

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**Oznaczenie kwalifikacji: **A.27**Numer zadania: **01**Kod arkusza: **A.27-01-16.01**

| Lp. | Elementy podlegające ocenie/kryteria oceny <i>dopuszcza się inne sformułowania poprawne merytorycznie</i> |
|------------|--|
| R.1 | Rezultat 1: Samodzielny slogan wraz z hasłem reklamowym- wydruk |
| R.1.1 | slogan ma charakter samodzielny (zawiera nazwę TOY Soldier) |
| R.1.2 | slogan ma od 3 do 7 wyrazów |
| R.1.3 | slogan nawiązuje do zabawek, zabawy, dzieci |
| R.1.4 | hasło reklamowe ma od 5 do 10 wyrazów |
| R.1.5 | hasło reklamowe zachęca do zakupu zabawek na Dzień Dziecka (1 czerwca) |
| R.1.6 | hasło reklamowe jest kreatywne |
| R.2 | Rezultat 2: Projekt graficzny reklamy na samochód osobowy - wydruk |
| R.2.1 | projekt wykonany na szablonie samochodu |
| R.2.2 | grafiki zostały naniesione na 4 makiety szablonu |
| R.2.3 | na bocznej makiecie umieszczone logo, hasło i adres www.toysoldier.dz |
| R.2.4 | na bocznej makiecie umieszczony element graficzny nawiązujący do zabawek |
| R.2.5 | grafika umieszczona na bocznej makiecie zajmuje dwie pary drzwi oraz okna w tylnych drzwiach |
| R.2.6 | na przedniej makiecie naniesiona nazwę firmy i logo |
| R.2.7 | grafika na tylnej makiecie nie zachodzi na okno |
| R.2.8 | na tylnej makiecie umieszczone slogan oraz logo |
| R.2.9 | całość kompozycji jest spójna i estetyczna |
| R.2.10 | wszystkie napisy umieszczone na szablonie są czytelne |
| R.3 | Rezultat 3: Plan medialny kampanii reklamowej w lokalnych mediach - wydruk |
| R.3.1 | plan medialny ma formę tabelaryczną, kampania trwa 6 tygodni |
| R.3.2 | wybrane radio B |
| R.3.3 | wybrana gazeta C |
| R.3.4 | kampania radiowa zaplanowana jest tylko w dni powszednie |
| R.3.5 | kampania radiowa obejmuje 100 spotów w godzinach porannych (6.00 – 9.00) |
| R.3.6 | kampania prasowa obejmuje 10 ogłoszeń |
| R.3.7 | 2 ogłoszenia prasowe zaplanowane na wydania poniedziałkowe i 2 ogłoszenia prasowe zaplanowane na wydania weekendowe |
| R.3.8 | plan medialny zawiera wyliczenie kosztów reklamy prasowej: ogłoszenie od wtorku do piątku 200 zł - 6 emisji lub 1200 zł, poniedziałek 500 zł - 2 emisje lub 1000 zł, weekend 500 zł - 2 emisje lub 1000 zł i razem 3200 zł |
| R.3.9 | plan medialny zawiera wyliczenie kosztów reklamy radiowej 100 spotów po 65 zł i razem 6500 zł |
| R.3.10 | budżet kampanii nie przekracza 10000 zł |