

Nazwa kwalifikacji: **Zarządzanie kampanią reklamową**
Symbol kwalifikacji: **PGF.08**
Numer zadania: **02**
Wersja arkusza: **SG**

Wypełnia zdający

Numer PESEL zdającego*

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

Miejsce na naklejkę z numerem
PESEL i z kodem ośrodka

Czas trwania egzaminu: **180** minut.

PGF.08-02-24.06-SG

EGZAMIN ZAWODOWY

Rok 2024

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 6 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 **AGENCJA.7z** przygotuj:

- wykresy słuchalności w stacjach radiowych,
- media plany i kalkulacje dla regionów Krakowa i Warszawy,
- analizę wskaźnikową,
- raport w formie prezentacji.

Hasło do folderu AGENCJA: **08_Fit**

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:

- *wykresy*,
- *mediaplany*,
- *analiza*,
- *prezentacja*.

Folder o nazwie PESEL (zawierający pliki z wszystkimi rezultatami), nagraj na płytę CD/DVD Po nagraniu płyty zgłoś chęć sprawdzenia nagranej przez siebie płyty na dedykowanym 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 o zamawiającym

FITlab Klub Fitness Jan Nowak
ul. Sportowa 20
31-232 Kraków



FITlab to sieć klubów fitness działających na terenie miasta Krakowa i Warszawy. W związku ze zbliżającym się sezonem letnim, firma chce przeprowadzić kampanię promującą zdrowy i aktywny styl życia. Kampania ma być przeprowadzona równocześnie na terenie Krakowa i Warszawy.

Zwrócono się do agencji reklamowej, z prośbą o przedstawienie oferty obejmującej:

- przygotowanie kampanii reklamowej w radio na podstawie obliczonych zasięgów w różnych lokalnych stacjach radiowych;
- opracowanie media planu dla kampanii w Krakowie i media planu dla kampanii w Warszawie;
- sporządzenie analizy wskaźnikowej kampanii;
- przygotowanie raportu z kampanii w formie prezentacji.

Informacje o wykonawcy

Agencja Reklamowa ARTprom S.A.
ul. Zdrowa 29
31-232 Kraków



Wytyczne do przygotowania wyników słuchalności w stacjach radiowych

Do przygotowania obliczeń i wykresu wykorzystaj formularz zawarty w pliku *wykresy.xls* umieszczony w folderze **AGENCJA.7z**.

Przygotowany plik zapisz jako plik PDF w orientacji poziomej, o nazwie *wykresy* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*.

- na podstawie danych zawartych w formularzu (*wykresy.xls*) w Tabelach 1 i 2, oblicz zasięg % dla poszczególnych stacji radiowych uzupełniając ostatnią kolumnę,
- obliczone zasięgi podaj w formacie procentowym, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku,
- przygotuj dwa wykresy: wykres 1 dla Krakowa i Wykres 2 dla Warszawy, przedstawiające zasięg dla poszczególnych stacji radiowych – *rodzaj wykresu: kolumnowy (np. 2-W)*,
- do każdego wykresu dodaj tytuł: dla wykresu 1 "Wyniki słuchalności w lokalnych stacjach radiowych – Kraków", dla wykresu 2 „Wyniki słuchalności w lokalnych stacjach radiowych – Warszawa”,
- do każdego wykresu dodaj etykiety danych i sformatuj kolumny tak aby każda była innego koloru, podpisz Wykres 1 i Wykres 2,
- poszczególne kolumny na obu wykresach mają przedstawiać zasięgi (od największego do najmniejszego).

Wytyczne do przygotowania media planów wraz z kalkulacją

Media plany dla kampanii Kraków i Warszawa wykorzystaj plik *mediaplany_formularz.xls* umieszczony w folderze **AGENCJA.7z**.

Przygotowane media plany zapisz jako plik XLS lub XLSX o nazwie *mediaplany* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*.

Informacje dotyczące media planów dla Krakowa i Warszawy:

- pełne dane zamawiającego,
- czas trwania kampanii: 2 tygodnie z podziałem na dni tygodnia, początek 1 lipca,
- wybierz dwie stacje radiowe o największym zasięgu dla każdego z miast – na podstawie sporządzonego pliku *wykresy.pdf*,
- spoty powinny być emitowane od poniedziałku do piątku po 4 spoty w każdej z wybranych stacji, w soboty i niedziele po 3 spoty w każdej z wybranych stacji zarówno dla Krakowa jak i Warszawy;
- oblicz koszt kampanii korzystając z Tabeli 1. Ceny emisji spotów w Krakowie i Tabeli 2. Ceny emisji spotów w Warszawie,
- w kalkulacji uwzględnij liczbę spotów emitowanych w danym radiu od poniedziałku do piątku dla Krakowa i Warszawy, dla każdej wybranej stacji,
- uwzględnij liczbę spotów emitowanych w danym radiu w soboty i niedziele dla Krakowa i Warszawy, dla każdej wybranej stacji,
- uwzględnij cenę za emisję jednego spotu od poniedziałku do piątku oraz w soboty i niedziele w stacjach wybranych dla Krakowa i Warszawy, dla każdej z wybranych stacji,
- oblicz koszt całkowity wyemitowania wszystkich spotów dla Krakowa i Warszawy,
- wszystkie wartości liczbowe związane z ceną mają być podane w formacie walutowym.

