

Informator o egzaminie potwierdzającym kwalifikacje w zawodzie

Technik organizacji reklamy 333906



Centralna Komisja Egzaminacyjna

Warszawa 2012

Informator opracowała Centralna Komisja Egzaminacyjna w Warszawie.

Materiały do informatora opracowano w ramach
Projektu VI *Modernizacja egzaminów potwierdzających kwalifikacje zawodowe*,
Działanie 3.2. *Rozwój systemu egzaminów zewnętrznych*,
Priorytet III *Wysoka jakość systemu oświaty*,
Program Operacyjny Kapitał Ludzki.

SPIS TREŚCI

MODUŁ 1. INFORMACJE WPROWADZAJĄCE **Moduł 1**

1. Informacje ogólne o egzaminie zawodowym 1
2. Wymagania, które należy spełnić, aby przystąpić do egzaminu zawodowego 2
3. Struktura egzaminu zawodowego 5
 - 3.1. Część pisemna egzaminu 5
 - 3.2. Część praktyczna egzaminu 11
 - 3.3. Podstawa uznania egzaminu za zdany 11
4. Postępowanie po egzaminie 12

MODUŁ 2. INFORMACJE O ZAWODZIE **Moduł 2**

1. Zadania zawodowe 1
2. Wyodrębnienie kwalifikacji w zawodzie 1
3. Możliwości kształcenia w zawodzie 1

MODUŁ 3. WYMAGANIA EGZAMINACYJNE Z PRZYKŁADAMI ZADAŃ **Moduł 3**

Kwalifikacja 1. – A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

1. Przykłady zadań do części pisemnej egzaminu 1
2. Przykład zadania do części praktycznej egzaminu oraz kryteria oceniania 5

Kwalifikacja 2. – A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

1. Przykłady zadań do części pisemnej egzaminu 7
2. Przykład zadania do części praktycznej egzaminu oraz kryteria oceniania 15

ZAŁĄCZNIKI **Załączniki**

SŁOWNIK POJĘĆ **Słownik**

MODUŁ 1. INFORMACJE WPROWADZAJĄCE

1. Informacje ogólne o egzaminie zawodowym

Czym jest egzamin zawodowy?

Od 1 września 2012 r. weszły w życie przepisy wprowadzające zmiany w szkolnictwie zawodowym. W zawodach przedstawionych w nowej klasyfikacji wyodrębniono kwalifikacje. Przez kwalifikację w zawodzie należy rozumieć wyodrębniony w danym zawodzie zestaw oczekiwanych efektów kształcenia, których osiągnięcie potwierdza świadectwo wydane przez okręgową komisję egzaminacyjną, po zdaniu egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie w zakresie jednej kwalifikacji.

Egzamin potwierdzający kwalifikacje w zawodzie, zwany również egzaminem zawodowym, jest formą oceny poziomu opanowania przez zdającego wiedzy i umiejętności z zakresu danej kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie, ustalonych w podstawie programowej kształcenia w zawodach.

Egzamin zawodowy jest egzaminem zewnętrznym. Umożliwia uzyskanie porównywalnej i obiektywnej oceny poziomu osiągnięć zdającego poprzez zastosowanie jednolitych wymagań, kryteriów oceniania i zasad przeprowadzania egzaminu, opracowanych przez instytucje zewnętrzne, funkcjonujące niezależnie od systemu kształcenia.

Rolę instytucji zewnętrznych pełnią: Centralna Komisja Egzaminacyjna i osiem okręgowych komisji egzaminacyjnych powołanych przez Ministra Edukacji Narodowej w 1999 roku. Na terenie swojej działalności okręgowe komisje egzaminacyjne przygotowują, organizują i przeprowadzają zewnętrzne egzaminy zawodowe. Egzaminy oceniać będą zewnętrzni egzaminatorzy.

Egzamin zawodowy może być przeprowadzany w ciągu całego roku szkolnego w terminie ustalonym przez dyrektora komisji okręgowej, w uzgodnieniu z dyrektorem Komisji Centralnej. Termin egzaminu zawodowego dyrektor komisji okręgowej ogłasza na stronie internetowej komisji okręgowej nie później niż na 5 miesięcy przed terminem egzaminu zawodowego.

Egzamin będzie obejmował zakresem tematycznym kwalifikację, czyli liczba egzaminów w danym zawodzie będzie zależna od liczby kwalifikacji wyodrębnionych w podstawie programowej kształcenia w zawodach. W praktyce będzie to jeden, dwa lub trzy egzaminy w danym zawodzie.

Dla kogo przeprowadzany jest egzamin zawodowy?

Egzamin zawodowy jest przeprowadzany dla:

- uczniów zasadniczych szkół zawodowych i techników oraz uczniów (słuchaczy) szkół policealnych,
- absolwentów zasadniczych szkół zawodowych, techników i szkół policealnych,
- osób, które ukończyły kwalifikacyjny kurs zawodowy,
- osób spełniających warunki określone w przepisach w sprawie egzaminów eksternistycznych.

2. Wymagania, które należy spełnić, aby przystąpić do egzaminu zawodowego

Zmiany w formule egzaminu zawodowego i w sposobie jego przeprowadzania zostały ujęte w rozporządzeniu Ministra Edukacji Narodowej z dnia 24 lutego 2012 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie warunków i sposobu oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy oraz przeprowadzania sprawdzianów i egzaminów w szkołach publicznych.

Jeśli jesteś **uczniem** lub **słuchaczem**, który zamierza przystąpić do egzaminu zawodowego, to powinieneś:

- 1) wypełnić pisemną deklarację dotyczącą przystąpienia do egzaminu zawodowego (patrz załącznik);
- 2) złożyć wypełnioną deklarację **dyrektorowi szkoły**, nie później niż na 4 miesiące przed terminem egzaminu zawodowego.

Jeśli jesteś **absolwentem**, który zamierza przystąpić do egzaminu zawodowego, to powinieneś:

- 1) wypełnić pisemną deklarację dotyczącą przystąpienia do egzaminu zawodowego (patrz załącznik);
- 2) złożyć wypełnioną deklarację **dyrektorowi komisji okręgowej**, nie później niż na 4 miesiące przed terminem egzaminu zawodowego;
- 3) dołączyć świadectwo ukończenia szkoły prowadzącej kształcenie w zawodzie z wyodrębnioną kwalifikacją, z zakresu której zamierzasz przystąpić do egzaminu zawodowego.

Jeśli uczęszczasz na **kwalifikacyjny kurs zawodowy**, którego termin zakończenia określono nie później niż na miesiąc przed ogłoszoną przez dyrektora OKE datą rozpoczęcia egzaminu zawodowego i zamierzasz przystąpić do egzaminu zawodowego, to powinieneś:

- 1) wypełnić pisemną deklarację dotyczącą przystąpienia do egzaminu zawodowego (patrz załącznik);

- 2) złożyć wypełnioną deklarację do **komisji okręgowej**, nie później niż na 4 miesiące przed terminem egzaminu zawodowego;
- 3) dołączyć oryginał zaświadczenia o ukończeniu kwalifikacyjnego kursu zawodowego do **komisji okręgowej** niezwłocznie po ukończeniu kursu.

Jeśli ukończyłeś **kwalifikacyjny kurs zawodowy** i zamierzasz przystąpić do egzaminu zawodowego, to powinieneś:

- 1) wypełnić pisemną deklarację dotyczącą przystąpienia do egzaminu zawodowego (patrz załącznik);
- 2) złożyć wypełnioną deklarację do **komisji okręgowej**, nie później niż na 4 miesiące przed terminem egzaminu zawodowego;
- 3) dołączyć oryginał zaświadczenia o ukończeniu kwalifikacyjnego kursu zawodowego.

Jeśli jesteś osobą, która zamierza przystąpić do egzaminu zawodowego **w trybie eksternistycznym**, to powinieneś:

- 1) wypełnić wniosek o dopuszczenie do egzaminu eksternistycznego zawodowego (patrz załącznik);
- 2) złożyć wypełniony wniosek do dnia 31 stycznia – jeżeli zamierzasz przystąpić do egzaminu w tym samym roku, w którym składasz wniosek lub do dnia 30 września – jeżeli zamierzasz przystąpić do egzaminu w roku następnym;
- 3) dołączyć świadectwo ukończenia gimnazjum lub ośmioletniej szkoły podstawowej;
- 4) dołączyć dokumenty potwierdzające co najmniej dwa lata kształcenia lub pracy w zawodzie z wyodrębnioną kwalifikacją, z zakresu której zamierzasz przystąpić do egzaminu, na przykład: świadectwo szkolne, indeksy, świadectwa pracy, zaświadczenia dotyczące kształcenia się lub wykonywania pracy w danym zawodzie.

Jeśli jesteś **absolwentem posiadającym świadectwa szkolne uzyskane za granicą, uznane za równorzędne ze świadectwami odpowiednich polskich szkół ponadgimnazjalnych lub szkół ponadpodstawowych**, który zamierza przystąpić do egzaminu zawodowego, to powinieneś:

- 1) wypełnić pisemną deklarację dotyczącą przystąpienia do egzaminu zawodowego (patrz załącznik);
- 2) złożyć wypełnioną deklarację **dyrektorowi komisji okręgowej właściwej ze względu na miejsce zamieszkania**, a w przypadku osób posiadających miejsce zamieszkania za granicą – dyrektorowi komisji okręgowej właściwej ze względu na ostatnie miejsce zamieszkania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, nie później niż na 4 miesiące przed terminem egzaminu zawodowego;
- 3) dołączyć zaświadczenie wydane na podstawie przepisów w sprawie nostryfikacji świadectw szkolnych i świadectw maturalnych uzyskanych za granicą;
- 4) dołączyć oryginał lub duplikat świadectwa uzyskanego za granicą.

Miejsce przystępowania do egzaminu

Informacje o terminie i miejscu egzaminu może przekazać Zdającym dyrektor szkoły lub dyrektor okręgowej komisji egzaminacyjnej.

W zależności od specyfiki zawodu, w którym przeprowadzony będzie egzamin zawodowy, okręgowa komisja egzaminacyjna może wezwać zdającego na szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy związane z wykonywaniem zadania egzaminacyjnego na określonych stanowiskach egzaminacyjnych. Szkolenie powinno być zorganizowane nie wcześniej niż na dwa tygodnie przed terminem egzaminu.

Dostosowanie egzaminu do indywidualnych potrzeb edukacyjnych i możliwości psychofizycznych

Informacja o szczegółach dotyczących dostosowania warunków przeprowadzania egzaminu zawodowego jest publikowana na stronie internetowej Centralnej Komisji Egzaminacyjnej.

