

## DYPLOM Z ZARZĄDZANIA PR I REPUTACJĄ ARKUSZ EGZAMINACYJNY

Instrukcja: **CZĘŚĆ A: Odpowiedz na oba pytania: 1A i 2A. CZĘŚĆ B: Odpowiedz tylko na jedno z trzech pytań.**

### Część A

#### Pytanie 1A

Poproszono Cię o zarządzanie marketingiem nowej instytucji państwowej w Polsce, która skoncentruje się na objaśnianiu nowych, pojawiających się modeli biznesowych. Ogromny wpływ na polską gospodarkę, tak jak i na wszystkie europejskie gospodarki, wywarły powstające modele biznesowe nakierowane na media społecznościowe, które znacznie się różnią od typowych modeli przemysłowych, zbudowanych głównie wokół modelu amerykańskiego. Nowy ośrodek – **Nowoczesny Instytut Szkolenia i Rozwoju Modeli Biznesowych** – to propozycja skierowana do osób zajmujących się biznesem i będących w średnim wieku, które mogą potrzebować przekwalifikowania i doradztwa w zakresie rozwoju modeli biznesowych oraz ich dostosowania do realiów XXI wieku. Instytut zostanie otwarty we wrześniu 2017 roku. Teraz mamy marzec 2017 roku.

Określono już głównych interesariuszy – są to osoby zainteresowane biznesem, szczególnie w tradycyjnym rozumieniu (np. handel i sprzedaż detaliczna), które muszą przekształcić swoją firmę pod kątem mediów społecznościowych, nowych sposobów generowania przychodu, zaangażowania, komunikowania treści i zachęcania innych do udostępniania oraz polubienia ich treści, produktów czy usług. Instytut będzie objaśniał, jak opracowywać strategię mediów społecznościowych oraz wykorzystywać narzędzia takie jak LinkedIn, Facebook, YouTube i Instagram.

**Jak opracujesz strategię i kampanię medialną, aby zwiększyć świadomość i zapewnić, że najważniejsi interesariusze oraz influencerzy wiedzą o Instytucie oraz jego celu?**

**Rozpisz plan wyjaśniający, jak w Twoim wykonaniu wyglądałby okres od marca do startu we wrześniu. Masz do dyspozycji budżet w wysokości 700.000 zł.**

#### Pytanie 2A

Na rynku pojawiła się nowa książka o **kreowaniu marki osobistej – personal branding**. Nosi tytuł „**Twoja marka**”, a powstała we współpracy z piosenkarką Lady Gagą, w uznaniu jej sukcesu w „wymyśleniu siebie na nowo” i uzyskaniu statusu „ikonicznej celebrytki”. Autorami książki są znani amerykańscy styliści marek, Peter i Maria Montoya, stojący za karierą takich osób, jak Mike Tyson, Colin Powell i Madonna. Główne przesłanie książki dotyczy potrzeby wypracowania wyróżniającego nas atrybutu i bazowania na nim oraz dopasowania do niego wszystkich innych aspektów naszego charakteru. Książka wyjaśnia również, że coraz więcej osób musi wziąć pod uwagę rozwój marki osobistej, jako że bezrobocie technologiczne staje się rzeczywistością. W publikacji tej duże znaczenie przypisuje się wskaźnikowi Klout Score, posługującemu się skalą 100 punktów, a służącemu do pomiaru oddziaływania w mediach społecznościowych. Książka zostanie wydana w październiku 2017 roku, również w formie e-booka, z elementami interaktywnymi dostępnymi w sieci.