Tabela 1. Ceny emisji spotów w Krakowie

Ceny emisji spotów 30 sekundowych		
Stacja radiowa Kraków	poniedziałek- piątek	sobota-niedziela
Stacja Radiowa A	490,00 zł	400,00 zł
Stacja Radiowa B	350,00 zł	300,00 zł
Stacja Radiowa C	480,00 zł	280,00 zł
Stacja Radiowa D	450,00 zł	250,00 zł

Tabela 2. Ceny emisji spotów w Warszawie

Ceny emisji spotów 30 sekundowych		
Stacja radiowa Warszawa	poniedziałek- piątek	sobota-niedziela
Radio Waw	532,00 zł	421,00 zł
Radio Urs	370,00 zł	350,00 zł
Radio Pra	521,00 zł	250,00 zł
Radio Mok	480,00 zł	320,00 zł

Wytyczne do przygotowania analizy wskaźnikowej

Do przygotowania obliczeń wykorzystaj formularz zawarty w pliku *analiza.xls* umieszczony w folderze **AGENCJA.7z**

Przygotowaną analizę zapisz jako plik PDF o nazwie *analiza* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*. Przy wykonywaniu analizy wskaźnikowej wykorzystaj dane z wykonanych media planów (plik *media plany.xls/xlsx*) oraz dane o obliczonych zasięgach (plik *wykresy.pdf*).

- GRP radia oblicz z wykorzystaniem tzw. ratingu,
- obliczając intensywność całej kampanii (GRP) dla Krakowa i Warszawy, należy wykorzystać dane z media planu dotyczące ilości emisji spotów w wybranych stacjach radiowych i zasięgu danej stacji radiowej; obliczone wskaźniki zaokrąglaj do liczby całkowitej,
- obliczając wskaźnik kosztu dotarcia do 1% audytorium CPP należy wykorzystać całkowity koszt kampanii i ilość GRP,
- wskaźnik CPP należy zaokrąglić do dwóch miejsc po przecinku, zapisać w formacie walutowym,
- obliczenia wykonaj dla każdego z miast.

Uwaga!

GRP dla danej stacji radiowej – to iloczyn wszystkich emisji spotów reklamowych i zasięgu radia w którym są emitowane

CPP dla całej kampanii – to iloraz kosztu całej kampanii i punktów GRP całej kampanii reklamowej

Wytyczne do przygotowania prezentacji

Prezentację przygotuj w programie do tworzenia prezentacji multimedialnych. Pliki potrzebne do wykonania zadania umieszczone są w folderze **AGENCJA.7z**

Przygotowaną prezentację zapisz jako plik PPT lub PPTX o nazwie *prezentacja* w folderze nazwanym Twoim numerem *PESEL*.

Cała prezentacja ma mieć tło jednolite w kolorze RGB (25, 55, 95), kolor wprowadzanych tekstów to RGB (255, 255, 255). Na każdym slajdzie w nagłówku powinno znajdować się logo agencji po lewej stronie i logo zamawiającego po prawej stronie.

Prezentacja powinna składać się z następujących slajdów:

Nr slajdu	Wyszczególnienie
1.	– tytuł prezentacji: <i>Raport z przygotowania kampanii reklamowej dla FITlab</i>, – podtytuł: <i>Kampania dla regionu Kraków i Warszawa</i>,
2.	– w tytule slajdu: <i>Wyniki słuchalności w stacjach radiowych</i>, – wykonane wykresy (plik <i>wykresy.pdf</i>), – wykresy po wklejeniu do prezentacji powinny posiadać tło w kolorze RGB (255, 255, 255) w celu zachowania czytelności; wykresy podpisz właściwymi nazwami miast;
3.	– tytuł: <i>Analiza wskaźnikowa</i>, – zestawienie w formie tabelarycznej następujących informacji: GRP całej kampanii i CPP całej kampanii dla Krakowa i Warszawy, dane liczbowe powinny wynikać z przeprowadzonej analizy (plik <i>analiza.pdf</i>),
4.	– tytuł: <i>Interpretacja wskaźników CPP dla Krakowa i Warszawy</i> – w opisie należy wykonać i zapisać interpretację wskaźników CPP dla Krakowa i Warszawy.

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenie podlegać będą 4 rezultaty:

- wykresy słuchalności w stacjach radiowych – *wykresy.pdf*
- media plany i kalkulacja dla regionu Kraków i Warszawa – *media plany.xls/xlsx*
- analiza wskaźnikowa – *analiza.pdf*
- raport w formie prezentacji – *prezentacja.ppt/pptx*

www.EgzaminZawodowy.info

www.EgzaminZawodowy.info

Wypełnia Przewodniczący ZN

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

.....
Czytelny podpis Przewodniczącego ZN