Szczegółowe informacje o egzaminie zawodowym

Szczegółowych informacji o egzaminie zawodowym oraz wyjaśnień w zakresie:

- powtórnego przystępowania do egzaminu zawodowego przez osoby, które nie zdały egzaminu,
- udostępnienia informacji na temat wyniku egzaminu,
- otrzymania dokumentów potwierdzających zdanie egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie

udziela dyrektor szkoły i okręgowa komisja egzaminacyjna.

3. Struktura egzaminu zawodowego

Egzamin zawodowy składa się z części pisemnej i części praktycznej.

3.1. Część pisemna egzaminu

Część pisemna jest przeprowadzana w formie testu pisemnego.

Część pisemna egzaminu zawodowego może być przeprowadzana:

- z wykorzystaniem elektronicznego systemu przeprowadzania egzaminu zawodowego, po uzyskaniu upoważnienia przez placówkę przeprowadzającą egzamin lub
- z wykorzystaniem arkuszy egzaminacyjnych i kart odpowiedzi.

Część pisemna trwa **60 minut** i przeprowadzana jest w formie testu składającego się z **40 zadań zamkniętych** zawierających cztery odpowiedzi do wyboru, z których tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

Organizacja i przebieg części pisemnej egzaminu zawodowego

W czasie trwania części pisemnej egzaminu zawodowego każdy Zdający pracuje przy:

- indywidualnym stanowisku egzaminacyjnym wspomaganym elektronicznie – w przypadku gdy część pisemna egzaminu zawodowego jest przeprowadzana z wykorzystaniem elektronicznego systemu przeprowadzania egzaminu zawodowego,
- osobnym stoliku – w przypadku, gdy część pisemna egzaminu zawodowego jest przeprowadzana z wykorzystaniem arkuszy egzaminacyjnych i kart odpowiedzi,

zwanych indywidualnymi stanowiskami egzaminacyjnymi. Odległość między indywidualnymi stanowiskami egzaminacyjnymi powinna zapewniać samodzielną pracę Zdających.

Przeprowadzanie części pisemnej egzaminu zawodowego z wykorzystaniem systemu elektronicznego

Przed rozpoczęciem egzaminu z wykorzystaniem systemu elektronicznego Zdający otrzymuje od przewodniczącego zespołu egzaminacyjnego adres strony internetowej oraz dane do logowania: nazwę użytkownika oraz hasło dostępu do systemu (rysunek M1.1). Następnie po zalogowaniu Zdający zatwierdza wybór egzaminu (rysunki M1.2, M1.3 i M1.4). Po zatwierdzeniu przyciskiem „Potwierdź wybór egzaminu” (rysunek M1.4) rozpoczyna się egzamin.

Rysunek M1.1. Okno logowania do systemu egzaminacyjnego

Rysunek M1.2. Okno wyboru egzaminu

Rysunek M1.3. Informacja dotycząca potwierdzenia wyboru egzaminu

Zapoznaj się uważnie z poniższym zobowiązaniem.

Zobowiązanie

- Potwierdzam, że zapoznałem się wcześniej z instrukcją opisującą przebieg egzaminu pisemnego w wersji elektronicznej.
- Potwierdzam, że przystępuję do egzaminu pisemnego w wersji elektronicznej.

Przypominamy, że operacja losowania zadań i przygotowania egzaminu, może chwilę potrwać. Poczekaj cierpliwie na jej zakończenie. Czas zdawania egzaminu będzie liczony od momentu zakończenia przez system procedury jego przygotowania.

[Potwierdź wybór egzaminu](#) [Powrót do wyboru egzaminu](#)

Rysunek M1.4. Zatwierdzenie wyboru egzaminu

Na kolejnym rysunku przedstawiony jest czas rozpoczęcia i zakończenia egzaminu, liczba zadań, na jakie Zdający udzielił odpowiedzi, oraz pozostały czas do zakończenia egzaminu. Aby zapoznać się z zadaniem i udzielić na nie odpowiedzi, Zdający wybiera numer danego zadania (rysunek M1.5).

Instrukcja obsługi dla zdającego (plik pdf do pobrania)

[Zakończ egzamin](#) [Wyloguj z systemu egzaminacyjnego](#)

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Przygotowanie egzaminu zakończone powodzeniem. Możesz przystąpić do odpowiedzi na pytania

Egzamin: T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12

Jesteś zalogowany jako: uczen_I | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Możesz przystąpić do udzielania odpowiedzi na zadania egzaminacyjne, wybierając odnośniki do poszczególnych zadań.

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Odpowiedziałeś na **0** z **40** zadań egzaminacyjnych.

[Zadanie 1](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.
[Zadanie 2](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.
[Zadanie 3](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.
[Zadanie 4](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.
[Zadanie 5](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.
[Zadanie 6](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

Pozostało
59 min. 53 sek.

Rysunek M1.5. Okno z uruchomionym egzaminem – rozpoczęcie egzaminu

Po wybraniu danego numeru zadania, w kolejnym oknie Zdający zaznacza jedną odpowiedź, a następnie zatwierdza wybór, klikając „Prześlij odpowiedź” (rysunek M1.6).

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12: Zadanie 1

Jesteś zalogowany jako: uczen_I | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Musy to desery

- A. otrzymywane z utartych żółek z cukrem i zmiksowanych owoców spulchnionych pianą z białek i utrwalonych żelatyną.
- B. otrzymywane z przetartych lub zmiksowanych owoców, spulchnionych pianą z białek i utrwalonych żelatyną.
- C. gotowane otrzymywane z soków lub wywarów owocowych, zagęszczonych zawiesina z maki ziemniaczanej.
- D. pieczone otrzymywane z przetartych owoców i utartych żółek oraz spulchnionych pianą z białek.

Wybierz poprawną odpowiedź:

A

B

C

D

[Prześlij odpowiedź](#)

Pozostało
57 min. 56 sek.

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Rysunek M1.6. Okno z wybranym zadaniem

System odnotowuje, na które zadania Zdający udzielił odpowiedzi. Do każdego zadania można powrócić w dowolnym momencie i zmienić już udzieloną odpowiedź (rysunek M1.7).

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Zapisano odpowiedź na **Zadanie 1**

Egzamin: T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12

Jesteś zalogowany jako: uczen_1 | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Możesz przystąpić do udzielania odpowiedzi na zadania egzaminacyjne, wybierając odnośniki do poszczególnych zadań.

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Odpowiedziałeś na **1** z **40** zadań egzaminacyjnych.

[Zadanie 1](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 2](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 3](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 4](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 5](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 6](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 7](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

[Zadanie 8](#) Nie udzielono jeszcze odpowiedzi na to zadanie.

Pozostało
55 min. 55 sek.

Rysunek M1.7. Okno z uruchomionym egzaminem – rejestrowanie udzielonych odpowiedzi

Zdający może zakończyć egzamin w dowolnej chwili, klikając „Zakończ egzamin” i potwierdzając jego zakończenie w kolejnym oknie (rysunki M1.8, M1.9 i M1.10).

Uwaga! Zakończenie egzaminu jest czynnością nieodwołalną.

Egzamin zostanie również automatycznie zakończony po upływie czasu przeznaczony na jego zdawanie.

Instrukcja obsługi dla zdającego (plik pdf do pobrania)

[Zakończ egzamin](#) [Wyloguj z systemu egzaminacyjnego](#)

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Zapisano odpowiedź na **Zadanie 31**

Egzamin: T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12

Jesteś zalogowany jako: uczen_1 | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Możesz przystąpić do udzielania odpowiedzi na zadania egzaminacyjne, wybierając odnośniki do poszczególnych zadań.

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Odpowiedziałeś na **22** z **40** zadań egzaminacyjnych.

[Zadanie 1](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 2](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 3](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 4](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 5](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

[Zadanie 6](#) System zarejestrował odpowiedź na to zadanie (możesz nadal zmienić odpowiedź).

Pozostało
46 min. 38 sek.

Rysunek M1.8. Okno z uruchomionym egzaminem – zakończenie egzaminu

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Zakończenie egzaminu

Jesteś zalogowany jako: uczen_1 | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Odpowiedziałeś na **22 z 40** zadań egzaminacyjnych.

Zamierzasz zakończyć egzamin.

Zakończenie egzaminu jest równoznaczne z oddaniem Twojej pracy.

Czas przeznaczony na zdawanie twojego egzaminu jeszcze nie upłynął.

UWAGA!!! Zakończenie egzaminu jest operacją nieodwołalną, nie będziesz mógł już powrócić do jego zdawania.

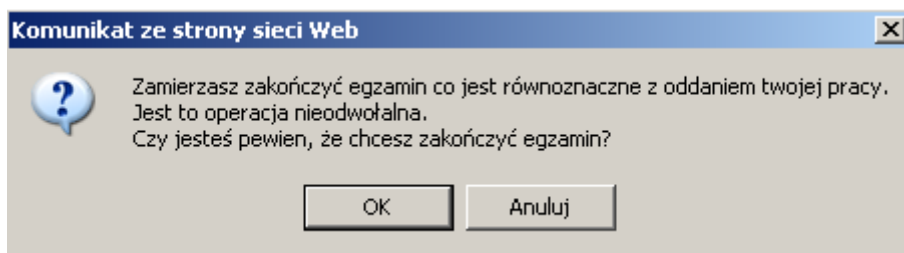
Po potwierdzeniu zakończenia egzaminu. System przeliczy i wyświetli wyniki twojego egzaminu

Czas rozpoczęcia egzaminu: **10:05:51**. Czas zakończenia egzaminu: **11:05:51**.

Odpowiedziałeś na **22 z 40** zadań egzaminacyjnych.

[Kliknij tutaj aby powrócić do zdawania egzaminu](#)

Rysunek M1.9. Potwierdzenie zakończenia egzaminu



Rysunek M1.10. Komunikat dotyczący potwierdzenia zakończenia egzaminu

Po zakończeniu egzaminu informacja dotycząca wyników zostanie wyświetlona po wybraniu opcji „Kliknij tutaj, aby wyświetlić przeliczone wyniki egzaminu” – liczba zadań, na które udzielono odpowiedzi oraz liczba poprawnych odpowiedzi (rysunki M1.11 i M1.12).

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Procedura zakończenia egzaminu przebiegła pomyślnie.

Egzamin został zakończony

Jesteś zalogowany jako: uczen_1 | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Zakończyłeś egzamin, ale Twoje wyniki egzaminacyjne nie zostały jeszcze przeliczone przez osobę nadzorującą egzamin.

