

# Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

## Wniosek o włączenie do ZSK kwalifikacji WOLNORYNKOWEJ

### Potwierdzenie spełniania warunków do złożenia wniosku

Potwierdzam, iż podmiot składający wniosek spełnia warunki uprawniające go do złożenia wniosku o włączenie kwalifikacji wolnorynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji określone w art. 14 ustawy o ZSK. Z wnioskiem o włączenie kwalifikacji wolnorynkowej do ZSK może wystąpić podmiot prowadzący zorganizowaną działalność w obszarze gospodarki, rynku pracy, edukacji lub szkoleń.

### Osoba procedująca

### Nazwa kwalifikacji

Implementacja immersyjnych treści oraz narzędzi informatycznych AR w zastosowaniach marketingowych w biznesie i kulturze.

### Nazwa kwalifikacji w języku angielskim

Implementation of immersive content and AR IT tools in marketing applications in business and culture.

### Skrócona nazwa kwalifikacji

Specjalista ds. zastosowań AR w marketingu biznesowym i kulturalnym

### Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

1  2  3  4  5  6  7  8

### Odniesienie do poziomu Sektorowych Ram Kwalifikacji (SRK)

Brak odpowiedniej Sektorowej Ramy Kwalifikacji

### Nazwa Sektorowej Ramy Kwalifikacji

### Proponowany poziom Sektorowej Ramy Kwalifikacji

1  2  3  4  5  6  7  8

### Podstawowe informacje o kwalifikacji

Osoba z kwalifikacją "Wykorzystywanie technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR) w marketingu" jest gotowa do samodzielnego podejmowania działań związanych z wykorzystywaniem technologii rozszerzonej rzeczywistości w projektach marketingowych w firmach, muzeach, jednostkach samorządu terytorialnego i innych podmiotach. Projekty mogą dotyczyć działań promocyjnych i komunikacyjnych, takich jak promocja produktu, stworzenie ekspozycji w muzeum, ścieżki edukacyjnej, ekspozycji targowej, wizualizacja i konfiguracja produktu, wirtualna przymierzalnia, gry, techniki angażowania klienta, techniki działania proaktywnego itp. Osoba z kwalifikacją tworzy koncepcję rozwiązania informatycznego AR, na

podstawie analizy przedmiotu projektu marketingowego, potrzeb grupy docelowej oraz miejsca jego realizacji. Dobiera gotowe narzędzie informatyczne AR lub na podstawie opisu wymagań nabywa dedykowane. Przeprowadza testy działania oraz wdraża i zarządza rozwiązaniem AR w projekcie marketingowym. Osoba ta będzie mogła wykonywać zadania w ramach zatrudnienia na stanowiskach związanych z marketingiem i promocją w dowolnej instytucji, przedsiębiorstwie, agencji (PR, marketingowej, kreatywnej, social media) lub świadcząc usługi z zakresu marketingu w ramach własnej działalności gospodarczej (na zasadzie działalności freelancerskiej).

Nabywaniem kwalifikacji mogą być zainteresowane osoby zajmujące się marketingiem i promocją w dowolnej instytucji lub przedsiębiorstwie, osoby zatrudnione w agencjach (PR, marketingowych, kreatywnych, social media) i domach mediowych, doradcy oraz osoby świadczące usługi z zakresu marketingu w ramach własnej działalności gospodarczej. Szczególnie zainteresowane kwalifikacją mogą być osoby pracujące w obszarach związanych z działalnością targową, muzealną, eventową oraz taką, w której AR jest naturalnym uzupełnieniem, jak wystawy związane z historią, sztuką, bądź promocja produktów o dużej wariantowości.

Kwalifikacją mogą być także zainteresowani studenci kierunków związanych z marketingiem oraz uczniowie i absolwenci technikum w zawodzie "technik reklamy", jako dodatkowym atutem podczas wchodzenia na rynek pracy.

Ponadto kwalifikacją mogą być zainteresowane osoby, które wykonują zadania wskazane w kwalifikacji i chcą formalnie potwierdzić swoje umiejętności oraz osoby, które chcą rozwinąć swoją karierę w branży marketingowej poprzez zdobycie kolejnej kwalifikacji.

