

Nazwa kwalifikacji: **Sprzedaż produktów i usług reklamowych**

Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**

Numer zadania: **01**

Wypełnia zdający

Miejsce na naklejkę z numerem
PESEL i z kodem ośrodka

Numer PESEL zdającego*

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

A.26-01-18.01

Czas trwania egzaminu: **120 minut**

**EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2018
CZĘŚĆ PRAKTYCZNA**

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 5 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

Zinterpretuj wyniki badań marketingowych, przeprowadzonych na zlecenie firmy „Tess”, producenta odzieży. Następnie wybierz 3 środki promocji i uzasadnij wybór oraz sporządź ofertę handlową dla firmy „Tess” na zrealizowanie wybranych form promocji wraz z cennikiem.

Do rozwiązania zadania wykorzystaj informacje o zleceniodawcy i zleceniobiorcy, wyniki badań marketingowych oraz informacje zawarte w warunkach zlecenia.

Druki firmowe znajdują się w folderze PROMOTION na pulpicie komputera, zabezpieczone hasłem: egzaminpromotion

Rezultaty zapisz na pulpicie komputera w folderze o Twoim numerze PESEL w następujący sposób:

- analiza.doc/docx
- środki_promocji.doc/docx
- oferta.doc/docx
- cennik.ppt/pptx

Następnie zgłoś przewodniczącemu ZN, przez podniesienie ręki, gotowość do wykonania wydruku, a po uzyskaniu zgody wydrukuj wszystkie dokumenty na papierze w formacie A4. Prezentację multimedialną należy wydrukować w formie dwóch slajdów na stronie. W nagłówku każdego wydruku umieść Twój numer PESEL.

Czas przeznaczony na wykonanie zadania wynosi 120 minut.

Ocenie podlegać będą 4 rezultaty:

- analiza wyników badań marketingowych – wydruk,
- dobór środków promocji – wydruk,
- oferta handlowa – wydruk,
- cennik działań promocyjnych zamieszczony w prezentacji – wydruk.

Informacje o zleceniodawcy



Joanna Moderska
Firma „Tess”
ul. Modna 32
31-950 Kraków

Firma „Tess” działa na polskim rynku odzieżowym od 30 lat. Sprzedaje swoje wyroby na terenie całego kraju we własnych sklepach firmowych. Do tej pory marka „Tess” była znana z eleganckiej, drogiej odzieży dla kobiet w wieku 40+ i cieszyła się dużym uznaniem klientek. Obecnie „Tess” zamierza wprowadzić nową linię damskich ubrań sportowych dla młodszej klienteli. W celu lepszego przygotowania się firma zleciła Agencji reklamowej „Promotion” przeprowadzenie badań marketingowych, dotyczących opinii kobiet na temat planowanej do wprowadzenia kolekcji ubrań.