Po przeliczeniu wyników, egzaminu przez osobę nadzorującą egzamin, będziesz mógł je wyświetlić wybierając poniższy odnośnik.

[Kliknij tutaj aby wyświetlić przeliczone wyniki egzaminu](#)

Egzamin, do którego przystąpiłeś: **T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12**, został oznaczony przez Ciebie jako zakończony.

W związku z zakończeniem egzaminu nie możesz kontynuować jego zdawania.

W razie wątpliwości skonsultuj się z osobą nadzorującą egzamin.

Aby zakończyć pracę z systemem egzaminacyjnym wybierz odnośnik **Wyloguj z systemu egzaminacyjnego** umieszczony w prawym górnym rogu strony.

Rysunek M1.11. Informacja dotycząca zakończenia egzaminu

CENTRALNA KOMISJA EGZAMINACYJNA

Procedura zakończenia egzaminu przebiegła pomyślnie.

Egzamin został zakończony

Jesteś zalogowany jako: uczen_I | Zalogowałeś się z komputera o adresie: 000.000.000.0

Twoje wyniki

Wszystkie poniższe wyniki wymagają jeszcze oficjalnego potwierdzenia przez Okręgową lub Centralną Komisję Egzaminacyjną

System zapisał Twoje odpowiedzi na: **22** z: **40** zadań egzaminacyjnych.
Liczba Twoich poprawnych odpowiedzi wynosi: **4**

Egzamin, do którego przystąpiłeś: **T.6 Sporządzanie potraw i napojów - 12**, został oznaczony przez Ciebie jako zakończony.
W związku z zakończeniem egzaminu nie możesz kontynuować jego zdawania.
W razie wątpliwości skonsultuj się z osobą nadzorującą egzamin.
Aby zakończyć pracę z systemem egzaminacyjnym wybierz odnośnik **Wyloguj z systemu egzaminacyjnego** umieszczony w prawym górnym rogu strony.

Rysunek M1.12. Informacja dotycząca wyników egzaminu

Po zakończonym egzaminie należy się wylogować z elektronicznego systemu zdawania egzaminów zawodowych.

Zwolnienie z części pisemnej egzaminu zawodowego

Laureaci i finaliści turniejów lub olimpiad tematycznych związanych z wybranym obszarem kształcenia zawodowego są zwolnieni z części pisemnej egzaminu zawodowego na podstawie zaświadczenia stwierdzającego uzyskanie tytułu odpowiednio laureata lub finalisty. Zaświadczenie przedkłada się przewodniczącemu zespołu egzaminacyjnego. Zwolnienie laureata lub finalisty turnieju lub olimpiady tematycznej z części pisemnej egzaminu zawodowego jest równoznaczne z uzyskaniem z części pisemnej egzaminu zawodowego najwyższego wyniku, czyli 100%.

Wykaz turniejów i olimpiad tematycznych do publicznej wiadomości podaje dyrektor Centralnej Komisji Egzaminacyjnej.

3.2. Część praktyczna egzaminu

Część praktyczna jest przeprowadzana w formie testu praktycznego.

Część praktyczna egzaminu zawodowego polega na wykonaniu przez zdającego zadania egzaminacyjnego zawartego w arkuszu egzaminacyjnym na stanowisku egzaminacyjnym. Stanowisko powinno być przygotowane z uwzględnieniem warunków realizacji kształcenia w danym zawodzie określonych w podstawie programowej kształcenia w zawodach, właściwych dla kwalifikacji wyodrębnionej w tym zawodzie, w zakresie której odbywa się ten egzamin.

Na zapoznanie się z treścią zadania egzaminacyjnego zawartego w arkuszu egzaminacyjnym oraz z wyposażeniem stanowiska egzaminacyjnego Zdający ma 10 minut, których nie wlicza się do czasu trwania części praktycznej egzaminu zawodowego.

Część praktyczna egzaminu zawodowego trwa nie krócej niż 120 minut i nie dłużej niż 240 minut. Czas trwania części praktycznej egzaminu zawodowego dla konkretnej kwalifikacji określony jest w module 3. informatora.

3.3. Podstawa uznania egzaminu za zdany

Zdający zdał egzamin zawodowy, jeżeli uzyskał:

- 1) z części pisemnej – co najmniej 50% punktów możliwych do uzyskania (czyli Zdający rozwiązał poprawnie minimum 20 zadań testu pisemnego),

i

- 2) z części praktycznej – co najmniej 75% punktów możliwych do uzyskania.

Wynik egzaminu zawodowego ustala i ogłasza komisja okręgowa. Wynik ustalony przez komisję okręgową jest ostateczny.

4. Postępowanie po egzaminie

Zastrzeżenia do przebiegu egzaminu

Jeżeli Zdający uzna, że w trakcie egzaminu zostały naruszone przepisy dotyczące jego przeprowadzania, może zgłosić pisemnie zastrzeżenie do dyrektora OKE w terminie 2 dni roboczych od daty egzaminu w części pisemnej lub praktycznej. Zastrzeżenie musi zawierać dokładny opis zaistniałej sytuacji będącej naruszeniem przepisów.

Dyrektor OKE rozpatruje zastrzeżenie w terminie 7 dni od daty jego otrzymania. W razie stwierdzenia naruszenia przepisów, dyrektor OKE w porozumieniu z dyrektorem Komisji Centralnej może unieważnić dany egzamin w stosunku do wszystkich Zdających albo Zdających w jednej szkole/placówce/ u pracodawcy lub w jednej sali, a także w stosunku do poszczególnych Zdających i zarządzić jego ponowne przeprowadzenie. Rozstrzygnięcie dyrektora OKE jest ostateczne. Nowy termin egzaminu ustala dyrektor OKE w porozumieniu z dyrektorem CKE.

Unieważnienie egzaminu

Przewodniczący zespołu egzaminacyjnego lub zespołu nadzorującego część praktyczną egzaminu może unieważnić odpowiednią część egzaminu w przypadku:

- 1) stwierdzenia niesamodzielnego rozwiązywania zadań egzaminacyjnych przez zdającego,
- 2) wniesienia przez zdającego do sali egzaminacyjnej urządzenia telekomunikacyjnego lub materiałów i przyborów pomocniczych niewymienionych w wykazie ogłoszonym przez dyrektora CKE albo korzystania przez zdającego podczas egzaminu z urządzenia telekomunikacyjnego lub niedopuszczonych do użytku materiałów i przyborów,
- 3) zakłócania przez zdającego prawidłowego przebiegu części pisemnej lub części praktycznej egzaminu zawodowego w sposób utrudniający pracę pozostałym Zdającym.

Dyrektor OKE w porozumieniu z dyrektorem CKE może unieważnić egzamin zdającego lub Zdających i zarządzić jego ponowne przeprowadzenie w przypadku:

- 1) niemożności ustalenia wyniku egzaminu na skutek zaginięcia lub zniszczenia kart oceny, kart odpowiedzi lub odpowiedzi Zdających zapisanych i zarchiwizowanych w elektronicznym systemie przeprowadzania egzaminu,
- 2) stwierdzenia naruszenia przepisów dotyczących przeprowadzania egzaminu, na skutek zastrzeżeń zgłoszonych przez zdającego lub z urzędu, jeżeli to naruszenie mogło wpłynąć na wynik danego egzaminu.

Dokumenty potwierdzające zdanie egzaminu

W przypadku, gdy Zdający zdał egzamin zawodowy, otrzymuje świadectwo potwierdzające kwalifikacje w zawodzie w zakresie jednej kwalifikacji wydane przez okręgową komisję egzaminacyjną.

Osoba, która zdała egzaminy z zakresu wszystkich kwalifikacji wyodrębnionych w danym zawodzie oraz posiada poziom wykształcenia wymagany dla danego zawodu, otrzymuje dyplom potwierdzający kwalifikacje w zawodzie. Dyplom wydaje okręgowa komisja egzaminacyjna.

Ponowne przystąpienie do egzaminu

Osoby, które

- nie zdały jednej lub obu części egzaminu,
- nie przystąpiły do egzaminu w wyznaczonym terminie,
- przerwały egzamin

mogą ponownie przystąpić do egzaminu lub niezdanej części, z tym że:

- uczniowie (słuchacze) przystępują do egzaminu w kolejnych terminach w trakcie nauki oraz dwukrotnie po zakończeniu nauki na zasadach określonych dla absolwentów; przystąpienie po raz trzeci lub kolejny po zakończeniu nauki odbywa się na warunkach określonych dla egzaminu eksternistycznego,
- osoby, które rozpoczęły zdawanie egzaminu zawodowego po zakończeniu nauki (absolwenci) lub po ukończeniu kursu kwalifikacyjnego oraz osoby, które przystąpiły do egzaminu na podstawie świadectw szkolnych uzyskanych za granicą, po dwukrotnym niezdaniu tego egzaminu lub jego części zdają egzamin zawodowy lub jego część na warunkach określonych dla egzaminu eksternistycznego.

Po upływie trzech lat od dnia, w którym Zdający przystąpił do części pisemnej egzaminu i nie zdał egzaminu lub mógł przystąpić po raz pierwszy do części pisemnej egzaminu, przystępuje do egzaminu w pełnym zakresie.

MODUŁ 2. INFORMACJE O ZAWODZIE

1. Zadania zawodowe

Absolwent szkoły kształcącej w zawodzie **technik organizacji reklamy** powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- 1) organizowania oraz prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- 2) organizowania oraz prowadzenia kampanii reklamowej;
- 3) projektowania oraz wykonywania środków reklamowych.

2. Wyodrębnienie kwalifikacji w zawodzie

W zawodzie **technik organizacji reklamy** wyodrębniono 2 kwalifikacje.

Numer kwalifikacji (kolejność) w zawodzie	Symbol kwalifikacji z podstawy programowej	Nazwa kwalifikacji
K1	A.26.	<i>Sprzedaż produktów i usług reklamowych</i>
K2	A.27.	<i>Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej</i>

3. Możliwości kształcenia w zawodzie

Klasyfikacja zawodów szkolnictwa zawodowego przewiduje możliwość kształcenia w zawodzie **technik organizacji reklamy** w 4-letnim technikum. Istnieje również możliwość kształcenia na kwalifikacyjnych kursach zawodowych.