**Napisz komunikat skierowany do popularnych tytułów prasowych, mówiący o publikacji, celu i przesłaniu, jakie niesie ze sobą ta książka.**

## **CZĘŚĆ B (odpowiedz tylko na jedno pytanie)**

### **Pytanie 1B ZARZĄDZANIE KRYZYSOWE I ZARZĄDZANIE REPUTACJĄ**

Jesteś jednym z największych sprzedawców detalicznych wyrobów czekoladowych i słodczy, mającym w swojej ofercie pięć najlepiej sprzedających się czekolad. Twoja grupa docelowa to głównie dzieci w wieku 5–12 lat. Właśnie ukazał się szereg raportów wskazujących, że ponad 29 dzieci i 12 dorosłych znalazło się w miejscowych szpitalach z powodu dokuczliwego bólu brzucha i wymiotów. Wszystkie te osoby w ciągu ostatnich 48 godzin zjadły jeden z Twoich produktów – MilkStar. Krajowe gazety podchwyciły temat. Mówi o nim też Reuters i media lokalne.

Jesteś kierownikiem operacyjnym i odpowiadasz za zarządzanie kryzysowe marką. Znałeś raporty mówiące o BAKTERIACH, które pojawiły się w nowej formule wypuszczonej do sprzedaży w zeszłym tygodniu, ale ukrywałeś je ze strachu przed zaprzepaszczeniem startu nowej formuły produktów. Twoje laboratoria sugerują, że to bakteria odpowiada za chorobę i że bardzo szybko doszło do jej namnażania z powodu zmiany jednego ważnego składnika. Poprzednie badania wykazały, że zanieczyszczenie nie jest widoczne gołym okiem na czekoladzie, oraz że jej zjedzenie nie wywoła żadnych lub prawie żadnych skutków ubocznych. Okazuje się jednak, że jeden z Twoich pracowników zmienił bazę składnika umyślnie jako akt sabotażu. Media społecznościowe nie milkną na ten temat, a wartość Twojej marki i jej reputacja gwałtownie spadają.

**Jak poradzisz sobie z tym kryzysem przez następne kilka dni i jak będziesz zarządzać percepcją marki oraz prawdą stojącą za tą historią?**

### **Pytanie 2B KAMPANIE MEDIALNE**

Rząd chciałby przyciągnąć więcej inwestorów globalnych i organizuje nową wystawę w Warszawie, która ma potrwać dwa tygodnie. Celem tego wielomilionowego przedsięwzięcia jest zachęcenie korporacji wielonarodowych do rozważenia inwestowania w kraju oraz do podejmowania wspólnych przedsięwzięć. Premier otworzy wydarzenie, które powinno przyciągnąć ponad sto tysięcy gości. Ma ono pokazać, jak międzynarodowe i lokalne firmy mogą dzielić się technologią oraz korzystać z nowych możliwości w obszarze finansów, biznesu, turystyki i handlu.

**Twoim zadaniem jest opracowanie planu medialnego w celu osiągnięcia maksymalnego zasięgu w mediach dla trwającego dwa tygodnie wydarzenia w centrum Warszawy.**

**Rozpisz ofertę, aby zagwarantować zadowolenie urzędników i inwestorów z liczby gości oraz czytelną komunikację celu względem interesariuszy.**

### **Pytanie 3B BRANDING**

Innowacyjna marka odzieży sportowej, zorientowana na polską modę, poszukuje nowych sposobów na rozwój firmy i zwiększenie świadomości swojej marki w skali międzynarodowej. Zdecydowała się na sponsoring jako narzędzie realizacji tych celów. Marka jest dobrze znana sprzedawcom detalicznym, ale nie jest zbyt znana opinii publicznej, gdyż wiele jej produktów występuje pod marką własną jej klientów. Marka chce zwiększyć swoją obecność i wypuścić własną linię odzieży sportowej na rynek międzynarodowy.

**Zostałeś zatrudniony jako ekspert ds. branding i sponsoringu, aby pomóc firmie w procesie tworzenia kampanii cyfrowej. Trzeba zwiększyć świadomość i obecność marki, najpierw w Europie.**

**Jakie kroki i rady zaproponujesz kierownictwu marki odzieży sportowej?**