

Nazwa kwalifikacji: **Zarządzanie kampanią reklamową**
Symbol kwalifikacji: **PGF.08**
Numer zadania: **02**
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.08-02-26.01-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.08-02-26.01-SG_materialy.7z** umieszczonego na pulpicie komputera przygotuj:

- plan kampanii prasowej,
- budżet kampanii reklamowej,
- analizę wskaźników mediowych.

Hasło do folderu to **Aroma24!**

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*,
- *budżet*,
- *wskazniki*.

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.

Strategia prasowej kampanii reklamowej

Sieć perfumerii planuje wprowadzenie na rynek luksusowych perfum o niepowtarzalnych doznaniach zapachowych oraz ekskluzywnym designie. W celu zwiększenia świadomości marki i przyciągnięcia uwagi, firma przewiduje przeprowadzenie prasowej kampanii reklamowej w renomowanych magazynach. Kampania jest skierowana do kobiet o średnich i wysokich dochodach.

Wytyczne do przygotowania planu kampanii prasowej

- plan kampanii wykonaj na formularzu zawartym w pliku *plan_kampanii_formularz.doc* znajdującym się w folderze **PGF.08-02-26.01-SG_materialy.7z** umieszczonym na pulpicie komputera,
- przygotowany plan kampanii zapisz w orientacji pionowej na jednej stronie A4 w formacie PDF w pliku o nazwie *plan_kampanii* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*,
- czas trwania kampanii: 3 miesiące,
- środki reklamowe: dwa miesięczniki o najwyższym zasięgu,
- nośniki reklamy: moduł ½ strony,
- rodzaj reklamy: reklama konsekwentna, wymagająca umieszczenia dwóch modułów na sąsiadujących stronach (po jednym na każdej z sąsiadujących stron),
- do wykonania planu kampanii wykorzystaj informacje dotyczące *strategii prasowej kampanii reklamowej* oraz dane zawarte w tabeli 1.

Tabela 1. Charakterystyka reklamy prasowej

Tytuł miesięcznika	Opis czytelnika	Grupa docelowa	Dochody czytelników	Sprzedaż w egz.	Nakład w egz.	Czytelnictwo /Zasięg
Styl & Blask	nowoczesne kobiety poszukujące inspiracji w modzie i urodzie	20-45 lat	średnie i wysokie	50 000	70 000	200 000
Moda & Uroda	kobiety interesujące się modą	25-50 lat	średnie i wysokie	70 000	100 000	160 000
Glamour Life	kobiety zainteresowane luksusowym stylem życia i modą	30-50 lat	wysokie	65 000	90 000	140 000
Stylowa Kobieta	kobiety szukające dogłębnych analiz trendów i porad ekspertów	20-40 lat	średnie i wysokie	90 000	120 000	180 000

UWAGA! Podane statystyki dotyczą jednego miesiąca.

Wytyczne do sporządzenia budżetu kampanii reklamowej

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *budzet_formularz.xls* znajdującym się w folderze **PGF.08-02-26.01-SG_materiały.7z** umieszczonym na pulpicie komputera,
- przygotowany budżet zapisz w formacie XLS lub XLSX w pliku o nazwie *budzet* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*,
- budżet kampanii reklamowej powinien uwzględniać następujące założenia:
 - reklama umieszczona w pierwszej połowie pisma,
 - moduł standardowy ½ strony,
 - emisja konsekwentna,
 - liczba wydań: 3,
- obliczenia wykonaj w arkuszu kalkulacyjnym z użyciem formuł,
- wartości walutowe wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, zgodnie z matematycznymi regułami zaokrąglania,
- do obliczeń wykorzystaj dane zawarte w tabeli 2.

Tabela 2. Cennik modułów reklamowych

Format reklamy	Styl & Blask	Moda & Uroda	Glamour Life	Stylowa Kobieta
Rozkładówka	250 000,00 zł	570 000,00 zł	480 000,00 zł	350 000,00 zł
Cała strona	150 000,00 zł	300 000,00 zł	250 000,00 zł	200 000,00 zł
½ strony	100 000,00 zł	220 000,00 zł	200 000,00 zł	150 000,00 zł
Junior page	120 000,00 zł	250 000,00 zł	200 000,00 zł	130 000,00 zł
Dopłaty				
reklama w pierwszej połowie pisma	10 %	10 %	10 %	10 %
emisja konsekwentna	15 %	15 %	15 %	15 %
UWAGA! Podane ceny są cenami netto. Należy doliczyć podatek VAT 23 %				

Wytyczne do analizy wskaźników mediowych kampanii

- obliczenia wykonaj na formularzu zawartym w pliku *wskazniki_formularz.doc*, znajdującym się w folderze **PGF.08-02-26.01-SG_materialy.7z** umieszczonym na pulpicie komputera,
- obliczone wskaźniki zapisz na jednej stronie kartki A4 w orientacji pionowej w formacie PDF w pliku o nazwie *wskazniki* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*,
- oblicz:
 - koszt kampanii na jeden sprzedany egzemplarz – CPI dla miesięcznika I,
 - koszt osiągnięcia jednego punktu GRP dla miesięcznika II,
- dla każdego ze wskaźników przedstaw:
 - sposób jego obliczania,
 - interpretację,
- wartość wskaźnika GRP (Gross Rating Point) dla miesięcznika II wynosi 500 punktów,
- wartości wskaźników wyświetl z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku, zgodnie z matematycznymi regułami zaokrąglania,
- wykorzystaj dane zawarte w tabeli 1., wzory umieszczone w tabeli 3. oraz wartości obliczone w budżecie.

Tabela 3. Wzory wskaźników

Nazwa wskaźnika	Sposób obliczania
CPI Cost Per Issue koszt kampanii reklamowej na jeden sprzedany egzemplarz	$\frac{\text{wartość netto kampanii reklamowej w danym czasopiśmie}}{\text{liczba sprzedanych egzemplarzy}}$
CPP Cost Per Point koszt uzyskania jednego punktu GRP	$\frac{\text{wartość netto kampanii reklamowej w danym czasopiśmie}}{\text{GRP}}$

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenie będą podlegać 4 rezultaty:

- plan kampanii prasowej,
- budżet kampanii reklamowej – miesięczniki,
- budżet kampanii reklamowej – wartość kampanii,
- analiza wskaźników mediowych.

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