

*Szanowni Państwo,*

W celu właściwego przygotowania się do naszego spotkania egzaminacyjnego z przedmiotu „Reklama w internecie” chciałbym zapoznać Państwa z podstawowymi informacjami, które mogą okazać się pomocne do właściwego przygotowania się.

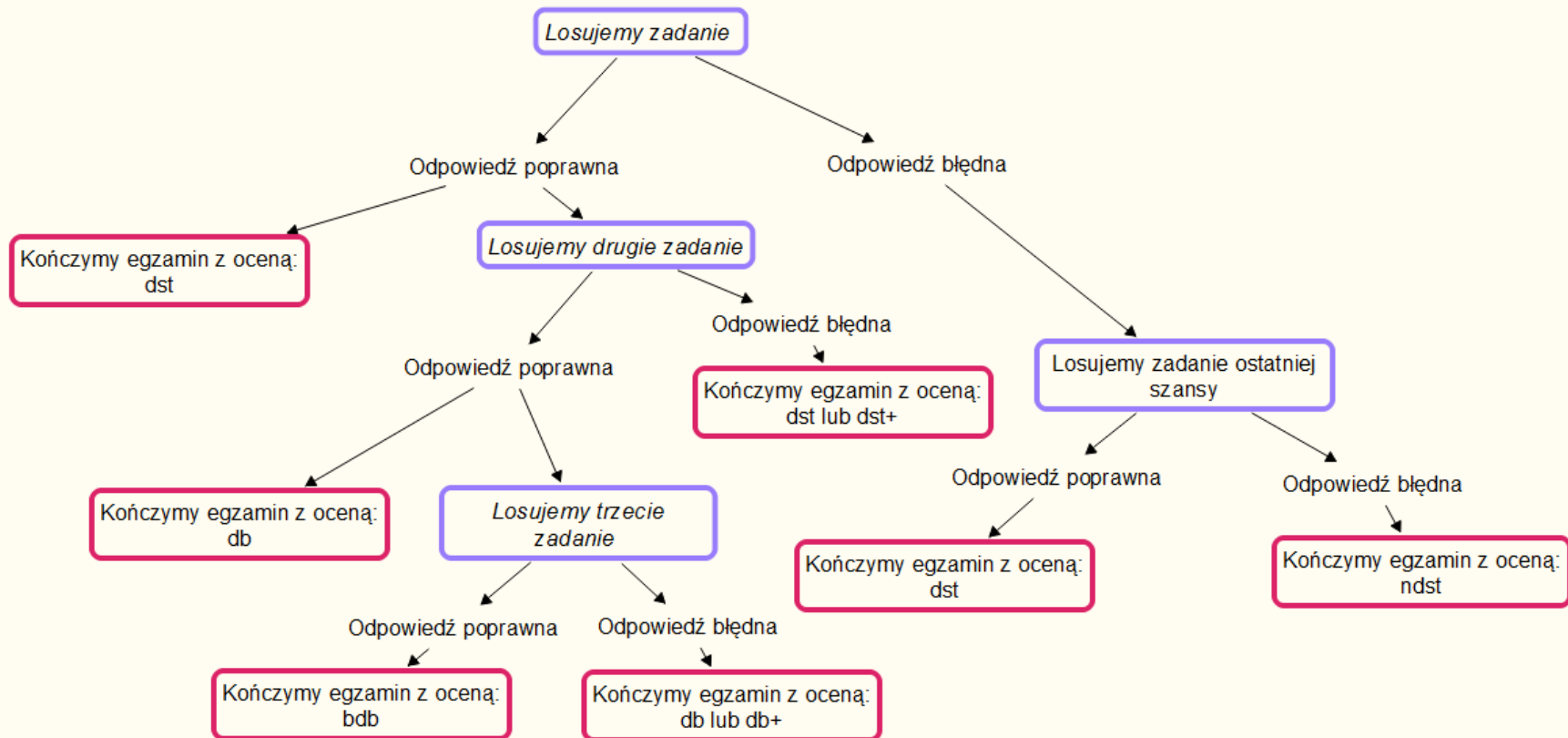
Podstawowe uwagi techniczne:

1. Egzamin odbywa się w sali komputerowej nr 16;
2. Losują Państwo zadania, których realizacja będzie składała się z dwóch części: przygotowawczo-analitycznej i ewaluacyjnej.
  - 2.1. oznacza to, że po wylosowaniu pytania mają Państwo kilka minut na jego rozwiązanie;
  - 2.2. kiedy będą Państwo gotowi przystępujemy do omawiania zaproponowanego przez Państwa rozwiązania;
  - 2.3. zadania będą miały charakter otwarty, więc szczególny nacisk położony zostanie na element analityczny.
  - 2.4. skutek pozytywny lub negatywny odpowiedzi zaprezentowałem na diagramie na kolejnej stronie.
3. W tym samym czasie w pomieszczeniu będą znajdowały się maksymalnie trzy osoby zdające.
  - 3.1. kolejna osoba może wejść do sali, kiedy poprzednia zakończy egzamin, więc proszę o przygotowanie wstępnego terminarza egzaminu, biorąc pod uwagę nasz zasób czasowy tj. 10:00-16:00;
4. W przypadku jakichkolwiek pytań, wątpliwości – zapraszam do kontaktu: [grzegorz@haber.edu.pl](mailto:grzegorz@haber.edu.pl)
5. Jestem również do Państwa dyspozycji przed egzaminem w czwartek, 9 czerwca, godz. 13:30-15:00, w pokoju nr 13.

Powodzenia! :)

Formuła zaliczenia egzaminu

"Reklama w internecie"



**Zadania zostały przygotowane na podstawie materiałów zamieszczonych:**

1. Raporty i publikacje Związku Pracodawców Branży Internetowej:  
<http://iab.org.pl/badania-i-publikacje/> (elementy dostępne bez logowania)
2. Oferty reklamowe największych polskich portali internetowych:  
<http://reklama.onet.pl/>  
<http://reklama.interia.pl/>  
<http://reklama.wp.pl/?ticaid=117152>
3. Przewodniki Panoptykonu  
<https://przewodniki.panoptykon.org/>
4. Media Impact Polska jako przykład „nowej” Agencji Reklamowej  
<http://mediainpact.pl>  
(ze szczególnym uwzględnieniem realizowanych projektów)
5. CARAT jako przykład globalnego domu mediowego  
<http://www.carat.com/global/en/>  
(ze szczególnym uwzględnieniem realizowanych projektów)
6. Usługi Google:
  - dla firm:  
<https://www.google.pl/intl/pl/services/sitemap.html>
  - dla wszystkich:  
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pl-pl/>  
<http://www.google.com/analytics/>  
<https://www.google.pl/trends/?hl=pl>
7. Usługi Facebook:
  - dla firm:  
<https://www.facebook.com/business/>