

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.08-01-26.01-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 z folderu **PGF.08-01-26.01-SG_materialy.7z** umieszczonego na pulpicie komputera przygotuj:

- plan kampanii reklamowej,
- budżet kampanii reklamowej,
- analizę intensywności kampanii telewizyjnej.

Hasło do folderu to **EraElektroniki**

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 trzech plikach o nazwach:

- *plan_kampanii*,
- *budzet*,
- *intensywnosc*.

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.

Grupa popularnych w kraju influencerów chce wprowadzić na rynek nową linię elektronicznych gadżetów i akcesoriów dedykowanych młodzieży w wieku od 16 do 25 lat. W skład tej linii mogą wchodzić na przykład modne etui do telefonów komórkowych, praktyczne powerbanki w oryginalnych wzorach oraz stylowe słuchawki Bluetooth. Influencerzy planują równocześnie kampanię promocyjną pod nazwą: „VibeBoost: Nowa Era Gadżetów Elektronicznych” na swoich platformach społecznościowych oraz w telewizji. Aby poinformować klientów o nowych produktach, zwiększyć zaufanie konsumentów i zachęcić ich do zakupu, promocja będzie odbywać się także poprzez organizację konkursów oraz specjalne eventy online.

Wytyczne do przygotowania planu kampanii reklamowej

- plan kampanii wykonaj na formularzu zawartym w pliku *plan_kampanii_formularz.doc*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-26.01-SG_materialy.7z** umieszczonym na pulpicie komputera;
- przygotowany plan kampanii zapisz w orientacji poziomej na jednej stronie A4 w formacie PDF w pliku o nazwie *plan_kampanii* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*;
- kampania reklamowa:
 - rozpoczyna się 1 kwietnia,
 - trwa 3 tygodnie,
- kampania reklamowa planowana jest w dwóch ogólnopolskich stacjach telewizyjnych o najwyższym zasięgu,
- kampania polega na emisji przez siedem dni w każdym tygodniu trwania kampanii:
 - 30" spotów reklamowych dwa razy dziennie w stacji o najwyższym zasięgu,
 - 20" spotów raz dziennie w drugiej z dwóch stacji o najwyższym zasięgu,
- do wykonania planu kampanii wykorzystaj dane zawarte w tabeli 1.

Tabela 1. Zasięg wybranych stacji telewizyjnych

Stacja telewizyjna	Zasięg	Zasięg [%]	AMR [%]
			wiek 16-25
TV1	regionalny	12	8
TV2	ogólnopolski	20	18
TV3	regionalny	9	7
TV4	ogólnopolski	8	15
TV5	ogólnopolski	5	10
TV6	ogólnopolski	19	15

Wytyczne do sporządzenia budżetu kampanii reklamowej

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *budzet_formularz.xls*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-26.01-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*,
- w budżecie kampanii reklamowej uwzględnij:
 - koszty produkcji i emisji spotów reklamowych,
 - koszty sponsoringu programu rozrywkowego,
- koszty produkcji:
 - spotu 30" wynoszą 90 000,00 zł,
 - spotu 20" wynoszą 60 000,00 zł,
- w ramach kampanii zaplanowano sponsoring programu rozrywkowego emitowanego w każdą sobotę,
- do sponsoringu wybierz jedną z dwóch stacji wskazanych do kampanii, która ma wyższą wartość wskaźnika średniej oglądalności minutowej AMR (Average Minute Rating),
- jeżeli wartość netto zamówienia przekroczy 1 milion złotych agencja udziela 10 % rabatu,
- obliczenia wykonaj w arkuszu kalkulacyjnym z użyciem formuł,
- dane walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku zgodnie z matematycznymi regułami zaokrąglania,
- do obliczeń wykorzystaj dane zawarte w tabeli 2 i tabeli 3.

Tabela 2. Cennik sponsoringu i spotów telewizyjnych

Stacja telewizyjna	Cena netto sponsoringu emisji programu rozrywkowego [zł]	Cena netto emisji spotu reklamowego [zł]
TV 1		7 000,00
TV 2	70 000,00	20 500,00
TV 3		5 000,00
TV 4	50 000,00	15 800,00
TV 5		10 200,00
TV 6	60 000,00	20 000,00
UWAGA! Podane ceny są cenami netto. Należy doliczyć podatek VAT 23 %		

Tabela 3. Mnożniki ceny netto pojedynczej emisji dla różnej długości spotów

długość spotu [sekunda]	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60
mnożnik	0,4	0,5	0,7	0,8	0,9	1	1,2	1,3	1,4	1,5	1,8	2

Wytyczne do analizy intensywności kampanii telewizyjnej

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *intensywnosc_formularz.doc*, znajdującym się w folderze **PGF.08-01-26.01-SG_materiały.7z** umieszczonym na pulpicie komputera,
- obliczone wskaźniki zapisz na jednej stronie A4 w orientacji pionowej w formacie PDF w pliku o nazwie *intensywnosc* w folderze nazwanym Twoim numerem **PESEL**,
- oblicz zasięgi osiągnięte przez poszczególne stacje telewizyjne wykorzystane w kampanii reklamowej,
- oblicz wskaźnik GRP dla każdej ze stacji telewizyjnych wybranych do kampanii reklamowej,
- oblicz intensywność kampanii telewizyjnej,
- do obliczeń wykorzystaj dane zawarte w tabeli 4.

Tabela 4. Dane z badania reklamy

Stacja radiowa	Średnia częstotliwość kontaktów z reklamą	Liczba osób mających kontakt z reklamą przynajmniej raz	Liczebność grupy docelowej
I stacja telewizyjna wybrana do kampanii	5	10 000	100 000
II stacja telewizyjna wybrana do kampanii	10	12 000	100 000

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenie będą podlegać 4 rezultaty:

- plan kampanii reklamowej,
- budżet kampanii reklamowej – produkcja, emisja i sponsoring,
- budżet kampanii reklamowej – wartość kampanii,
- intensywność kampanii telewizyjnej.

Wypełnia zdający

Do arkusza egzaminacyjnego dołączam płytę CD/DVD opisaną numerem

PESEL

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

, której jakość nagrania została przeze mnie sprawdzona.

Wypełnia Przewodniczący ZN

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

.....
Czytelny podpis Przewodniczącego ZN