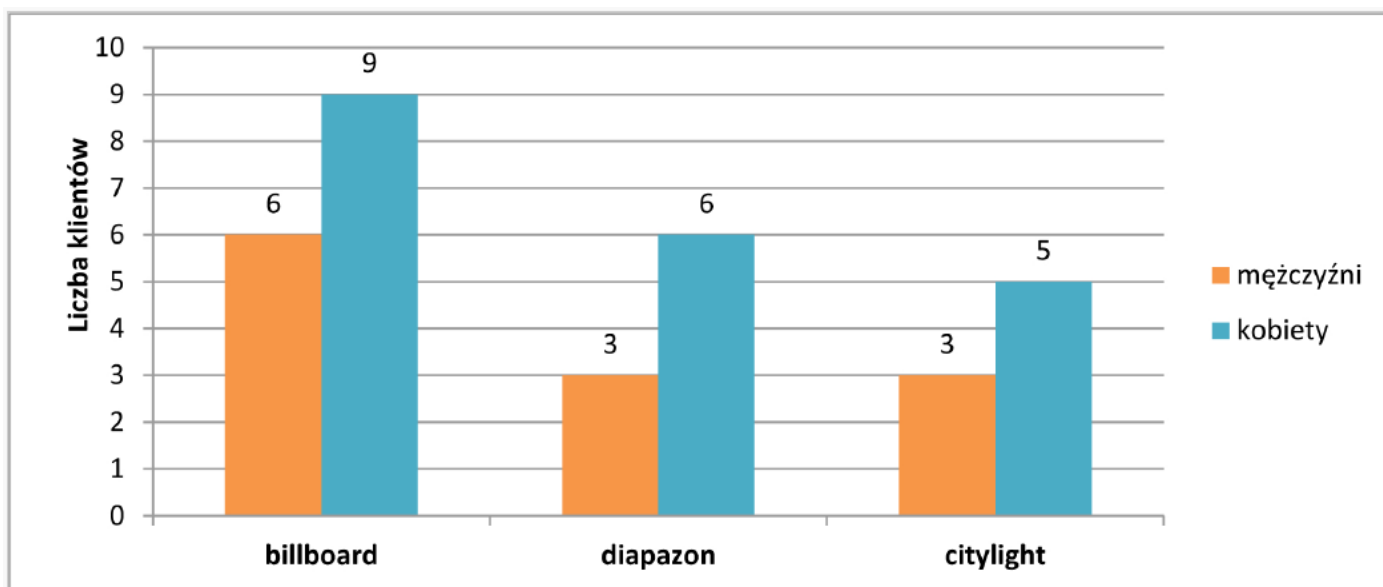
Wykres 7. Nośniki reklamy emitowane na portalu www.supersport.com



Wykres 8. Nośniki reklamy w radiu NOWA



Wykres 9. Formy reklamy publikowane w tygodniku Forma



Wykres 10. Nośniki reklamy outdoorowej

Tabela 2. Ceny dotyczące przygotowania i emisji reklam internetowych

Rodzaj reklamy w internecie	Cena opracowania projektu	Cena emisji [cena za 1 tydzień emisji]
baner	200,00 zł	90,00 zł
button	250,00 zł	35,00 zł
watermark	300,00 zł	130,00 zł
artykuł	400,00 zł	2 000,00 zł

Tabela 3. Ceny dotyczące przygotowania reklam radiowych i koszt ich emisji

Rodzaj reklamy radiowej	Cena przygotowania reklamy	Cena emisji reklam w lokalnym radio NOWA [cena za emisję]
spot radiowy	500,00 zł	300,00 zł
konkurs radiowy	450,00 zł	250,00 zł
dżingiel	400,00 zł	350,00 zł

