

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

Wypełnia zdający

Numer PESEL zdającego*

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

Numer stanowiska

--	--	--

Miejsce na naklejkę z numerem
PESEL i z kodem ośrodka

Czas trwania egzaminu: **180** minut

PGF.08-01-26.06-SG

EGZAMIN ZAWODOWY

Rok 2026

CZĘŚĆ PRAKTYCZNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2019**

Instrukcja dla zdającego

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

** w przypadku otrzymania naklejki

Zadanie egzaminacyjne

Na podstawie informacji zawartych w arkuszu egzaminacyjnym oraz plików zawartych w folderze **przygoda.7z** umieszczonym na pulpicie komputera przygotuj:

- brief mediowy,
- flowchart kampanii,
- budżet kampanii,

Hasło do rozpakowania folderu: **P14s3k**

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

- *brief_mediowy*
- *flowchart*
- *budżet*

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 swoim numerem PESEL i pozostaw wraz z arkuszem egzaminacyjnym na swoim stanowisku.

Informacje ogólne

MythForge Studios 15 listopada wypuszcza na rynek nową grę RPG – „Luna: Piaski Przeznaczenia II”. Gra cechuje się oryginalną fabułą oraz bardzo rozbudowanym kreatorem postaci. W związku z premierą rusza kampania reklamowa pod nazwą „Otwórz drzwi do przygody”, z mottem „Wejdź do świata, gdzie Ty tworzysz legendę”. Przekaz kampanii będzie utrzymany w stylu epickim, tajemniczym i wciągającym.

Głównymi celami działań promocyjnych jest zwiększenie rozpoznawalności gry wśród fanów fabularnych gier fantasy oraz zachęcenie graczy do jej zakupu. Producent określił również kluczowe cele sprzedażowe: dotarcie do minimum 3 milionów odbiorców i osiągnięcie 20% wzrostu sprzedaży w pierwszym miesiącu względem poprzedniej części.

Grupa docelowa to kobiety i mężczyźni w wieku 18–45 lat, mieszkający w dużych miastach w Polsce, pasjonujący się grami RPG, fantastyką, komiksami i sci-fi.

Wytyczne do przygotowania briefu mediowego

- brief mediowy wykonaj na formularzu zawartym w pliku *brief_mediowy_formularz.doc* znajdującym się w folderze **przygoda.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- przygotowany brief mediowy zapisz w formacie DOC lub DOCX w pliku o nazwie *brief* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL;
- do przygotowania briefu mediowego wykorzystaj *Informacje ogólne* oraz dane zawarte w *Tabeli 1*, *Tabeli 2* oraz *Tabeli 3*;
- czas trwania kampanii: 1 listopada - 5 grudnia (pięć tygodni);
- zaplanuj kampanię w telewizji, internecie oraz w czasopiśmie o tematyce gier komputerowych i fantasy;
- wybierz do kampanii:

- telewizyjnej: dwie stacje, które w czasie największej oglądalności mają najwyższy wskaźnik (AMR%) w grupie wiekowej 18 – 45 lat;
- internetowej: dwie witryny z największą tygodniową liczbą unikalnych użytkowników i po jednym najdroższym nośniku reklamy dla każdej z nich;
- prasowej: dwa miesięczniki z najwyższym wskaźnikiem sprzedaży nakładu.

Wytyczne do przygotowania flowchartu kampanii reklamowej

- flowchart przygotuj na formularzu zawartym w pliku *flowchart_formularz.xls* znajdującym się w folderze **przygoda.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- sporządzony flowchart zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *flowchart* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL;
- do przygotowania flowchartu wykorzystaj *Informacje ogólne*, dane zawarte w *Tabeli 1*, *Tabeli 2*, *Tabeli 3* oraz dane z pliku *brief_mediowy.doc*;
- uzupełnij wszystkie pola nagłówka flowchartu:
- dla każdej ze stacji telewizyjnych wskazanych w briefie mediowym zaplanuj emisję dwóch 15 sekundowych spotów dziennie, od poniedziałku do piątku (z wyjątkiem dni świątecznych), przez cały okres trwania kampanii;
- dla każdego z czasopism wskazanych w briefie mediowym zaplanuj reklamę w postaci całostronicowego ogłoszenia w wydaniu listopadowym;
- dla każdej z witryn wskazanej w briefie mediowym zaplanuj emisję reklamy wyłącznie w tygodniach, w których nie ukazuje się ogłoszenie w prasie;
- dla poszczególnych mediów emisję reklam zapisz liczbą;