MODUŁ 3. WYMAGANIA EGZAMINACYJNE Z PRZYKŁADAMI ZADAŃ

Kwalifikacja K1

A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

1. Przykłady zadań do części pisemnej egzaminu dla wybranych umiejętności z kwalifikacji A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych

1.1. Przygotowanie oferty produktów i usług reklamowych.

Umiejętność 2) rozpoznaje rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej, na przykład:

- rozróżnia produkty od usług reklamowych;
- rozpoznaje rynek produktów reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- rozpoznaje rynek usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- wykonuje i interpretuje analizę ekonomiczną mającą wpływ na rynek produktów i usług reklamowych, między innymi analizę SWOT, PEST (czynników makroekonomicznych), analizę konkurencji;
- wykonuje i interpretuje analizy marketingowe mające wpływ na rynek produktów i usług reklamowych, między innymi analizę segmentacji rynku, analizę BCG, analizę kalkulacji cen;

Przykładowe zadanie 1.

Przedsiębiorstwo kosmetyczne, które posiada w swojej ofercie ponad 1200 produktów skierowanych do kobiet wykonało analizę portfelową BCG produktów. Analizę zaprezentowano agencji reklamowej z prośbą o wycenę działań reklamowych dla produktów nowo wprowadzanych na rynek, w celu zapoznania potencjalnych klientów z produktami. W związku z tym agencja reklamowa powinna wycenić działania reklamowe dla

- A. psów.
- B. gwiazd.
- C. dojnych krów.
- D. znaków zapytania.

Odpowiedź prawidłowa: **D**.

Umiejętność 3) stosuje narzędzia marketingu, na przykład:

- stosuje narzędzia marketingu w celu przygotowania oferty sprzedażowej produktów i usług reklamowych;
- rozróżnia narzędzia marketingu-mix;
- określa zależności pomiędzy działaniami marketingowymi a przygotowaniem oferty sprzedażowej produktów i usług reklamowych;
- dostosowuje propozycję sprzedaży produktów i usług reklamowych do działań marketingowych przedsiębiorstwa.

Przykładowe zadanie 2.

Produkt, cena, promocja i dystrybucja to narzędzia marketingu-mix. Działanie marketingowe producenta odzieży sportowej, który podjął aktywną kampanię informacyjno-propagandową na temat zdrowego stylu życia dotyczy

- A. ceny.
- B. promocji.
- C. produktu.
- D. dystrybucji.

Odpowiedź prawidłowa: **B.**

Umiejętność 5) stosuje metody kalkulacji cen, na przykład:

- stosuje proste metody kalkulacji cen oparte na analizie działań konkurencji, potrzeb nabywców oraz kosztów;
- stosuje metodę kalkulacji cen opartą na kosztach stałych i zmiennych;
- stosuje metodę kalkulacji cen na podstawie postrzeganej wartości.

Przykładowe zadanie 3.

Cena usługi została ustalona na podstawie stopnia jej akceptacji przez nabywcę. Oznacza to, że zastosowano metodę kalkulacji ceny opartą na

- A. kosztach stałych.
- B. cenach konkurencji.
- C. kosztach zmiennych.
- D. postrzeganej wartości.

Odpowiedź prawidłowa: **D.**

1.2. Prowadzenie sprzedaży produktów i usług reklamowych

Umiejętność 2) *identyfikuje typy klientów, na przykład:*

- wykonuje prostą segmentację rynku oraz określa grupę docelową działań reklamowych firmy;
- dostosowuje ofertę sprzedaży produktów i usług reklamowych do grupy docelowej firmy;
- rozróżnia typologie klientów ze względu na czas dokonywania zakupów oraz przewidywane ryzyko, np. klienci innowacyjni, maruderzy, naśladowcy;
- określa wpływ innych osób na klientów w procesie zakupu, np. doradców, decydentów;
- dostosowuje sprzedaż produktów i usług do różnorodnych typologii klientów.

Przykładowe zadanie 4.

Klienci, którzy powracają stale do agencji reklamowej w celu zakupienia produktów i usług oraz rekomendują usługi agencji, to klienci

- A. innowatorzy.
- B. naśladowcy.
- C. lojalni.
- D. bierni.

Prawidłowa odpowiedź: **C.**

Umiejętność 7) *negocjuje oraz przygotowuje umowy sprzedaży produktów i usług, na przykład:*

- rozróżnia rodzaje i techniki negocjacji;
- stosuje różnorodne rodzaje negocjacji podczas prowadzenia rozmów z klientem;
- stosuje różnorodne techniki negocjacji podczas prowadzenia rozmów z klientem.

Przykładowe zadanie 5.

Równorzędne ustępowanie przez obie strony z wytyczonych wymagań to styl negocjacji typu

- A. przegrany-przegrany.
- B. przegrany-wygrany.
- C. wygrany-przegrany.
- D. wygrany-wygrany.

Prawidłowa odpowiedź: **D.**

Umiejętność 8) *prowadzi dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług, na przykład:*

- określa dokumentację niezbędną przy prowadzeniu sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- rozróżnia przepisy prawne związane ze sprzedażą produktów reklamowych i usług;
- wypełnia dokumentację związaną ze sprzedażą produktów i usług reklamowych.

Przykładowe zadanie 6.

Jedna z agencji reklamowych pracowała, korzystając z nielegalnych programów graficznych. Nie posiadała także aktualnej licencji, którą należało systematycznie przedłużać. Zgodnie z Kodeksem karnym za użytkowanie cudzego programu do osiągnięcia korzyści majątkowych właścicielowi agencji grozi kara

- A. konfiskaty mienia firmy.
- B. do 5 lat pozbawienia wolności.
- C. do 10 lat pozbawienia wolności.
- D. zakazu prowadzenia działalności gospodarczej.

Prawidłowa odpowiedź: **B.**

2. Przykład zadania do części praktycznej egzaminu dla wybranych umiejętności z kwalifikacji A.26. *Sprzedaż produktów i usług reklamowych*

Wykonaj prezentację multimedialną zawierającą ofertę kreatywną dla przedsiębiorstwa produkcyjnego „OceanFit” wprowadzającego na rynek nowy model obuwia sportowego dla kobiet od 16 do 40 lat przeznaczonego do biegania.

Prezentacja ma się składać z sześciu slajdów.

Slajd 1 dotyczący segmentacji rynku dla trzech grup docelowych;

Slajd 2 dotyczący stylu życia klientów dla trzech grup docelowych;

Slajd 3 dotyczący potrzeb klientów dla trzech grup docelowych;

Slajd 4 dotyczący wyróżników produktu;

Slajd 5 dotyczący scenariusza użycia produktu dla trzech grup docelowych;

Slajd 6 dotyczący propozycji strategii kreatywnej i medialnej dla trzech grup docelowych.

Dysponujesz komputerem z oprogramowaniem biurowym: Word, Excel, Power Point oraz pakietem graficznym wektorowym. Przykładowe zdjęcia produktu, nazwy rynkowe produktu, opis techniczny produktu oraz logo znajdują się w folderze o nazwie „Oferta”.

Prezentację zapisz na pulpicie w pliku nazwanym swoim numerem „Pesel”

Czas na wykonanie zadania wynosi 120 minut.

Ocenie podlegać będzie:

- przebieg wykonania prezentacji multimedialnej;
- slajd 1 dotyczący segmentacji rynku dla 3 grup docelowych – rezultat 1;
- slajd 2 dotyczący stylu życia klientów dla 3 grup docelowych – rezultat 2;
- slajd 3 dotyczący potrzeb klientów dla 3 grup docelowych – rezultat 3;
- slajd 4. dotyczący wyróżników produktu – rezultat 4;
- slajd 5 dotyczący użycia produktów dla 3 grup docelowych – rezultat 5;
- slajd 6 dotyczący propozycji strategii kreatywnej i medialnej dla 3 grup docelowych – rezultat 6.

Kryteria oceniania wykonania zadania praktycznego będą uwzględniać

- zgodność nazw sześciu slajdów z projektowaniem przekazu;
- zgodność treści sześciu slajdów z projektowaniem przekazu;
- poprawność gramatyczna informacji sześciu slajdów zawartych w prezentacji;
- zgodność informacji na wszystkich slajdach ze strategią reklamy;
- sprawność użytkowania programu graficznego.

Umiejętności sprawdzane zadaniem praktycznym

1. Przygotowanie oferty produktów i usług reklamowych

- 1) korzysta z różnych źródeł informacji o produktach i usługach reklamowych;
- 2) rozpoznaje rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- 3) stosuje narzędzia marketingu;
- 4) opracowuje ofertę handlową zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami klientów;
- 7) przygotowuje prezentację produktów i usług reklamowych z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego.

2. Prowadzenie sprzedaży produktów i usług reklamowych

- 1) tworzy i aktualizuje bazy danych o klientach;
- 2) identyfikuje typy klientów;
- 8) prowadzi dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług;
- 9) korzysta z programów komputerowych stosowanych w procesie sprzedaży produktów i usług reklamowych.

Inne zadania praktyczne z zakresu kwalifikacji A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych mogą dotyczyć:

- sporządzenia wyceny brutto i netto usług projektowych
- sporządzenia wyceny brutto i netto produkcji środków reklamowych z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego.

Kwalifikacja K2

A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej

1. Przykłady zadań do części pisemnej egzaminu dla wybranych umiejętności z kwalifikacji A.27. *Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej*

1.1. Tworzenie przekazu reklamowego

Umiejętność 1) *określa cele przekazu reklamowego, na przykład:*

- określa cele reklamowe ze względu na przyjętą strategię przedsiębiorstwa;
- określa cele reklamy ze względu na grupę docelową;
- określa cele reklamowe ze względu na podmiot reklamy;
- określa cele reklamowe ze względu na strategię produktu, ceny, dystrybucji, promocji;
- określa cele reklamowe biorąc pod uwagę rynek, na którym działa przedsiębiorstwo;
- rozróżnia i potrafi sformułować cele reklamowe ekonomiczne oraz psychograficzne;
- określa różnorodne cele reklamy, np. budowanie wizerunku, marki, zwiększenie sprzedaży, itd.;
- określa różnorodne cele reklamy społecznej;
- formułuje cele reklamowe ze względu na przyjętą strategię w przedsiębiorstwie;
- formułuje cele reklamowe ze względu na grupę docelową działań przedsiębiorstwa;
- określa cele reklamowe biorąc pod uwagę różnorodne czynniki, np. kulturowe, społeczne, demograficzne.

Przykładowe zadanie 1.

Organizacja non-profit zamierza wyemitować reklamę społeczną, której tematyką będzie przeciwdziałanie nawykom złego odżywiania. Celem reklamy jest

- A. zwiększenie sprzedaży.
- B. zmiana wizerunku firmy.
- C. zmiana zachowań odbiorcy.
- D. budowanie marki produktów.