#### Objętość kwalifikacji [w godz.]

150

#### Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba z kwalifikacją "Wykorzystywanie technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR) w marketingu" posługuje się wiedzą i umiejętnościami, niezbędnymi do koordynowania projektów marketingowych z wykorzystaniem technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR). Jest gotowa do samodzielnej pracy z narzędziami AR związanych m.in. z marketingiem bezpośrednim lub pośrednim, działalnością promocyjną, muzealną, wizualizacyjną, konfiguracyjną, ścieżkami edukacyjnymi. Posiada wiedzę pozwalającą na opisanie funkcjonalne aplikacji z technologią rozszerzonej rzeczywistości (AR) do zastosowań w marketingu i promocji oraz wiedzę z obsługi systemu zarządzania treścią, specjalizowanego do aplikacji (AR). Wykazuje się wiedzą z zakresu specyfiki tej technologii - jej składowych oraz technologii i funkcji wymaganych w urządzeniach do obsługi AR. Rozróżnia rodzaje typowych aplikacji AR i posiada umiejętność ich stosowania w zależności od specyficznego przeznaczenia tych aplikacji w działalności marketingowej i promocyjnej. Tworzy koncepcję rozwiązania informatycznego AR, uwzględniając analizę przedmiotu projektu, potrzeb grupy docelowej i innych interesariuszy, miejsce realizacji projektu oraz postanowienia standardu WCAG. Dobiera narzędzia informatyczne AR do realizacji projektu. Przygotowuje opis wymagań, bada rynek i podejmuje decyzje dotyczące rozwoju rozwiązania informatycznego AR (w tym decyzję dotyczącą kupienia gotowego lub dedykowanego rozwiązania informatycznego). Przeprowadza testy rozwiązania informatycznego AR oraz wdraża i zarządza nim w projekcie marketingowym. Osoba z kwalifikacją wykonuje złożone i nietypowe zadania zawodowe, analizując przedmiot projektu marketingowego, jego odbiorców oraz miejsce realizacji i tworząc w oparciu o tę analizę koncepcję rozwiązania informatycznego AR, a następnie dobierając narzędzia informatyczne AR do realizacji projektu, testując je, wdrażając i zarządzając nimi.

#### Zestawy efektów uczenia się

##### Numer zestawu

1

##### Poziom PRK zestawu

1  2  3  4  5  6  7  8

##### Rodzaj

obowiązkowy

##### Nazwa zestawu

Posługiwanie się wiedzą związaną z rozszerzoną rzeczywistością (AR)

##### Efekty uczenia się

##### Numer efektu

1

##### Nazwa efektu

Charakteryzuje rozszerzoną rzeczywistość

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

określa różnice między: rozszerzoną rzeczywistością, wirtualną rzeczywistością oraz mieszaną rzeczywistością;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

wskazuje na przykładzie rozszerzoną rzeczywistość;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje zalety i możliwości narzędzi AR;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

opisuje możliwe efekty uboczne u odbiorców związane z korzystaniem z technologii AR i omawia sposoby reakcji w przypadku ich wystąpienia.

**Numer efektu**

2

**Nazwa efektu**

Charakteryzuje elementy składowe treści rozszerzonej rzeczywistości

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje pojęcie obiektu wirtualnego;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

definiuje pojęcie metadanych obiektu wirtualnego;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

opisuje różnice między różnymi formatami plików stosowanych w modelach 3D wykorzystywanych w technologii AR ;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

określa możliwości rozszerzenia obiektu wirtualnego o animacje i interakcje;

**Numer kryterium**

e

**Kryterium weryfikacji**

wyjaśnia pojęcie sceny rozszerzonej rzeczywistości;

**Numer kryterium**

f

**Kryterium weryfikacji**

wymienia możliwości pozycjonowania obiektu wirtualnego w świecie realnym;

**Numer kryterium**

g

**Kryterium weryfikacji**

definiuje pojęcie awatara i sposób jego wykorzystania.

**Numer efektu**

3

**Nazwa efektu**

Charakteryzuje urządzenia i oprogramowanie obsługujące rozszerzoną rzeczywistość

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

opisuje technologie i funkcje wymagane w urządzeniach do obsługi AR;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje sposoby użytkowania i doboru urządzeń AR (użycie gogli, smartfona lub innych narzędzi) do zadań w kontekście ograniczeń technologicznych (np. potrzeba wolnych rąk, czas pracy, liczba osób zaangażowanych);

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

opisuje rolę detekcji głębi w urządzeniach do obsługi AR;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

rozdziela funkcjonalności charakterystyczne dla oprogramowania z technologią AR w różnych zastosowaniach.