Tabela 4. Ceny dotyczące przygotowania ogłoszeń w prasie i koszt ich emisji

Rodzaj ogłoszenia modułowego w prasie	Cena opracowania projektu	Cena emisji ogłoszenia w tygodniku Forma [cena za emisję]
½ strony	200,00 zł	800,00 zł
Junior Page	250,00 zł	1 400,00 zł
całostronicowe	300,00 zł	1 500,00 zł

Tabela 5. Ceny dotyczące przygotowania reklam outdoorowych i koszt ich emisji

Rodzaj reklamy outdoorowej	Cena opracowania projektu	Cena ekspozycji reklam outdoorowych [cena za miesiąc]
billboard	1 000,00 zł	1 500,00 zł
diapazon	300,00 zł	750,00 zł
citylight	250,00 zł	900,00 zł

Wytczne do obliczenia współczynnika rentowności reklamy

Do wyliczenia współczynnika rentowności reklamy R_R wykorzystaj formularz zawarty w pliku *rentownosc_formularz.xls* umieszczony w folderze **PGF.08-01-25.01-SG_materialy.7z**. Obliczenia zapisz w pliku *rentownosc.xls/xlsx* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL.

Współczynnik rentowności reklamy oblicz wykorzystując wzór:

$$R_R = \frac{\text{Wartość sprzedaży osiągniętej dzięki reklamie}}{\text{Wielkość nakładów na reklamę}}$$

Firma Super prowadzi sprzedaż swoich produktów na terenie dwóch województw: X i Y. Na terenie obu z nich sprzedaż przed rozpoczęciem kampanii reklamowej była na tym samym poziomie. Działania reklamowe prowadzone były tylko na obszarze województwa Y. Na ich skutek sprzedaż na terenie tego województwa wzrosła do poziomu 280 500,00 zł., a na terenie województwa X (bez prowadzonej kampanii) wyniosła 160 500,00 zł.

Do obliczeń wykorzystaj koszt kampanii reklamowej obliczony w media planie. Przy obliczeniach w arkuszu kalkulacyjnym zastosuj formuły. Wartości sprzedaży i nakładów poniesionych na reklamę zapisz w formacie walutowym z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. Wartość współczynnika rentowności reklamy zapisz do dwóch miejsc po przecinku z zachowaniem matematycznych reguł zaokrąglania.

Wytyczne do obliczenia wskaźnika kosztu uzyskania jednego punktu ratingowego

Do obliczenia wskaźnika EP wykorzystaj przygotowany formularz zawarty w pliku *koszty_formularz.xls* umieszczony w folderze **PGF.08-01-25.01-SG_materiały.7z**. Obliczenia zapisz w pliku *koszty.xls/xlsx* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL.

Dodatkowo przedsiębiorstwo SUPER Sp. z o.o. przeprowadziło kampanię reklamową w trzech stacjach telewizyjnych. Na podstawie danych zawartych w Tabeli 6. Dane do obliczenia wskaźnika kosztu dotarcia do audytorium, oblicz przy użyciu formuł, wskaźnik kosztu uzyskania jednego punktu ratingowego CP oraz określ, w której stacji koszt ten był najniższy. Wartości wskaźnika CP zapisz w formacie walutowym i zapisz do dwóch miejsc po przecinku z zachowaniem matematycznych reguł zaokrąglania.

Tabela 6. Dane do obliczenia wskaźnika kosztu dotarcia do audytorium

Rodzaj stacji	Koszt kampanii telewizyjnej w wybranej stacji	Współczynnik GRP
Stacja 1	50 000,00 zł	200
Stacja 2	48 000,00 zł	150
Stacja 3	39 000,00 zł	180

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenię podlegać będzie 5 rezultatów:

- charakterystyka grupy docelowej – plik *charakterystyka*,
- kryteria segmentacji – plik *charakterystyka*,
- media plan kampanii reklamowej – plik *media_plan*,
- współczynnik rentowności – plik *rentownosc*,
- koszt uzyskania jednego punktu ratingowego – plik *koszty*.

