

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**Oznaczenie kwalifikacji: **A.27**Numer zadania: **01**Kod arkusza: **A.27_01_17.01**

Lp.	Elementy podlegające ocenie/zasady oceny
R.1	Rezultat 1: Projekt graficzny logotypu - wydruk
R.1.1	Logotyp zawiera napis <i>BalansCity</i>
R.1.2	Napis <i>BalansCity</i> wykonano kursywą
R.1.3	Logotyp zawiera element graficzny - <i>jabłko</i>
R.1.4	Tekst i grafika w logo są względem siebie zrównoważone
R.1.5	Napis <i>BalansCity</i> wykonano w kolorze zielono-niebieskim
R.1.6	Logotyp jest wydrukowany w kolorze
R.2	Rezultat 2: Projekt graficzny ogłoszenia prasowego
R.2.1	Ogłoszenie ma zachowany format A5, czyli 148 mm x 210 mm
R.2.2	Ogłoszenie jest zaprojektowane w orientacji pionowej
R.2.3	Tło ogłoszenia wypełnione jest gradientem liniowym od jasno szarego (górze) do zielonego (dół) - <i>mogą to być różne odcienie zieleni</i>
R.2.4	Ogłoszenie zawiera w lewym górnym rogu zaprojektowany logotyp
R.2.5	Ogłoszenie zawiera w prawym górnym rogu dane adresowe firmy <i>BalansCity (ul. Krucza 3, 00-022 Warszawa)</i>
R.2.6	Ogłoszenie w stopce zawiera stronę internetową firmy: <i>www.balanscity.com.pl</i>
R.2.7	Ogłoszenie zawiera informacje o nowych usługach ze wskazaniem na nowość (<i>catering dietetyczny i pomoc trenera fitness</i>)
R.2.8	Ogłoszenie jest odpowiednio skomponowane, np.: <i>tekst jest proporcjonalnie rozmieszczony</i>
R.2.9	Poza logotypem na ogłoszeniu znajduje się dodatkowy element graficzny
R.3	Rezultat 3: Media plan kampanii telewizyjnej
R.3.1	Media plan jest wydrukowany na kartce A4, w orientacji poziomej - możliwe jest łatwe przeglądanie danych
R.3.2	Media plan sporządzony jest w formie tabelarycznej
R.3.3	Wybrano do kampanii tylko jedną telewizję: <i>Telewizję Warszawa</i>
R.3.4	Media plan zawiera informacje o długości kampanii - <i>30 dni z rozbiem na poszczególne dni</i>
R.3.5	W pierwszych 15 dniach zaplanowano 2 spoty dziennie
R.3.6	W kolejnych 15 dniach zaplanowano 3 spoty dziennie
R.3.7	Do media planu wybrano co najmniej dwa różne programy z jednej stacji telewizyjnej
R.3.8	Całkowity wynikający z obliczeń zdającego budżet na kampanię nie przekracza 135 000 zł
R.4	Rezultat 4: Obliczona planowana intensywność kampanii reklamowej GRP
R.4.1	Planowana TRP dla pierwszego wybranego w media planie programu jest iloczynem wskaźnika oglądalności bez procentów i ilości wyemitowanych spotów
R.4.2	Planowana TRP dla drugiego wybranego w media planie programu jest iloczynem wskaźnika oglądalności bez procentów i ilości wyemitowanych spotów
R.4.3	Planowane GRP dla całej kampanii jest sumą wszystkich wybranych w media planie i obliczonych przez zdającego wskaźników TRP