Wytyczne do przygotowania budżetu kampanii reklamowej

- budżet przygotuj na formularzu zawartym w pliku *budzet_formularz.xls* znajdującym się w folderze **przygoda.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- sporządzony budżet zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *budzet* w folderze nazwanym Twoim numerem PESEL;
- do przygotowania budżetu wykorzystaj *Informacje ogólne*, dane zawarte w *Tabeli 1*, *Tabeli 2* oraz *Tabeli 3* oraz dane z pliku o nazwie *flowchart.xls*;
- wykonaj obliczenia wypełniając wszystkie pola w zamieszczonych w formularzu tabelach:
 - kampania telewizyjna;
 - kampania internetowa;
 - kampania prasowa;
 - łącznie kampania reklamowa;
- wartości walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku zgodnie z matematycznymi regułami zaokrąglania;

Tabela 1. Cennik emisji spotów oraz oglądalność w TV
(Podane ceny są cenami netto jednej emisji spotu)

Stacja telewizyjna	Pora emisji			
	Early morning		Prime time	
	Cena netto za emisję 30-sekundowego spotu	AMR% wiek 18 - 45	Cena netto za emisję 30-sekundowego spotu	AMR% wiek 18 - 45
Telewizja 1	6 200,00 zł	12	8 080,00 zł	24
Telewizja 2	5 120,00 zł	13	6 240,00 zł	17
Telewizja 3	4 080,00 zł	10	6 000,00 zł	22
Telewizja 4	5 600,00 zł	21	8 000,00 zł	26
UWAGA: dla spotów 15 sekundowych należy zastosować przelicznik 0,5 ceny podanej w tabeli				

Tabela 2. Cennik tygodniowej emisji reklamy internetowej wraz z zasięgami
(podane ceny są cenami netto i dotyczą 1 tygodnia emisji)

Witryny internetowe	Nośnik reklamy	Okres emisji	Cena netto w zł	Zasięg (unikalni użytkownicy/tydzień)
GameForge	Full banner	tydzień	1 700,00	200 000
	Scyscraper		920,00	
	Pop-up		4 300,00	
	Expandable Banner		5 600,00	
PixelRush	Full banner	tydzień	2 000,00	175 000
	Scyscraper		900,00	
	Pop-up		2 700,00	
	Expandable Banner		4 500,00	
QuestZone	Full banner	tydzień	1 500,00	250 000
	Scyscraper		860,00	
	Pop-up		2 900,00	
	Expandable Banner		4 700,00	

Tabela 3. Cennik emisji reklamy prasowej wraz z wielkością sprzedaży i nakładu
(podane ceny są cenami netto i dotyczą pojedynczego ogłoszenia)

Tytuł miesięcznika	Sprzedaż w egz.	Nakład w egz.	Cena netto w zł za reklamę całostronicową	Data publikacji
A	140 000	200 700	5 000,00	22 listopada
B	60 000	120 500	4 000,00	16 listopada
C	250 000	800 000	2 500,00	12 listopada
D	120 000	200 100	8 000,00	8 listopada

$$\text{Wskaźnik sprzedaży nakładu} = \frac{\text{liczba sprzedanych egzemplarzy}}{\text{nakład}} \times 100[\%]$$

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenie będą podlegać 4 rezultaty:

- brief mediowy
- flowchart
- budżet – część dotycząca kampanii telewizyjnej i internetowej
- budżet – część dotycząca kampanii prasowej i kampanii reklamowej łącznie

Wypełnia zdający w przypadku nagranej płyty

Do arkusza egzaminacyjnego dołączam płytę CD/DVD z rezultatami wykonania zadania egzaminacyjnego opisaną przeze mnie numerem PESEL

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

 i oświadczam, że jakość nagrania została przeze mnie sprawdzona.

Wypełnia zdający w przypadku nienagranej (pustej) płyty

Poświadczam numerem PESEL

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

, że do arkusza nie dołączam płyty CD/DVD z rezultatami wykonania zadania egzaminacyjnego.

Wypełnia Przewodniczący ZN

- ☐ Potwierdzam, że do arkusza egzaminacyjnego dołączona jest płyta CD/DVD, opisana numerem PESEL zdającego.
- ☐ Potwierdzam, że do arkusza egzaminacyjnego nie została dołączona płyta CD/DVD.

Czytelny podpis Przewodniczącego ZN