**Numer efektu**

4

**Nazwa efektu**

Posługuje się wiedzą dotyczącą praw autorskich w kontekście tworzenia treści w rozszerzonej rzeczywistości

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

omawia pojęcie praw autorskich w kontekście korzystania z obiektów wirtualnych;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

wymienia źródła informacji o zakresie dozwolonego użytku dla zasobów, elementów używanych do tworzenia treści AR;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

wymienia dwie licencje, występujące w bibliotekach obiektów wirtualnych;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

wskazuje konsekwencje łamania praw autorskich w sieci.

**Numer zestawu**

2

**Poziom PRK zestawu**

1  2  3  4  5  6  7  8

**Rodzaj**

obowiązkowy

**Nazwa zestawu**

Projektowanie działań marketingowych z wykorzystaniem technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR)

**Efekty uczenia się****Numer efektu**

1

**Nazwa efektu**

Omawia funkcjonalności aplikacji AR w marketingu

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje zalety i możliwości narzędzi AR w marketingu i promocji;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

opisuje sposoby i zasady wiązania obiektów wirtualnych z otoczeniem (np. markery, współrzędne geograficzne i charakterystyczne obiekty fizyczne);

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje podstawowe funkcjonalności aplikacji do zarządzania treścią rozszerzoną (np. wybór obiektu wirtualnego z zasobów i umieszczanie go w przestrzeni wirtualnej, wprowadzanie tagów i informacji uzupełniających do obiektu, m.in. audiodeskrypcje);

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

opisuje sposoby prezentacji treści w rozszerzonej rzeczywistości;

**Numer kryterium**

e

**Kryterium weryfikacji**

charakteryzuje zalety i możliwości wykorzystania technologii AR w marketingu

**Numer efektu**

2

**Nazwa efektu**

Tworzy koncepcję rozwiązania informatycznego AR

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

analizuje przedmiot projektu pod kątem użycia technologii AR;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

uwzględnia potrzeby docelowej grupy odbiorców i innych interesariuszy (np. zamawiającego) treści marketingowych w użyciu technologii AR;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

dopasowuje rozwiązanie informatyczne do miejsca realizacji projektu;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

uwzględnia postanowienia standardu WCAG;

**Numer kryterium**

e

**Kryterium weryfikacji**

dokumentuje wnioski z analizy w sposób charakterystyczny dla technologii AR (np. rekomendacja użycia gogli, opis rozdzielczości obiektów wirtualnych).

**Numer zestawu**

3

**Poziom PRK zestawu**

1  2  3  4  5  6  7  8

**Rodzaj**

obowiązkowy

**Nazwa zestawu**

Nadzorowanie realizacji rozwiązania informatycznego AR w projekcie

**Efekty uczenia się****Numer efektu**

1

**Nazwa efektu**

Dobiera narzędzia informatyczne AR do realizacji projektu

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

opracowuje opis wymagań rozwiązania informatycznego opartego na technologii AR na podstawie wykonanej analizy;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

bada rynek pod kątem dostępności gotowych rozwiązań AR (rozwiązanie informatyczne);

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

argumentuje podejmowane decyzje, dotyczące utworzenia lub dostosowania rozwiązania informatycznego AR (w tym decyzję dotyczącą kupienia gotowego lub dedykowanego rozwiązania informatycznego) w oparciu o wymagania projektu;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

opisuje metodyki pracy kaskadowej i iteracyjnej (np. metodyk zwinnych (ang. agile), w tym SCRUM).

**Numer efektu**

2

**Nazwa efektu**

Przeprowadza testy rozwiązania informatycznego AR

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

opisuje test funkcjonalny i wydajnościowy;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

weryfikuje zgodność rozwiązania informatycznego z opisem wymagań na podstawie przeprowadzonych testów funkcjonalnych;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

porównuje wyniki testów wydajnościowych z wynikami oczekiwanymi zgodnie z opisem wymagań.