Odpowiedź prawidłowa: **C.**

Przykładowe zadanie 2.

Celem reklamy społecznej jest

- A. budowanie marki produktów.
- B. zmiana psychograficzna.
- C. budowanie marki firmy.
- D. zmiana ekonomiczna.

Odpowiedź prawidłowa: **B.**

Umiejętność 2) dobiera narzędzia promocji, na przykład:

- dobiera narzędzia promocji –mix w zależności od przyjętej strategii przedsiębiorstwa;
- potrafi określić cele oraz zadania związane z działaniami promocyjnymi, biorąc pod uwagę cele komunikacyjne oraz cele związane z aktywizacją sprzedaży;
- rozróżnia poszczególne narzędzia promocji-mix: reklamę, public relations, promocję sprzedaży oraz sprzedaż osobistą;
- potrafi określić cele związane z wprowadzaniem poszczególnych narzędzi promocji mix w przedsiębiorstwie;
- potrafi wskazać powiązania pomiędzy poszczególnymi narzędziami promocji –mix oraz powiązania pomiędzy promocją oraz innymi instrumentami marketingowymi;
- rozróżnia rodzaje oraz formy reklamy (np. reklama społeczna, reklama komercyjna) oraz potrafi określić cele i zadania związane z reklamą;
- rozróżnia oraz potrafi określić celowość poszczególnych działań public relations wewnętrznego oraz zewnętrznego;
- rozróżnia podziały promocji sprzedaży (np. promocja sprzedaży konsumencka, handlowa, wewnętrzna) oraz potrafi wskazywać celować jej zastosowania;
- potrafi określić cele i zadania związane ze sprzedażą osobistą.

Przykładowe zadanie 3.

Jaką formę promocji sprzedaży powinno zastosować przedsiębiorstwo w stosunku do pośredników w kanale dystrybucji?

- A. Handlową.
- B. Biznesową.
- C. Wewnętrzną.
- D. Konsumencką.

Odpowiedź prawidłowa: **A.**

Umiejętność 5) *określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy, na przykład:*

- identyfikuje mechanizmy związane z psychologią tłumu, np. owczy pęd;
- identyfikuje mechanizmy związane z psychologią zachowań jednostek, np. efekt snobizmu, efekt przynależności do grupy społecznej;
- identyfikuje rodzaje zachowań nabywców na rynku pod wpływem reklamy;
- określa mechanizmy reklamowe, które mogą zredukować czas dokonywania zakupów przez nabywcę;
- rozróżnia koszty związane z dokonywaniem zakupów (np. koszty społeczne, psychologiczne) oraz potrafi je zidentyfikować w przekazach reklamowych.

Przykładowe zadanie 4.

W reklamie wykorzystano przekaz oparty na stwierdzeniu: „inni kupują produkt X, wobec tego Ty także powinieneś go mieć”. Zastosowany w tym przypadku mechanizm reklamy określamy jako

- A. owczy pęd.
- B. kraina marzeń.
- C. efekt snobizmu.
- D. kraina dziecięcości.

Odpowiedź prawidłowa: **A.**

1.2. Projektowanie środków reklamowych.

Umiejętność 3) *stosuje różne formy i środki projektowania reklamy, na przykład:*

- stosuje różnorodne środki projektowania reklam w mediach;
- stosuje różnorodne formy projektowania reklam w mediach.

Przykładowe zadanie 5.

Mały zakład fryzjerski prowadzi działalność na dużym osiedlu mieszkaniowym. Funkcjonuje tam jeszcze jedna - konkurencyjna firma. Jaką główną formę reklamy powinien zastosować zakład w celu przyciągnięcia nowych klientów?

- A. Billboardy.
- B. Spoty radiowe.
- C. Ulotki reklamowe.
- D. Bannery internetowe.

Odpowiedź prawidłowa: **C.**

Umiejętność: 4) *stosuje przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej, na przykład:*

- stosuje przepisy prawne związane z reklamą;
- stosuje przepisy prawne związane z działaniami promocyjnymi;
- potrafi zastosować przepisy związane z projektowaniem i emisją reklam w poszczególnych mediach;
- stosuje ograniczenia związane z reklamą określonych produktów;
- przestrzega zasady etyki zawodowej.
- przestrzega przepisów prawa związanych z emisją reklam w telewizji;
- przestrzega przepisów prawa związanych z emisją reklam w prasie;
- przestrzega przepisów prawa związanych z emisją reklam w radio;
- przestrzega przepisów prawa związanych z emisją reklam w Internecie;
- przestrzega przepisów prawa związanych z emisją reklam w mediach zewnętrznych;
- przestrzega zasad etyki zawodowej dotyczącej emisji reklam w poszczególnych mediach.

Przykładowe zadanie 6.

Wskaż produkty medyczne, których nie wolno reklamować w formie spotów telewizyjnych.

- A. Zioła.
- B. Leki OTC.
- C. Kosmetyki.
- D. Leki na receptę.

Odpowiedź prawidłowa: **D.**

Przykładowe zadanie 7.

Firma spożywcza zamierza zastosować w serialu telewizyjnym reklamę typu product placement. Napisy typu "program zawiera lokowanie produktu" oraz „program zawierał lokowanie produktu” powinny pojawiać się

- A. przez cały czas emisji filmu.
- B. przed i po zakończeniu filmu.
- C. obok produktu pokazywanego w filmie.
- D. tylko w bloku reklamowym w trakcie filmu.

Prawidłowa odpowiedź: **B.**

1.3. Tworzenie planu medialnego

Umiejętność 2) *dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy, na przykład:*

- stosuje rodzaje strategii reklamowych w zależności od grupy docelowej, wielkości przedsiębiorstwa, budżetu reklamowego i potrafi dobrać do nich nośniki reklamowe;
- dobiera nośniki reklamowe w zależności od przyjętej strategii reklamowej w mediach zewnętrznych;
- dobiera nośniki reklamowe w zależności od przyjętej strategii reklamowej w Internecie;
- dobiera nośniki reklamowe w zależności od przyjętej strategii reklamowej w kanałach telewizyjnych;
- dobiera nośniki reklamowe w zależności od przyjętej strategii reklamowej w kanałach radiowych;
- dobiera nośniki reklamowe w zależności od przyjętej strategii reklamowej w prasie;
- stosuje kryteria doboru nośników reklamowych i potrafi je powiązać ze strategią firmy;
- określa związki zasięgu i kosztów nośników reklamowych z przyjętymi celami reklamowymi.

Przykładowe zadanie 8.

Firma odzieżowa przyjęła strategię penetracji rynku. Zakładając, że grupę docelową działań stanowią młodzi studenci prowadzący życie nocne i mieszkańcy dużych miast, najlepszym nośnikiem reklamowym będzie

- A. banner reklamowy.
- B. stand reklamowy.
- C. diapazon.
- D. citylight.

Odpowiedź prawidłowa: **D.**

Przykładowe zadanie 9.

Ogólnopolski bank zamierza dotrzeć z przekazem reklamowym do młodych użytkowników Internetu, będących częścią wirtualnych społeczności. Celem działań reklamowych będzie budowanie pozytywnego wizerunku firmy oraz zapoznanie odbiorców z usługami bankowymi. Najlepszą formą reklamy przy tych założeniach strategicznych jest

- A. reklama na portalu finansowym.
- B. "fan page" na Facebooku.
- C. link sponsorowany.
- D. banner reklamowy.

Odpowiedź prawidłowa: **B.**

Umiejętność 3) *dobiera media do przyjętej strategii reklamy, na przykład:*

- stosuje rodzaje strategii reklamowych w zależności od grupy docelowej, wielkości przedsiębiorstwa, budżetu reklamowego i potrafi dobrać do nich media reklamowe;
- wskazuje na zależność pomiędzy strategią firmy a mediami reklamowymi;
- określa jakie znaczenia dla mediów ma przekaz reklamy;
- dobiera media reklamowe ze względu na przepływ informacji;
- stosuje zasady i kryteria doboru mediów w stosunku do strategii firmy.

Przykładowe zadanie 10.

Klub taneczny „COOLDANCE”, chcąc promować swoją działalność wśród młodych ludzi w mediach społecznościowych, jako główne medium reklamowe powinien wybrać

- A. Internet.
- B. outdoor.
- C. radio.
- D. prasę.

Odpowiedź prawidłowa: **A.**

1.4. Przygotowywanie środków reklamowych

Umiejętność 4) *określa metody i techniki produkcji reklamy, na przykład:*

- określa metody projektowania reklam w poszczególnych mediach;
- stosuje różnorodne metody projektowania środków reklamowych zgodnie z wytycznymi informacyjnymi poszczególnych mediów;
- określa techniki produkcji materiałów reklamowych w mediach podstawowych i wspomagających;
- określa techniki produkcji materiałów reklamowych w mediach typu ATL i BTL;
- określa techniki produkcji materiałów reklamowych w mediach aktywnych i pasywnych.

Przykładowe zadanie 11.

Sklep osiedlowy typu „warzywniak” zamierza wyprodukować 5 plakatów reklamowych w pełnym kolorze. Przedsiębiorstwo powinno w tej sytuacji zastosować druk

- A. offset.
- B. cyfrowy.
- C. tampondruk.
- D. rotograwiurę.

Odpowiedź prawidłowa: **B.**

Umiejętność 9) *przestrzega standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy, na przykład:*

- przestrzega standardów jakości pracy przy produkcji reklam w poszczególnych mediach;
- dba o czytelność oraz jakość wykonania prac zgodnie ze sztuką zawodu i etyką;
- stosuje metody testowania reklam przed ich emisją w mediach (pre-test) i je stosuje w celu eliminacji błędów w komunikacji reklamowej;
- przestrzega standardów identyfikacji wizualnej jako wytycznych przedsiębiorstwa w projektowaniu środków reklamowych.

Przykładowe zadanie 12.

Projektując billboard reklamowy nie należy

- A. używać pastelowych, nienasyconych kolorów.
- B. stosować dużej, czytelnej czcionki.
- C. korzystać z zasady redukcji.
- D. eksponować logo.

Prawidłowa odpowiedź: **A.**

Przykładowe zadanie 13.

Grafik, projektując przekaz reklamowy w Internecie i umieszczając w serwisie internetowym dużą ilość zdjęć, musi mieć na względzie szybkość otwierania się serwisu oraz jego estetykę. Powinien przy tym pamiętać, aby zdjęcia zamieszczone w serwisie

- A. nie były zbyt duże.
- B. nie były nieczytelne.
- C. nie były czarno-białe.
- D. nie zawierały napisów.

