

Nazwa
kwalifikacji:**Zarządzanie kampanią reklamową**Oznaczenie
kwalifikacji:**PGF.08**

Numer zadania:

02

Kod arkusza:

PGF.08-02-24.06-SG

Wersja arkusza:

SG

Lp.	Elementy podlegające ocenie/kryteria oceny
R.1	Rezultat 1: Wykresy słuchalności w stacjach radiowych - wykresy.pdf
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający wyniki słuchalności w stacjach radiowych.</i>
R.1.1	Obliczony zasięg % dla poszczególnych stacji radiowych: Stacja Radiowa A: 30,26%; Stacja Radiowa B: 17,67%, Stacja Radiowa C: 24,18%; Stacja Radiowa D: 15,16%.
R.1.2	Sporządzony Wykres 1 kolumnowy (np.2W), przedstawiający zasięg dla poszczególnych stacji radiowych w Krakowie.
R.1.3	Wykres 1 zatytułowany: Wyniki słuchalności w lokalnych stacjach radiowych - Kraków.
R.1.4	Kolumny na wykresie 1 mają różne kolory i zawierają etykiety danych.
R.1.5	Obliczony zasięg % dla poszczególnych stacji radiowych: Radio Waw: 34,43%; Radio Urs: 32,33%; Radio Pra: 17,67%, Radio Mok: 15,16%.
R.1.6	Sporządzony Wykres 2 kolumnowy (np.2W), przedstawiający zasięg dla poszczególnych stacji radiowych w Warszawie.
R.1.7	Wykres 2 zatytułowany: Wyniki słuchalności w lokalnych stacjach radiowych - Warszawa.
R.1.8	Kolumny na wykresie 2 mają różne kolory i zawierają etykiety danych.
R.1.9	Zasięgi na wykresie 1 i 2 przedstawione są od największego do najmniejszego.
R.1.10	Obliczone zasięgi zapisane są z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
R.2	Rezultat 2: Media plany i kalkulacja dla regionu Kraków i Warszawa - media plany.xlsx
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający media plany i kalkulację dla regionu Kraków i Warszawa.</i>
R.2.1	Media plan zawiera dane zamawiającego: FITlab Klub Fitness Jan Nowak, ul. Sportowa 20, 31-232 Kraków.
R.2.2	W tabeli Kraków wybrane dwie stacje radiowe: Stacja Radiowa A i Stacja Radiowa C.
R.2.3	W tabeli Warszawa wybrane dwie stacje radiowe: Radio Waw, Radio Urs.
R.2.4	W tabelach Kraków i Warszawa zaplanowane po 4 spoty od poniedziałku do piątku i po 3 spoty w sobotę i niedzielę, w każdej z wybranych stacji.
R.2.5	Tabele Kraków i Warszawa uwzględniają liczbę spotów emitowanych od poniedziałku do piątku i liczbę spotów emitowanych w soboty i niedziele: po 40 i 12 spotów lub liczby spotów wynikające z R.2.4.
R.2.6	Tabela Kraków uwzględnia cenę emisji jednego spotu od poniedziałku do piątku i w soboty i niedziele, w każdym z wybranych programów: Stacja Radiowa A - 490,00 zł i 400,00 zł , Stacja Radiowa C - 480,00 zł i 280,00 zł lub inne wartości zgodne z wyborem w R.2.2.
R.2.7	Tabela Warszawa, uwzględnia cenę emisji jednego spotu od poniedziałku do piątku i w soboty i niedziele, w każdym z wybranych programów: Radio Waw - 532,00 zł i 421,00 zł , Radio Urs 370,00 zł i 350,00 zł lub inne wartości zgodne z wyborem w R.2.3.
R.2.8	Koszt całkowity kampanii dla Krakowa: 46 960,00 zł lub suma kosztów wszystkich wyemitowanych spotów zgodna z wyborem w R.2.2.
R.2.9	Koszt całkowity kampanii dla Warszawy: 45 332,00 zł lub suma kosztów wszystkich wyemitowanych spotów zgodna z wyborem w R.2.3.
R.2.10	Wszystkie wartości liczbowe związane z ceną mają format walutowy lub księgowy.
R.3	Rezultat 3: Analiza wskaźnikowa - analiza.pdf
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający analizę wskaźnikową.</i>
R.3.1	Analiza została przygotowana na załączonym formularzu.

R.3.2	Dla Krakowa wybrane te same stacje, co w media planie: Stacja Radiowa A i Stacja Radiowa C lub zgodnie z wyborem z R.2.2.
R.3.3	Dla Warszawy wybrane te same stacje, co w media planie: Radio Waw i Radio Urs lub zgodnie z wyborem R.2.3.
R.3.4	Dla Krakowa obliczony wskaźnik GRP dla całej kampanii: 2831 lub suma iloczynów wszystkich emisji spotów reklamowych i zasięgu radia (z pominięciem %) w którym są emitowane.
R.3.5	Dla Warszawy obliczony wskaźnik GRP dla całej kampanii: 3472 lub suma iloczynów wszystkich emisji spotów reklamowych i zasięgu radia (z pominięciem %) w którym są emitowane.
R.3.6	Dla Krakowa obliczony wskaźnik CPP: 16,59 zł lub iloraz kosztu całej kampanii i punktów GRP całej kampanii reklamowej.
R.3.7	Dla Warszawy obliczony wskaźnik CPP: 13,06 zł lub iloraz kosztu całej kampanii i punktów GRP całej kampanii reklamowej.
R.3.8	Obliczone wskaźniki CPP dla Krakowa i Warszawy zapisane w zł.
R.4	Rezultat 4: Raport w formie prezentacji - prezentacja.ppt/pptx
	<i>Sprawdzany jest plik zawierający raport z przygotowania kampanii reklamowej.</i>
R.4.1	Prezentacja składa się z 4 slajdów.
R.4.2	Tło wszystkich slajdów wykonane w kolorze RGB (25, 55, 95).
R.4.3	Wszystkie teksty umieszczone w prezentacji mają kolor RGB (255, 255, 255).
R.4.4	W górnej części każdego slajdu, po lewej stronie, znajduje się logo agencji a po prawej logo zamawiającego.
R.4.5	Slajd pierwszy zatytułowany: <i>Raport z przygotowania kampanii reklamowej dla FITlab</i> i podtytuł: <i>Kampania dla regionu Kraków i Warszawa</i> .
R.4.6	Slajd drugi zawiera wykresy wykonane w Rezultacie 1, wykresy mają tło w kolorze RGB (255, 255, 255).
R.4.7	Slajd trzeci zatytułowany - <i>Analiza wskaźnikowa</i> .
R.4.8	Slajd trzeci zawiera dane: GRP i CPP dla całej kampanii, dla Krakowa i Warszawy - dane wynikają z Rezultatu 3.
R.4.9	Slajd 4 zatytułowany: <i>Interpretacja wskaźników CPP dla Krakowa i Warszawy</i> . Podana interpretacja wyników wskaźników CPP dla Krakowa, np.: Koszt dotarcia reklamy do 1% grupy docelowej w kampanii radiowej w Krakowie wynosi 16,59 zł lub wartość z R.3.6.
R.4.10	Podana interpretacja wyników wskaźników CPP dla Warszawy np.: Koszt dotarcia reklamy do 1% grupy docelowej w kampanii radiowej w Warszawie wynosi 13,06 zł lub wartość z R.3.7.