**Numer zestawu**

4

**Poziom PRK zestawu**1  2  3  4  5  6  7  8 **Rodzaj**

obowiązkowy

**Nazwa zestawu**

Użytkowanie narzędzi AR w projekcie marketingowym

**Efekty uczenia się****Numer efektu**

1

**Nazwa efektu**

Konfiguruje obiekty wirtualne i markery

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

skanuje obiekty wirtualne;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

wprowadza skanowane lub gotowe obiekty do rozwiązania AR;

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

generuje i konfiguruje markery oraz paruje je z obiektami wirtualnymi.

**Numer efektu**

2

**Nazwa efektu**

Wdraża i zarządza rozwiązaniem AR w projekcie marketingowym

**Kryteria weryfikacji****Numer kryterium**

a

**Kryterium weryfikacji**

opisuje funkcje systemu zarządzania treścią rozszerzonej rzeczywistości;

**Numer kryterium**

b

**Kryterium weryfikacji**

wprowadza, zmienia i uaktualnia tagi, audiodeskrypcje, migacze (tłumacz języka migowego) i inne informacje dodatkowe związane z obiektami wirtualnymi w ramach systemu zarządzania treścią rozszerzoną (ACMS);

**Numer kryterium**

c

**Kryterium weryfikacji**

przeprowadza próbne testy działania w oparciu o wprowadzone lub zmienione dane;

**Numer kryterium**

d

**Kryterium weryfikacji**

tworzy instrukcję rozwiązania AR dla użytkowników;

**Numer kryterium**

e

**Kryterium weryfikacji**

opisuje sposób nadawania i zmieniania roli w systemie.

**W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji**

Brak warunków

**Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji**

**W razie potrzeby inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji**

Brak warunków

**Inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji**

Ramowe wymagania dotyczące walidacji, w tym:

**a) wymagania dotyczące metod przeprowadzania walidacji**

Do weryfikacji efektów uczenia się stosuje się następujące metody:

- test teoretyczny,
- obserwację w warunkach symulowanych, uzupełnioną wywiadem swobodnym (rozmową z komisją),
- prezentację.

Pozytywny wynik z części teoretycznej jest warunkiem przystąpienia do części praktycznej.

**b) wymagania dotyczące osób przeprowadzających walidację**

Weryfikację efektów uczenia się przeprowadza komisja składająca się z nie mniej niż 2 osób.

Przewodniczący komisji musi posiadać wykształcenie wyższe (co najmniej VII Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji – tytuł zawodowy magistra lub równoważny) oraz:

- posiadać udokumentowane (nie starsze niż 5 lat) doświadczenie min. 900 godzin pracy jako programista, tester, badacz, pracownik naukowy, analityk danych, twórca treści AR lub inne stanowisko bezpośrednio związane z pracą z technologią AR w projektach, w których opracowanie technologii AR obejmowało nie mniej niż 20 000 roboczogodzin łącznie na wszystkich stanowiskach oraz posiadać udokumentowane, nie starsze niż 5 lat, doświadczenie w projekcie marketingowym wykorzystującym technologię AR

**lub**

- posiadać udokumentowane doświadczenie w przeprowadzeniu walidacji minimum 50 osób lub 10 procesów walidacyjnych jako członek komisji walidacyjnej dowolnej kwalifikacji funkcjonującej w ZSK, związanej z rozszerzoną rzeczywistością oraz posiadać udokumentowane, nie starsze niż 5 lat, doświadczenie w projekcie marketingowym wykorzystującym technologię AR.

Pozostali członkowie komisji muszą posiadać wykształcenie wyższe (co najmniej VI Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji lub równoważne) oraz:

- posiadać udokumentowane (nie starsze niż 5 lat) doświadczenie min. 300 godzin pracy jako programista, tester, badacz, pracownik naukowy, analityk danych, twórca treści AR lub inne stanowisko bezpośrednio związane z pracą z technologią AR w projektach, w których opracowanie technologii AR obejmowało nie mniej niż 10 000 roboczogodzin łącznie na wszystkich stanowiskach

**lub**

- posiadać udokumentowane, nie starsze niż 5 lat, doświadczenie w projekcie marketingowym wykorzystującym technologię AR, w wymiarze nie mniejszym niż 300 godzin.