Prawidłowa odpowiedź: **A.**

1.5. Badanie skuteczności reklamy

Umiejętność 1) *opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy, na przykład:*

- określa i interpretuje wyniki badań jakościowych i ilościowych dotyczących reklamy;
- określa i interpretuje wyniki badań wtórnych i pierwotnych dotyczących reklamy;
- określa i interpretuje wyniki badań typu obserwacja oraz wywiad;
- określa i interpretuje wyniki badań ankietowych i potrafi je zastosować w praktyce;
- określa i interpretuje wyniki badań typu eksperyment i techniki projekcyjne;
- określa i interpretuje wyniki badań reklamy związane z badaniem produktu, ceny, dystrybucji i promocji.

Przykładowe zadanie 14.

Ile wynosi CPP dla kampanii, jeżeli jej budżet wynosi 500 000 zł, a planowana ilość uzyskanych GRP - 500?

- A. 10 000
- B. 1 000
- C. 100
- D. 10

Prawidłowa odpowiedź: **B.**

Umiejętność 3) *określa efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników, na przykład:*

- oblicza i interpretuje parametry medialne związane z efektywnością reklamy;
- określa zasięg mediów oraz zasięg emisji reklamy (TRP), oraz intensywność kampanii reklamowej (GRP);
- określa i interpretuje affinity index, CPP oraz CPT;
- określa i interpretuje częstotliwość kontaktów z reklamą oraz wskaźniki OTS i OTH.

Przykładowe zadanie 15.

O koszcie dotarcia do 1% grupy celowej informuje wskaźnik

- A. CPP
- B. CPM
- C. AI
- D. FF

Prawidłowa odpowiedź: **A.**

Przykładowe zadanie 16.

Do zmierzenia efektywności - za pomocą sumy pojedynczych użytkowników, która w ciągu 1 miesiąca korzysta z danej strony www. - firma internetowa powinna zastosować w badaniach wskaźnik

- A. page views.
- B. affinity index.
- C. unique users.
- D. conversion ratio.

Prawidłowa odpowiedź: **C.**

2. Przykład zadania do części praktycznej egzaminu dla wybranych umiejętności z kwalifikacji A.27. *Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej*

Wykonaj komplet działań reklamowych dla organizacji non-profit o nazwie „Otulisko” zajmującej się adopcją zwierząt ze schroniska „Budka”.

Do dyspozycji masz komputer z oprogramowaniem biurowym, pakiet graficzny wektorowy oraz kolorową drukarkę i papier.

Na pulpicie komputera znajdziesz pliki, w których umieszczone są następujące informacje: nazwa organizacji non-profit w oryginalnej pisowni (logotyp) pod nazwą „Dok 1”, kolorystyka organizacji non-profit pod nazwą „Dok 2”, logo schroniska dla bezdomnych zwierząt „BUDKA” pod nazwą „Dok 3”, schemat banneru internetowego pod nazwą „Dok 4” oraz materiały pomocnicze do wykonania ulotek reklamowych (teksty reklamowe, zdjęcia) zapisane pod nazwą „Dok 5”.

Wykonaj projekt ulotki reklamowej jednostronnej formatu A5 o charakterze informacyjnym, skierowanej do młodych małżeństw z dziećmi. Ulotka powinna zawierać informacje dotyczące sposobu adopcji zwierząt w „OTULISKU” i być dopasowana do grupy docelowej. Ulotka powinna zawierać logo i logotyp organizacji non-profit, slogan reklamowy, nazwę oraz tekst reklamowy, zdjęcia i symbole grup adoptowanych zwierząt. Powinna być zgodna z kolorystyką ustaloną przez organizację non-profit. Wydrukuj ulotkę.

Wykonaj projektu banneru reklamowego o wymiarach 4×4 cm, który młodzi ludzie będą mogli pobrać ze strony i umieścić na swoim koncie na Facebooku jako oznakę przynależności do społeczności dbającej o dobro zwierząt. Banner powinien być wykonany według schematu w oryginalnej kolorystyce schroniska „BUDKA”, zawierać logo i logotyp „OTULISKA” oraz symbole grup zwierząt. Wydrukuj banner.

Czas na wykonanie zadania wynosi 180 minut.

Ocenię podlegać będzie

- wydruk ulotki reklamowej skierowanej do młodych małżeństw z dziećmi – rezultat 1;
- wydruk banneru internetowego – rezultat 2;
- przebieg wykonania i wydrukowania ulotki i banneru internetowego – rezultat 3.

Kryteria oceniania wykonania zadania praktycznego będą uwzględniać

- zgodność formatu wydrukowanej ulotki z zamówieniem;
- zgodność wymiarów banneru z zamówieniem;
- zgodność elementów wizualizacji do odbiorców;
- zgodność treści z ideą adopcji zwierząt
- zgodność tekstów ulotki i banneru z charakterystyką odbiorców
- poprawność kompozycyjną ulotek;

- spójność kompozycyjną ulotki i banneru;
- kolorystykę projektów;
- nawiązanie logo do charakteru „Otuliska”;
- nawiązanie sloganu do charakteru „Otuliska”.

Umiejętności sprawdzane zadaniem praktycznym

1. Tworzenie przekazu reklamowego

- 1) *określa cele przekazu reklamowego;*
- 2) *dobiera narzędzia promocji;*
- 3) *pozyskuje oraz przetwarza informacje niezbędne do realizacji reklamy;*
- 4) *prezentuje informacje reklamowe w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określa ich przydatność do wykonania reklamy;*
- 5) *określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy;*
- 6) *przygotowuje zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej;*
- 7) *dobiera środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego;*
- 8) *dobiera środki prezentacji przekazu reklamowego;*
- 9) *stosuje programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;*
- 10) *stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego.*

2. Projektowanie środków reklamowych

- 1) *projektuje różne formy środków reklamowych i innych narzędzi promocji;*
- 2) *projektuje elementy systemu wizualnej identyfikacji firmy;*
- 3) *stosuje różne formy i środki projektowania reklamy;*
- 4) *stosuje przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej;*
- 5) *wykorzystuje programy komputerowe w trakcie prac projektowych;*
- 6) *prezentuje projekty reklamy produktów i usług.*

3. Tworzenie planu medialnego

- 1) *ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją;*
- 2) *dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;*
- 3) *dobiera media do przyjętej strategii reklamy;*
- 8) *stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących emisji reklamy w mediach.*

4. Przygotowywanie środków reklamowych

- 1) *planuje etapy produkcji środków reklamowych;*
- 2) *wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa do realizacji określonych zadań;*
- 3) *sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych;*
- 4) *określa metody i techniki produkcji reklamy;*
- 5) *dobiera materiały i narzędzia do wykonywania środków reklamowych;*
- 6) *sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych;*
- 7) *obsługuje urządzenia techniczne i korzysta z programów komputerowych do wykonywania środków reklamowych;*
- 8) *przygotowuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej;*
- 9) *przestrzega standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;*
- 10) *prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych;*
- 11) *przestrzega zasad etyki zawodowej podczas produkcji środków reklamowych oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie.*

5. Badanie skuteczności reklamy

- 1) *opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy;*
- 2) *ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów;*
- 3) *określa efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników;*
- 4) *ocenia skuteczność reklamy na podstawie badań rynkowych;*
- 5) *prowadzi badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych;*
- 6) *prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy.*

Inne zadania praktyczne z zakresu kwalifikacji A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej mogą dotyczyć

- opracowania harmonogramu kampanii reklamowej.*
- planowania kampanii reklamowej.*

ZAŁĄCZNIKI

ZAŁĄCZNIK 1. Wykaz wybranych aktów prawnych

ZAŁĄCZNIK 2. Podstawa programowa kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy

ZAŁĄCZNIK 3. Procedury przeprowadzania i organizowania egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie

ZAŁĄCZNIK 4. Wzór deklaracji przystąpienia do egzaminu dla ucznia/słuchacza/absolwenta

ZAŁĄCZNIK 5. Wzór wniosku o dopuszczenie do egzaminu eksternistycznego zawodowego

ZAŁĄCZNIK 6. Wykaz Okręgowych Komisji Egzaminacyjnych

ZAŁĄCZNIK 1. Wykaz wybranych aktów prawnych

- Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o systemie oświaty oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2011 r, Nr 205, poz. 1206)
- Rozporządzenie MEN z dnia 23 grudnia 2011 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego (Dz. U. z 2012 r., poz. 7)
- Rozporządzenie MEN z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach (Dz. U. z 2012 r., poz. 184)
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 11 stycznia 2012 r. w sprawie egzaminów eksternistycznych (Dz. U. z 2012 r., poz. 188)
- Rozporządzenie MEN z dnia 24 lutego 2012 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie warunków i sposobu oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy oraz przeprowadzania sprawdzianów i egzaminów w szkołach publicznych (Dz. U. z 2012 r., poz. 262)

ZAŁĄCZNIK 2. Podstawa programowa kształcenia w zawodzie

Opracowano na podstawie dokumentu z dnia 7 lutego 2012 r.

technik organizacji reklamy 333906

Celem kształcenia zawodowego jest przygotowanie uczących się do życia w warunkach współczesnego świata, wykonywania pracy zawodowej i aktywnego funkcjonowania na zmieniającym się rynku pracy.

Zadania szkoły i innych podmiotów prowadzących kształcenie zawodowe oraz sposób ich realizacji są uwarunkowane zmianami zachodzącymi w otoczeniu gospodarczo-społecznym, na które wpływają w szczególności: idea gospodarki opartej na wiedzy, globalizacja procesów gospodarczych i społecznych, rosnący udział handlu międzynarodowego, mobilność geograficzna i zawodowa, nowe techniki i technologie, a także wzrost oczekiwań pracodawców w zakresie poziomu wiedzy i umiejętności pracowników.

W procesie kształcenia zawodowego ważne jest integrowanie i korelowanie kształcenia ogólnego i zawodowego, w tym doskonalenie kompetencji kluczowych nabytych w procesie kształcenia ogólnego, z uwzględnieniem niższych etapów edukacyjnych. Odpowiedni poziom wiedzy ogólnej powiązanej z wiedzą zawodową przyczyni się do podniesienia poziomu umiejętności zawodowych absolwentów szkół kształcących w zawodach, a tym samym zapewni im możliwość sprostania wyzwaniom zmieniającego się rynku pracy. W procesie kształcenia zawodowego są podejmowane działania wspomagające rozwój każdego uczącego się, stosownie do jego potrzeb i możliwości, ze szczególnym uwzględnieniem indywidualnych ścieżek edukacji i kariery, możliwości podnoszenia poziomu wykształcenia i kwalifikacji zawodowych oraz zapobiegania przedwczesnemu kończeniu nauki.

