



**International Competence
Verification Centre**

CERTYFIKAT

posiada kwalifikacje do wykonywania zawodu

GRAFIK KOMPUTEROWY Z EL. E-MARKETINGU

**Certyfikat potwierdza uzyskanie pozytywnego wyniku z egzaminu ICVC
w zakresie kwalifikacji ICVC/GKEM 20005.21 do wykonywania zawodu:
GRAFIK KOMPUTEROWY Z EL. E-MARKETINGU (kod:)**

Data Egzaminu ICVC:

Uzyskany wynik:

Numer certyfikatu:

Certyfikowany Egzaminator ICVC

Przedstawiciel Instytucji Certyfikującej system ICVC

Certyfikat ICVC/GKEM 20005.21 potwierdza nabycie przez uczestnika szkolenia wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych właściwych dla kwalifikacji: GRAFIK KOMPUTEROWY Z EL. E-MARKETINGU (kod zawodu:).

CHARAKTERYSTYKA PROCESU WALIDACYJNEGO – ZASTOSOWANE METODY WALIDACJI:

1) Test teoretyczny – sprawdzający wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne

Wynik: %

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji
Wiedza	Rozróżnia zasady psychologii kolorów stosowane w projektowaniu materiałów reklamowych dla e-commerce i kampanii internetowych.	1) Wskazuje wpływ poszczególnych kolorów na decyzje zakupowe konsumentów 2) Wyjaśnia znaczenie kolorów w kontekście budowania zaufania i poczucia pilności
	Charakteryzuje formaty plików graficznych oraz ich zastosowanie do różnych celów w projektach e-marketingowych.	1) Wymienia formaty PNG, JPEG, TIFF i określa ich właściwości 2) Wyjaśnia różnice między kompresją stratną a bezstratną
	Klasyfikuje różnice między grafiką rastrową a wektorową w kontekście skalowania i zastosowania.	1) Opisuje zachowanie grafiki wektorowej przy zmianach rozmiaru 2) Wyjaśnia przyczyny pixelizacji grafiki rastrowej podczas powiększania
	Wyjaśnia znaczenie metadanych SEO w grafikach publikowanych w kampaniach e-marketingowych.	1) Wymienia elementy alt text, title tag i description 2) Opisuje rolę structured data markup w optymalizacji wyszukiwarek
Umiejętności	Projektuje bannery reklamowe o optymalnych wymiarach i wielkościach plików zgodnie ze standardami IAB.	1) Tworzy bannery w wymiarach 300x250 px, 728x90 px, 970x250 px 2) Optymalizuje wielkość pliku poniżej 100 KB dla obrazów
	Dobiera odpowiednie formaty plików graficznych z przezroczystością do kampanii internetowych.	1) Eksportuje grafiki z przezroczystością w formacie PNG-24 2) Unika formatów JPEG dla plików wymagających kanału alfa
	Tworzy infografiki responsywne dla mediów społecznościowych z zachowaniem czytelności i prostoty.	1) Projektuje infografiki ze zredukowaną ilością tekstu i odpowiednią wielkością czcionki 2) Dostosowuje kompozycję do wymogów różnych platform mediów społecznościowych
	Implementuje zasady dostępności cyfrowej poprzez kontrast i czytelność tekstu w projektach graficznych.	1) Stosuje wysoki kontrast między tekstem a tłem 2) Wybiera odpowiednią wielkość czcionki dla osób z niedoskonałym wzrokiem
Kompetencje społeczne	Prezentuje wiedzę o różnicach między UI a UX w kontekście projektowania e-commerce i komunikacji.	1) Wyjaśnia odbiorcy rolę interfejsu użytkownika w doświadczeniu klienta 2) Uzasadnia znaczenie funkcjonalności i doświadczenia użytkownika w projektach
	Stosuje hierarchię wizualną w projektach graficznych kierując uwagę na najważniejsze elementy.	1) Organizuje elementy wizualne w oparciu o znaczenie dla odbiorcy 2) Ułatwia czytanie treści poprzez odpowiednie rozmieszczenie komponentów
	Współpracuje z zespołem poprzez zastosowanie standardów IAB i best practices w projektowaniu.	1) Komunikuje się z klientami przy wykorzystaniu terminologii branżowej 2) Uzgadnia wymiary i formaty kampanii zgodnie z wytycznymi
	Doskonalą kompetencje poprzez śledzenie efektywności kampanii i analizę wyników konwersji.	1) Interpretuje dane z Google Analytics w kontekście kampanii graficznych 2) Proponuje ulepszenia projektów na podstawie wyników pomiarów

Walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji z zachowaniem rozdzielności procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.