### **c) wymagania dotyczące warunków organizacyjnych i materialnych niezbędnych do prawidłowego i bezpiecznego przeprowadzenia walidacji**

Podmiot przeprowadzający walidację zapewnia:

1) stanowiska (jedno stanowisko dla jednego kandydata) wyposażone w:

- komputer z systemem operacyjnym z interfejsem graficznym,
- połączenie z Internetem,
- przeglądarkę internetową,
- zestaw do rozszerzonej rzeczywistości (np. gogle AR, smartphone z zestawem nagłownym),
- pakiet oprogramowania lub zestaw programów, na których będzie przeprowadzana walidacja, których minimalna funkcjonalność umożliwia: tworzenie i edycję treści AR, obiektów wirtualnych i edycję ich metadanych oraz ACMS.

W części praktycznej osoby walidowane powinny na podstawie opisu potrzeb klienta zaprojektować marketingowe rozwiązanie AR oraz za pomocą systemu ACMS edytować zawartość sceny.

W przypadku zdalnego prowadzenia walidacji, komisja zatwierdza warunki przystąpienia do walidacji w oparciu o warunki techniczne dające gwarancję samodzielnej realizacji walidacji przez kandydata, w szczególności zatwierdza możliwość stałej obserwacji kandydata z użyciem systemu teleinformatycznego (z możliwością podglądu obiektów wirtualnych na scenie AR) zapewniającego wiarygodne sprawdzenie, czy osoba ubiegająca się o nadanie kwalifikacji rynkowej osiągnęła wyodrębnioną część albo całość efektów uczenia się wymaganych dla tej kwalifikacji. System teleinformatyczny i metody stosowane w walidacji muszą w szczególności umożliwiać identyfikację kandydata przystępującego do walidacji, samodzielność pracy tego kandydata i zabezpieczenie przebiegu walidacji przed ingerencją osób trzecich.

Sposób organizacji walidacji (w tym czas trwania oraz zastosowane narzędzia) musi umożliwić sprawdzenie posiadania wszystkich efektów uczenia się wymaganych dla niniejszej kwalifikacji.

#### **Instytucja certyfikująca:**

- stosuje rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji (w przypadku podmiotów, prowadzących działalność szkoleniową),
- zapewnia bezstronność osób przeprowadzających walidację,
- opracowuje i zapewnia bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych walidacji, a także decyzji kończącej walidację,
- w przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja certyfikująca jest zobowiązana do przedstawienia osobie biorącej udział w walidacji uzasadnienia swojej decyzji.

### **d) ewentualnie dodatkowe informacje na temat ramowych wymagań dotyczących walidacji**

#### **Etap identyfikowania i dokumentowania efektów uczenia się**

Instytucja certyfikująca może zapewnić wsparcie dla kandydatów prowadzone przez doradcę walidacyjnego w zakresie identyfikowania oraz dokumentowania posiadanych efektów uczenia się.

#### **1. Metody**

Etap identyfikowania i dokumentowania może być realizowany w oparciu o odpowiednie metody służące zidentyfikowaniu posiadanych efektów uczenia się, np.: analiza dokumentów, wywiad z kandydatem.

#### **2. Zasoby kadrowe**

Zadaniem doradcy walidacyjnego jest wsparcie osoby przystępującej do procesu walidacji. Doradca walidacyjny pomaga w zidentyfikowaniu posiadanych efektów uczenia się oraz w przypadku zastosowania metody analizy dowodów i deklaracji, w ich rzetelnym udokumentowaniu na potrzeby walidacji. Udziela informacji dotyczących przebiegu walidacji, wymagań związanych z przystąpieniem do weryfikacji efektów uczenia się oraz kryteriów i sposobów oceny. Funkcję doradcy walidacyjnego może pełnić osoba, która posiada:

- przygotowanie do weryfikowania efektów uczenia się lub oceny kompetencji,
- wiedzę dotyczącą przedmiotowej kwalifikacji.