Elastycznemu reagowaniu systemu kształcenia zawodowego na potrzeby rynku pracy, jego otwartości na uczenie się przez całe życie oraz mobilności edukacyjnej i zawodowej absolwentów ma służyć wyodrębnienie kwalifikacji w ramach poszczególnych zawodów wpisanych do klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.

1. CELE KSZTAŁCENIA W ZAWODZIE

Absolwent szkoły kształcącej w zawodzie technik organizacji reklamy powinien być przygotowany do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- 1) organizowania oraz prowadzenia sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- 2) organizowania oraz prowadzenia kampanii reklamowej;
- 3) projektowania oraz wykonywania środków reklamowych.

2. EFEKTY KSZTAŁCENIA

Do wykonywania wyżej wymienionych zadań zawodowych niezbędne jest osiągnięcie zakładanych efektów kształcenia, na które składają się:

- 1) efekty kształcenia wspólne dla wszystkich zawodów;

(BHP). Bezpieczeństwo i higiena pracy

Uczeń:

- 1) rozróżnia pojęcia związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią;
- 2) rozróżnia zadania i uprawnienia instytucji oraz służb działających w zakresie ochrony pracy i ochrony środowiska w Polsce;
- 3) określa prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy;
- 4) przewiduje zagrożenia dla zdrowia i życia człowieka oraz mienia i środowiska związane z wykonywaniem zadań zawodowych;
- 5) określa zagrożenia związane z występowaniem szkodliwych czynników w środowisku pracy;
- 6) określa skutki oddziaływania czynników szkodliwych na organizm człowieka;

- 7) organizuje stanowisko pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska;
- 8) stosuje środki ochrony indywidualnej i zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych;
- 9) przestrzega zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosuje przepisy prawa dotyczące ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska;
- 10) udziela pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy oraz w stanach zagrożenia zdrowia i życia.

(PDG). Podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej

Uczeń:

- 1) stosuje pojęcia z obszaru funkcjonowania gospodarki rynkowej;
- 2) stosuje przepisy prawa pracy, przepisy prawa dotyczące ochrony danych osobowych oraz przepisy prawa podatkowego i prawa autorskiego;
- 3) stosuje przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej;
- 4) rozróżnia przedsiębiorstwa i instytucje występujące w branży i powiązania między nimi;
- 5) analizuje działania prowadzone przez przedsiębiorstwa funkcjonujące w branży;
- 6) inicjuje wspólne przedsięwzięcia z różnymi przedsiębiorstwami z branży;
- 7) przygotowuje dokumentację niezbędną do uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej;
- 8) prowadzi korespondencję związaną z prowadzeniem działalności gospodarczej;
- 9) obsługuje urządzenia biurowe oraz stosuje programy komputerowe wspomagające prowadzenie działalności gospodarczej;
- 10) planuje i podejmuje działania marketingowe prowadzonej działalności gospodarczej;
- 11) optymalizuje koszty i przychody prowadzonej działalności gospodarczej.

(JOZ). Język obcy ukierunkowany zawodowo

Uczeń:

- 1) posługuje się zasobem środków językowych (leksykalnych, gramatycznych, ortograficznych oraz fonetycznych), umożliwiających realizację zadań zawodowych;
- 2) interpretuje wypowiedzi dotyczące wykonywania typowych czynności zawodowych artykułowane powoli i wyraźnie, w standardowej odmianie języka;
- 3) analizuje i interpretuje krótkie teksty pisemne dotyczące wykonywania typowych czynności zawodowych;
- 4) formułuje krótkie i zrozumiałe wypowiedzi oraz teksty pisemne umożliwiające komunikowanie się w środowisku pracy;
- 5) korzysta z obcojęzycznych źródeł informacji.

(KPS). Kompetencje personalne i społeczne

Uczeń:

- 1) przestrzega zasad kultury i etyki;
- 2) jest kreatywny i konsekwentny w realizacji zadań;
- 3) przewiduje skutki podejmowanych działań;
- 4) jest otwarty na zmiany;
- 5) potrafi radzić sobie ze stresem;
- 6) aktualizuje wiedzę i doskonali umiejętności zawodowe;
- 7) przestrzega tajemnicy zawodowej;
- 8) potrafi ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania;
- 9) potrafi negocjować warunki porozumień;
- 10) współpracuje w zespole.

(OMZ). Organizacja pracy małych zespołów (wyłącznie dla zawodów nauczanych na poziomie technika)

Uczeń:

- 1) planuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań;
- 2) dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań;
- 3) kieruje wykonaniem przydzielonych zadań;
- 4) ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań;
- 5) wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakość pracy;
- 6) komunikuje się ze współpracownikami.

2) efekty kształcenia wspólne dla zawodów w ramach obszaru administracyjno-usługowego, stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów PKZ(A.p);

PKZ(A.p) Umiejętności stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie technik organizacji reklamy

Uczeń:

- 1) posługuje się pojęciami z zakresu mikroekonomii i makroekonomii;
- 2) przestrzega zasad funkcjonowania rynku finansowego;
- 3) rozróżnia formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw;
- 4) posługuje się terminologią z zakresu prawa i etyki;
- 5) charakteryzuje rodzaje badań statystycznych oraz określa ich przydatność do celów decyzyjnych;
- 6) rozróżnia elementy marketingu oraz określa jego znaczenie w działalności reklamowej;
- 7) posługuje się pojęciami z zakresu towaroznawstwa;
- 8) określa psychologiczne i socjologiczne uwarunkowania działalności reklamowej;
- 9) stosuje programy komputerowe wspomagające wykonywanie zadań.

3) efekty kształcenia właściwe dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie technik organizacji reklamy opisane w części II:

A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych**1. Przygotowanie oferty produktów i usług reklamowych**

Uczeń:

- 1) korzysta z różnych źródeł informacji o produktach i usługach reklamowych;
- 2) rozpoznaje rynek produktów i usług reklamowych na podstawie analizy ekonomicznej i marketingowej;
- 3) stosuje narzędzia marketingu;
- 4) opracowuje ofertę handlową zgodnie z oczekiwaniami i potrzebami klientów;
- 5) stosuje metody kalkulacji cen;
- 6) opracowuje cenniki produktów i usług reklamowych;
- 7) przygotowuje prezentację produktów i usług reklamowych z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego.

2. Prowadzenie sprzedaży produktów i usług reklamowych

Uczeń:

- 1) tworzy i aktualizuje bazy danych o klientach;
- 2) identyfikuje typy klientów;
- 3) prowadzi rozmowę sprzedażową;
- 4) prezentuje ofertę sprzedaży produktów i usług reklamowych;
- 5) prowadzi sprzedaż produktów i usług reklamowych zgodnie z przyjętą strategią marketingową;
- 6) realizuje zlecenia i zamówienia na produkty i usługi reklamowe;
- 7) negocjuje oraz przygotowuje umowy sprzedaży produktów i usług;
- 8) prowadzi dokumentację dotyczącą sprzedaży produktów i usług;
- 9) korzysta z programów komputerowych stosowanych w procesie sprzedaży produktów i usług reklamowych.

A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**1. Tworzenie przekazu reklamowego**

Uczeń:

- 1) określa cele przekazu reklamowego;
- 2) dobiera narzędzia promocji;
- 3) pozyskuje oraz przetwarza informacje niezbędne do realizacji reklamy;
- 4) prezentuje informacje reklamowe w formie graficznej, tekstowej i tabelarycznej oraz określa ich przydatność do wykonania reklamy;
- 5) określa mechanizmy wpływające na tworzenie reklamy;
- 6) przygotowuje zestaw informacji dotyczących kampanii reklamowej;
- 7) dobiera środki reklamowe służące do opracowania przekazu reklamowego;
- 8) dobiera środki prezentacji przekazu reklamowego;
- 9) stosuje programy komputerowe do gromadzenia i przetwarzania informacji oraz opracowania przekazu reklamowego;
- 10) stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących tworzenia przekazu reklamowego.

2. Projektowanie środków reklamowych

Uczeń:

- 1) projektuje różne formy środków reklamowych i innych narzędzi promocji;
- 2) projektuje elementy systemu wizualnej identyfikacji firmy;
- 3) stosuje różne formy i środki projektowania reklamy;
- 4) stosuje przepisy prawa autorskiego i własności intelektualnej;
- 5) wykorzystuje programy komputerowe w trakcie prac projektowych;
- 6) prezentuje projekty reklamy produktów i usług.

3. Tworzenie planu medialnego

Uczeń:

- 1) ocenia projekt przekazu reklamowego przed jego publikacją;
- 2) dobiera nośniki reklamy do przyjętej strategii reklamy;
- 3) dobiera media do przyjętej strategii reklamy;
- 4) ustala czas emisji reklamy w mediach na podstawie określonych wskaźników;
- 5) sporządza plan przebiegu kampanii reklamowej w mediach zgodnie z przyjętym budżetem;
- 6) organizuje emisję reklamy w mediach;
- 7) sporządza dokumenty dotyczące emisji reklamy w mediach;
- 8) stosuje przepisy prawa oraz przestrzega zasad etyki zawodowej, dotyczących emisji reklamy w mediach.

4. Przygotowywanie środków reklamowych

Uczeń:

- 1) planuje etapy produkcji środków reklamowych;
- 2) wykorzystuje wiedzę i umiejętności z zakresu towaroznawstwa do realizacji określonych zadań;
- 3) sporządza harmonogram przygotowania środków reklamowych;
- 4) określa metody i techniki produkcji reklamy;
- 5) dobiera materiały i narzędzia do wykonywania środków reklamowych;
- 6) sporządza zapotrzebowanie na materiały i sprzęt do produkcji środków reklamowych;
- 7) obsługuje urządzenia techniczne i korzysta z programów komputerowych do wykonywania środków reklamowych;
- 8) przygotowuje reklamę w wersji drukowanej i elektronicznej;
- 9) przestrzega standardów jakości pracy w procesie produkcji środków reklamy;

- 10) prowadzi dokumentację dotyczącą produkcji środków reklamowych;
- 11) przestrzega zasad etyki zawodowej podczas produkcji środków reklamowych oraz stosuje przepisy prawa w tym zakresie.