Informacje o zleceniobiorcy

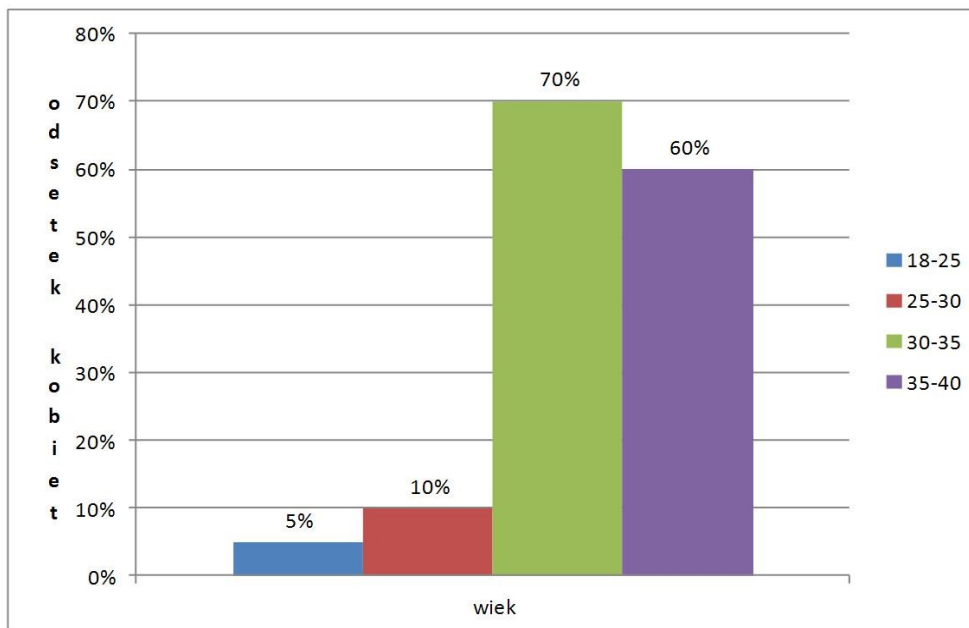


Agencja reklamowa „Promotion”
ul. Promocyjna 23
31-950 Kraków
tel.: 603 089 163

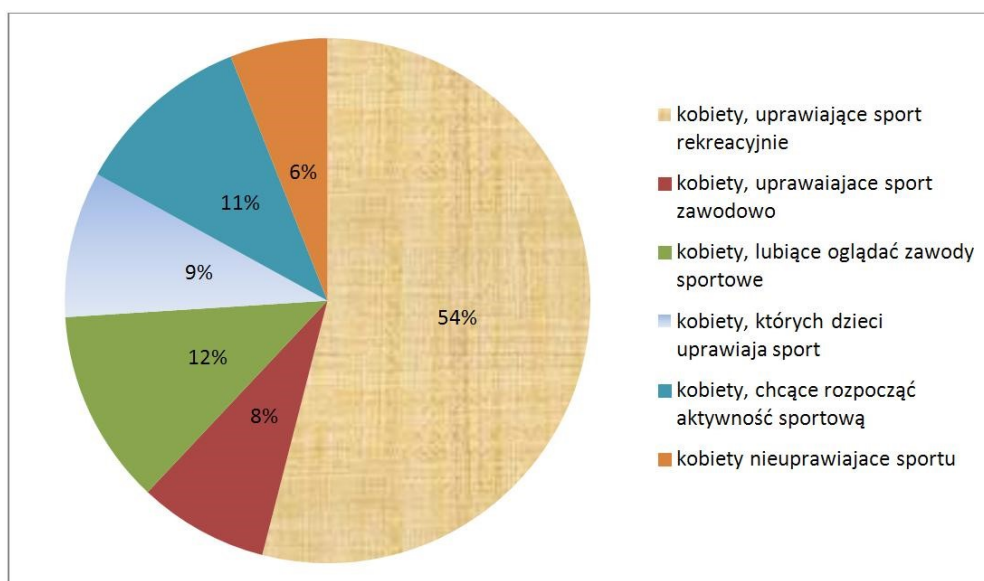
Agencja reklamowa „Promotion” na zlecenie firmy „Tess” przeprowadziła badania marketingowe, dotyczące wprowadzenia nowej kolekcji ubrań sportowych. Na podstawie wyników badań agencja powinna zaproponować 3 środki promocji nowej kolekcji oraz napisać ofertę dotyczącą ich realizacji.

Wyniki badań marketingowych

Badania ankietowe



Wykres 1. Odsetek kobiet, wyrażających pozytywny stosunek wobec nowej kolekcji, w poszczególnych grupach wiekowych.



Wykres 2. Odsetek kobiet, wyrażających pozytywny stosunek wobec nowej kolekcji, w zależności od formy aktywności fizycznej.

Wywiad pogłębiony z reprezentantkami grupy docelowej

Odpowiedzi sugerują, że kobiety postrzegają markę „Tess” jako prekursora nowych trendów w modzie. Zawsze mogły liczyć na niebanalne wzornictwo i wysoką jakość używanych materiałów. Marka „Tess” kojarzy im się z luksusem i znakomitą jakością wykonania.

Respondentki zgodnie twierdzą, że w przypadku odzieży sportowej, ważna jest dla nich możliwość wyboru różnych wersji kolorystycznych. Nosząc taką odzież chcą również wyróżnić się i odczuwać prestiż.

Warunki zlecenia

1. Analiza wyników badań marketingowych:
 - sporządzona na firmowym formularzu,
 - grupę docelową mają stanowić segmenty, w których odsetek kobiet pozytywnie nastawionych do nowej kolekcji wynosi ponad 50% - zdefiniowane na podstawie wykresów 1 i 2,
 - preferencje grupy docelowej oraz dotychczasowy wizerunek marki „Tess” należy opisać na podstawie informacji pozyskanych w wywiadzie pogłębionym.
2. Wybór środków promocji:
 - sporządzony na firmowym formularzu,
 - wyboru należy dokonać z załączonej listy,
 - liczba środków promocji – 3,
 - działania promocyjne powinny wynikać z analizy badań marketingowych oraz informacji o zleceniodawcy.
3. Oferta handlowa agencji reklamowej:
 - sporządzona na papierze firmowym,
 - powinna zawierać wszystkie informacje wymagane w tego typu dokumencie wraz z wymienieniem wybranych środków promocji,
 - należy sporządzić z datą egzaminu.
4. Cennik środków promocji:
 - powinien zostać wykonany jako załącznik do oferty handlowej w formie prezentacji w programie Power Point,
 - pierwszy slajd powinien zawierać tytuł,
 - drugi slajd powinien zawierać rodzaje wybranych środków promocji oraz ich ceny netto i brutto (stawka podatku VAT: 23%),
 - trzeci slajd powinien zawierać łączną wartość zlecenia netto i brutto oraz łączną wartość zlecenia netto i brutto z uwzględnieniem 10% rabatu liczonego od cen netto,
 - każdy slajd cennika powinien zawierać w stopce nazwę agencji reklamowej,
 - prezentacja cennika powinna zostać sporządzona w firmowej kolorystyce.

Środki promocji

Lp.	Środek promocji	Cena netto, zł
1	10 spotów reklamowych w lokalnym radiu	70 000
2	Sponsoring rzeczowy programu sportowego w ogólnopolskiej stacji TV	60 000
3	Dni otwarte w fabryce, skierowane do lokalnej społeczności	5 000
4	10 spotów reklamowych w ogólnopolskiej stacji TV o tematyce modowej	130 000
5	Reklama w czasopiśmie ogrodniczym	65 000
6	Reklama internetowa w serwisie fitness	15 000
7	Seria programów sponsorowanych w ogólnopolskiej stacji motoryzacyjnej	100 000

Wypełnia zdający

Do arkusza egzaminacyjnego dołączam wydruki w liczbie: kartek – czystopisu i kartek – brudnopisu.

Wypełnia Przewodniczący ZN

Potwierdzam dołączenie przez zdającego do arkusza egzaminacyjnego wydruków w liczbie kartek łącznie.

.....
Czytelny podpis Przewodniczącego ZN