### 3. Warunki organizacyjne etapu identyfikowania i dokumentowania efektów uczenia się

Instytucja certyfikująca prowadząca wsparcie osób w procesie identyfikowania i dokumentowania powinna zapewnić warunki umożliwiające im indywidualną rozmowę z doradcą walidacyjnym

#### Zgodność kwalifikacji wolnorynkowej z potrzebami społecznymi lub rynku pracy, poparta danymi wynikającymi z analizy potrzeb rynku pracy i grup osób, do których dana kwalifikacja w szczególności jest kierowana

Obecny poziom rozwoju technologicznego umożliwia stosowanie zaawansowanych rozwiązań w życiu codziennym. Szczególne znaczenie ma coraz szersze zastosowanie smartfonów, które dzięki dużej ilości sensorów i aplikacji pomagają w czynnościach, do których wcześniej wymagane było zastosowanie specjalistycznych urządzeń. Przez wszechstronność zastosowań i ich dostępność, technologie oparte o rozwiązania mobilne sprzyjają wzrostowi kompetencji cyfrowych wszystkich użytkowników. Są również istotnym narzędziem komunikacji, który ma znaczący udział w rozwoju gospodarki, opartej na wysokich technologiach (ang. high-tech) oraz szeroko pojętej wymianie informacji i wiedzy. Implikuje to z jednej strony konieczność adaptacji gospodarki do trendów technologicznych, w szczególności poprzez zapewnienie dostępności usług świadczonych w odpowiedzi na te wyzwania, a z drugiej, wsparcie rozwoju i odpowiednie wykorzystanie potencjału poszczególnych grup społecznych na rynku pracy.

Postęp związany z rozwojem nowych technologii nie ominął także branży marketingowej. Standardowe sposoby działań reklamowych coraz częściej wypierane są przez innowacyjne, dostosowane do zmieniających się realiów i potrzeb odbiorców, nowoczesne rozwiązania marketingowe. Firmy i instytucje nieustannie starają się wyróżnić swoją markę na tle konkurencji i przyciągnąć do siebie nabywców. Nie jest to jednak łatwe zadanie w tak pręźnie rozwijającym się świecie nowoczesnych rozwiązań. W literaturze przedmiotu obecny klient zyskał miano „klienta mobilnego”, ukierunkowanego na komunikację tu i teraz – w czasie rzeczywistym, wykorzystując do tego m.in. aplikacje mobilne [1].

Zgodnie z Raportem Goldman Sachs [2] przewiduje się, że rynek technologii rozszerzonej rzeczywistości do 2025 roku osiągnie wartość 80 mld dolarów. Zaprezentowane dane pokazują, że jednym z kluczowych kierunków dla branży marketingowej będzie technologia AR [3]. Według raportu „Social Press – media społecznościowe w praktyce. Augmented Advertising & Sales 2018” w 2018 roku odnotowano przychody z reklam AR wynoszące ok. 428 milionów dolarów, a do 2022 roku – ich wzrost aż do 1,6 miliarda dolarów. Oczekuje się zatem, że to właśnie technologia rozszerzonej rzeczywistości w najbliższych latach będzie najefektywniej wspierać promocję i sprzedaż produktów [4].

Zastosowanie AR w komunikacji marketingowej ma szerokie zastosowanie. Obecnie na popularności zyskują m.in. aplikacje dla e-commerce np. pokazujące konsumentom, jak dany produkt będzie wyglądał w ich domu, wyświetlając wirtualny model 3D lub udostępniające wirtualne przymierzalnie, aplikacje AR dla turystyki korzystające z modułu GPS, pozwalające na stworzenie przewodników, gier miejskich oraz wirtualnych spacerów i ścieżek edukacyjnych, rozwiązania pozwalające na stworzenie elementów ekspozycji targowych i muzealnych, a także wszelkiego rodzaju aplikacje wykorzystujące technologię AR do promocji produktów i usług np. poprzez wizualizację i konfigurację produktów [5] – na billboardach, online, w materiałach drukowanych czy jednorazowych akcjach promocyjnych dla uatrakcyjnienia przekazu marki [6].

Agencja marketingowa Zenith w swoim raporcie przedstawia, że oczekiwany wzrost wydatków na reklamę przyspieszy do 7,2% w 2024 r. [7], co prawdopodobnie przełoży się na wzrost zapotrzebowania pracodawców na specjalistów ds. marketingu, coraz częściej tych, legitymujących się kompetencjami technicznymi. Rozwój nowoczesnych technologii, a także płynne odchodzenie od tradycyjnych form marketingu wpływa na polepszenie sytuacji pracowników zajmujących to stanowisko na rynku pracy [8].