5. Badanie skuteczności reklamy

Uczeń:

- 1) opracowuje oraz interpretuje wyniki badań rynku reklamy;
- 2) ocenia jakość produktów i usług reklamowych według określonych kryteriów;
- 3) określa efektywność reklamy na podstawie ustalonych wskaźników;
- 4) ocenia skuteczność reklamy na podstawie badań rynkowych;
- 5) prowadzi badania efektywności reklamy z wykorzystaniem programów komputerowych;
- 6) prezentuje wyniki badań dotyczących oceny jakości oraz skuteczności prowadzonej reklamy.

3. WARUNKI REALIZACJI KSZTAŁCENIA W ZAWODZIE

Szkoła podejmująca kształcenie w zawodzie technik organizacji reklamy powinna posiadać następujące pomieszczenia dydaktyczne:

- 1) pracownię multimedialną, wyposażoną w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, stanowiska komputerowe (jedno stanowisko dla jednego ucznia), drukarki, skanery i plotery (po jednym urządzeniu na cztery stanowiska komputerowe), pakiet programów biurowych, programy do obróbki graficznej, edytorskiej i audiowizualnej, projektor multimedialny, wszystkie komputery podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, słuchawkami, głośnikami, mikrofonem; kserokopiarkę, urządzenia multimedialne, takie jak: kamery cyfrowe, aparaty fotograficzne;
 - 2) pracownię plastyczno-techniczną, wyposażoną w: stanowiska rysunkowo-malarskie (jedno stanowisko dla jednego ucznia), sztalugi, deski kreślarskie, materiały oraz przybory kreślarskie i malarskie, materiały reklamowe, materiały biurowe, stanowisko dydaktyczne dla nauczyciela wyposażone w: komputer z dostępem do Internetu, projektor multimedialny, ekran, głośniki, telewizor, odtwarzacz DVD, materiały dydaktyczne;
 - 3) pracownię sprzedaży usług reklamowych, wyposażoną w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, ze skanerem i z projektorem multimedialnym oraz stanowiska komputerowe dla uczniów (jedno stanowisko dla jednego ucznia), wszystkie komputery podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu i z podłączeniem do drukarki sieciowej, z pakietem programów biurowych, programem do tworzenia prezentacji i grafiki, oprogramowaniem stosowanym w sprzedaży produktów i usług reklamowych; druki formularzy stosowanych w sprzedaży produktów i usług; zestaw przepisów prawa dotyczących sprzedaży usług reklamowych w formie drukowanej lub elektronicznej, podręczniki, literaturę zawodową, słowniki i encyklopedie z zakresu sprzedaży produktów i usług reklamowych.
- Kształcenie praktyczne może odbywać się w: pracowniach szkolnych, placówkach kształcenia praktycznego oraz podmiotach stanowiących potencjalne miejsca zatrudnienia absolwentów szkół kształcących w zawodzie. Szkoła organizuje praktyki zawodowe w podmiocie zapewniającym rzeczywiste warunki pracy właściwe dla nauczanego zawodu w wymiarze 4 tygodni (160 godzin).

4. Minimalna liczba godzin kształcenia zawodowego¹⁾

Efekty kształcenia wspólne dla wszystkich zawodów oraz efekty kształcenia wspólne dla zawodów w ramach obszaru administracyjno--usługowego stanowiące podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów	280 godz.
A.26. Sprzedaż produktów i usług reklamowych	430 godz.
A.27. Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej	640 godz.

¹⁾ W szkole liczbę godzin kształcenia zawodowego należy dostosować do wymiaru godzin określonego w przepisach w sprawie ramowych planów nauczania w szkołach publicznych danego typu, zachowując minimalną liczbę godzin wskazanych w tabeli odpowiednio dla efektów kształcenia: wspólnych dla wszystkich

zawodów i wspólnych dla zawodów w ramach obszaru kształcenia stanowiących podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów oraz właściwych dla kwalifikacji wyodrębnionych w zawodzie.

ZAŁĄCZNIK 3. Procedury przeprowadzania i organizowania egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie

Aktualne procedury dotyczące przeprowadzania i organizowania egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie są dostępne na stronie internetowej Centralnej Komisji Egzaminacyjnej pod adresem <http://www.cke.edu.pl>.

Załącznik 6. Wykaz Okręgowych Komisji Egzaminacyjnych

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Gdańsku

<http://www.oke.gda.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Jaworznie

<http://www.oke.jaworzno.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Krakowie

<http://www.oke.krakow.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Łomży

<http://www.oke.lomza.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Łodzi

<http://www.komisja.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Poznaniu

<http://www.oke.poznan.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna w Warszawie

<http://www.oke.waw.pl/>

Okręgowa Komisja Egzaminacyjna we Wrocławiu

<http://www.oke.wroc.pl/>

SŁOWNIK POJĘĆ

Szkoła – należy przez to rozumieć trzy typy szkół ponadgimnazjalnych:

- zasadniczą szkołę zawodową,
- czteroletnie technikum,
- szkołę policealną.

Placówka – należy przez to rozumieć placówkę kształcenia ustawicznego lub placówkę kształcenia praktycznego.

Dyrektor szkoły/placówki – należy przez to rozumieć dyrektora szkoły/placówki, w której jest realizowane kształcenie zawodowe.

Pracodawca – należy przez to rozumieć pracodawcę, u którego jest realizowane kształcenie zawodowe.

Ośrodek egzaminacyjny – należy przez to rozumieć szkołę, placówkę lub pracodawcę, upoważnione przez dyrektora komisji okręgowej do zorganizowania części praktycznej egzaminu.

Egzamin zawodowy – należy przez to rozumieć egzamin potwierdzający kwalifikacje w zawodzie przeprowadzany z zakresu danej kwalifikacji wyodrębnionej w tym zawodzie, zgodnie z klasyfikacją zawodów szkolnictwa zawodowego.

Kwalifikacja w zawodzie – wyodrębniony w danym zawodzie zestaw oczekiwanych efektów kształcenia, których osiągnięcie potwierdza świadectwo wydane przez okręgową komisję egzaminacyjną, po zdaniu egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie w zakresie jednej kwalifikacji.

Podstawa programowa kształcenia w zawodach – obowiązkowe zestawy celów kształcenia i treści nauczania opisanych w formie oczekiwanych efektów kształcenia: wiedzy, umiejętności zawodowych oraz kompetencji personalnych i społecznych, niezbędnych dla zawodów lub kwalifikacji wyodrębnionych w zawodach, uwzględniane w programach nauczania i umożliwiające ustalenie kryteriów ocen szkolnych i wymagań egzaminacyjnych oraz warunki realizacji kształcenia w zawodach, w tym zalecane wyposażenie w pomoce dydaktyczne i sprzęt oraz minimalna liczba godzin kształcenia zawodowego.

Formy pozaszkolne – należy przez to rozumieć formy uzyskiwania i uzupełniania wiedzy, umiejętności i kwalifikacji zawodowych w placówkach i ośrodkach kształcenia ustawicznego i praktycznego, a także kwalifikacyjne kursy zawodowe.

Kwalifikacyjny kurs zawodowy – należy przez to rozumieć kurs, którego program nauczania uwzględnia podstawę programową kształcenia w zawodach, w zakresie jednej kwalifikacji, którego ukończenie umożliwia przystąpienie do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie w zakresie tej kwalifikacji.

Część pisemna egzaminu przeprowadzana w formie elektronicznej – należy przez to rozumieć część pisemną egzaminu zawodowego przeprowadzaną z wykorzystaniem elektronicznego systemu przeprowadzania egzaminu.

Operator lub **operatorzy egzaminu** – należy przez to rozumieć wskazaną przez dyrektora szkoły/placówki/pracodawcę osobę lub osoby odpowiedzialne za przygotowanie techniczne szkoły/placówki/pracodawcy do przeprowadzenia części pisemnej egzaminu z wykorzystaniem elektronicznego systemu oraz za poprawność funkcjonowania w czasie egzaminu systemu elektronicznego i indywidualnych stanowisk egzaminacyjnych wspomaganých elektronicznie.

Asystent techniczny – należy przez to rozumieć osobę lub osoby przygotowujące stanowiska egzaminacyjne wskazane przez kierownika ośrodka egzaminacyjnego, odpowiedzialne za przygotowanie stanowisk egzaminacyjnych i zapewniających prawidłowe funkcjonowanie stanowisk komputerowych, specjalistycznego sprzętu oraz maszyn i urządzeń wykorzystywanych do wykonania zadań egzaminacyjnych w czasie przeprowadzania części praktycznej egzaminu zawodowego.

Nauczyciel wspomagający – należy przez to rozumieć specjalistę z zakresu danej niepełnosprawności, o którym mowa w komunikacie dyrektora CKE w sprawie szczegółowej informacji o sposobach dostosowania warunków i form przeprowadzania egzaminu zawodowego.

Osoby posiadające świadectwa szkolne uzyskane za granicą – należy przez to rozumieć osoby posiadające świadectwa szkolne uzyskane za granicą, uznane za równorzędne ze świadectwami ukończenia odpowiednich polskich szkół ponadgimnazjalnych lub szkół ponadpodstawowych.

Zdający ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi – należy przez to rozumieć:

- uczniów,
- słuchaczy,
- absolwentów

posiadających orzeczenie o potrzebie kształcenia specjalnego lub orzeczenie o potrzebie indywidualnego nauczania, lub opinię poradni psychologiczno-pedagogicznej, w tym poradni specjalistycznej o specyficznych trudnościach w uczeniu się, lub zaświadczenie o stanie zdrowia wydane przez lekarza stwierdzające chorobę lub niesprawność czasową, lub opinię rady pedagogicznej wskazującą konieczność dostosowania warunków egzaminu ze względu na trudności adaptacyjne związane z wcześniejszym kształceniem za granicą, zaburzenia komunikacji językowej, lub sytuację kryzysową lub traumatyczną – osoby niewidome, słabowidzące, niesłyszące, słabosłyszące, z niepełnosprawnością ruchową, w tym z afazją, z upośledzeniem umysłowym w stopniu lekkim, z autyzmem, w tym z zespołem Aspergera, posiadające zaświadczenie lekarskie potwierdzające występowanie danej dysfunkcji, przystępujące do egzaminu potwierdzającego kwalifikację w zawodzie na podstawie świadectwa szkolnego uzyskanego za granicą lub ukończonego kwalifikacyjnego kursu zawodowego lub decyzji dyrektora okręgowej komisji egzaminacyjnej o dopuszczeniu do egzaminu zawodowego eksternistycznego.