Raport płacowy firmy Antal udowadnia, że wraz z rosnącą potrzebą zatrudniania marketingowców na rynku pracy zauważalny jest wzrost płac dla przedstawicieli tej branży – w 2022 roku aż o 29%, [9] natomiast liczba zaproszeń do udziału w procesie rekrutacyjnym dla specjalistów i managerów ds. marketingu to średnio 9 propozycji w roku [10]. Posiadanie kompetencji technicznych daje większe szanse na pozyskanie dobrze płatnego stanowiska w obszarze marketingu.

Obserwując prowadzone analizy dotyczące użycia cyfrowych narzędzi w procesie zakupu można założyć, że dzięki reklamie stworzonej przy pomocy technologii AR zwiększy się skuteczność bezwrotnych zakupów w e-commerce. Gwarantuje ona również pełniejsze zaangażowanie klientów w proces zakupowy, który jest spersonalizowany i dostępny bez wychodzenia z domu. Firma MasterCard stworzyła raport pn. „Konsument nowej Ery”, który pokazuje, że już w 2015 roku 8 na 10

nabywców podczas podejmowania świadomych decyzji zakupowych posługiwało się urządzeniami cyfrowymi. Odbiorcy deklarują lepsze doświadczenia zakupowe, co skutkuje możliwością dokładniejszej weryfikacji, czy dany produkt spełnia ich wymagania [11].

Warto zauważyć, że korzystanie z potencjału technologii AR w promocji i komunikacji, to dla konsumentów także rodzaj rozrywki wpływający na niezapomniane przeżycia i doświadczenia, a w efekcie chęć kolejnego kontaktu z marką. Właściwe dopasowanie technologii rozszerzonej rzeczywistości daje firmom możliwość zwiększenia wyników biznesowych. Pracodawcy, którzy w swoich zespołach będą mieli osobę wyspecjalizowaną w marketingu AR, w najbliższych latach mogą osiągnąć wielką przewagę konkurencyjną [12].

Obserwacja trendów rynkowych pokazuje, że prowadzenie działań marketingowych z uwzględnieniem technologii rozszerzonej rzeczywistości może być bardzo skuteczną formą promocji i komunikacji z odbiorcami. Zastosowanie rozwiązań cyfrowych ma znaczenie także dla włączenia społecznego i aktywizacji osób z niepełnosprawnościami, ze względu na wprowadzenie udogodnień w odbiorze projektów marketingowych, które uwzględniają postanowienia standardów WCAG. Technologie ICT znajdują coraz szersze zastosowanie we wszystkich gałęziach życia i dokonują przemian m.in. w kontaktach międzyludzkich, marketingu, czy edukacji.

Podsumowując, kwalifikacja „Wykorzystywanie technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR) w marketingu” odpowiada na wzrost zapotrzebowania na stosowanie zaawansowanych technologii dla wszystkich obszarów rynku marketingowego. Uzyskanie kwalifikacji wiąże się ze zdobyciem kompetencji przez przyszłych i obecnych specjalistów ds. marketingu, osób związanych z działalnością targową, muzealną, eventową oraz taką, której AR jest naturalnym dopełnieniem (np. wystawy związane z historią, sztuką), pracowników działów promocji i komunikacji oraz freelancerów, pozwalających zwiększyć efektywność prowadzonego projektu marketingowego i interakcję z jego odbiorcami oraz wykorzystywaniem narzędzi z zakresu nowoczesnych technologii przez osoby bez umiejętności programistycznych. Kwalifikacja odpowiada na potrzeby zmieniającego się świata.

[1] D. Smołucha, W pogoni za klientem – wykorzystanie narzędzi nowych technologii w marketingu, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Nr 317, 2017, s. 119 – 120.

[2] Goldman Sachs Global Investment Research, Virtual and Augmented Reality: Understanding the race for the next computer platform, The Goldman Sachs Group, Inc, Nowy Jork 2016.

[3] T. Bekus, Wykorzystanie rzeczywistości rozszerzonej w marketingu, ZN WH Zarządzanie 2018 (3), s. 279-296.

[4] Social Press – media społecznościowe w praktyce, Raport Augmented Advertising&Sales 2018.

[5] T. Bekus, Wykorzystanie rzeczywistości rozszerzonej w marketingu, ZN WH Zarządzanie 2018 (3), s. 279-296

[6] Social Press – media społecznościowe w praktyce, Raport Augmented Advertising&Sales 2018.

[7] Zenith the ROI Agency, Zenith forecasts: <https://www.zenithmedia.com/zenith-forecasts-4-5-growth-for-2023-after-7-3-uplift-in-2022-marking-continued-healthy-growth/>.

[8] Focus on business, Rozwój technologii zwiększył zapotrzebowanie na pracowników ds. marketingu <https://focusonbusiness.eu/pl/wiadomosci/rozwoj-technologiei-zwiekszy-zapotrzebowanie-na-pracownikow-ds-marketingu/11904>.

[9] Antal, Raport płacowy 2022 (lipiec, edycja 11).

[10] Antal, Firmy szukają e-specjalistów w marketingu: <https://antal.pl/wiedza/artikel/firmy-szukaja-e-specjalistow-w-marketingu>.

[11] MasterCard, Raport pt. Konsument Nowej Ery – przewodnik dyrektora marketingu, 2015.

[12] Social Press – media społecznościowe w praktyce, Raport Augmented Advertising&Sales 2018.

#### **Podobieństwa i różnice w odniesieniu do kwalifikacji o zbliżonym charakterze, w szczególności kwalifikacji włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

W Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji nie ma kwalifikacji dotyczącej pracy z wykorzystaniem rozszerzonej rzeczywistości. Kwalifikacja jest najbardziej zbliżona tematycznie do kwalifikacji rynkowych: “Planowanie kampanii automatyzacji marketingu internetowego”, “Koordynowanie projektów komunikacyjnych w agencji reklamowej”, ”Planowanie, tworzenie i dystrybuowanie treści marketingowych (content marketing)”, które odnoszą się do planowania i koordynowania projektów marketingowych lub tworzenia i dystrybuowania treści marketingowych. Wspólne efekty uczenia się obejmują jedynie analizę potrzeb odbiorców projektów marketingowych

**Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy**

Kwalifikacja może być przydatna dla uczniów szkół branżowych lub techników kształcących się w określonych zawodach

### Wskaż zawody szkolnictwa branżowego, z którymi związana jest kwalifikacja

#### Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy

Kwalifikacja zawiera wspólne lub zbliżone zestawy efektów uczenia się z „dodatkowymi umiejętnościami zawodowymi” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego

### Wskaż „dodatkowe umiejętności zawodowe” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego zawierające wspólne lub zbliżone zestawy efektów uczenia się

#### Inne przesłanki potwierdzające zgodność kwalifikacji wolnorynkowej z rozpoznanymi potrzebami rynku pracy i grup osób, do których dana kwalifikacja wolnorynkowa w szczególności jest kierowana

Osoba z kwalifikacją „Wykorzystywanie technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR) w marketingu” będzie mogła wykorzystać swoje umiejętności do: projektowania działań marketingowych w zakresie promocji i komunikacji w połączeniu z nowoczesnymi narzędziami, koordynowania procesu realizacji przygotowanego rozwiązania informatycznego w technologii rozszerzonej rzeczywistości oraz zarządzania nim w projekcie marketingowym, podczas pracy na stanowisku specjalisty ds. marketingu AR w agencjach marketingowych, kreatywnych, social media, PR, domach mediowych, organizacjach prowadzących działalność kulturalną, przedsiębiorstwach i instytucjach, które prowadzą lub chcą prowadzić działalność związaną z promocją i komunikacją.

Posiadanie kwalifikacji wiąże się także z możliwością świadczenia ww. usług w ramach własnej działalności gospodarczej, a także świadczenia usług na zlecenie.

Zdobycie tej kwalifikacji ułatwi dalszy rozwój wiedzy i umiejętności w zakresie technologii AR oraz zdobywanie w tym obszarze kolejnych kwalifikacji.

#### Okres ważności certyfikatu kwalifikacji

Certyfikat jest ważny 5 lat

#### Warunki przedłużenia ważności certyfikatu

Certyfikat ważny 5 lat. Po tym czasie konieczna jest ponowna weryfikacja efektów uczenia się z uwzględnieniem zmian w technologii rozszerzonej rzeczywistości i zasad jej wykorzystywania w zakresie kwalifikacji.

#### Kod Międzynarodowej Standardowej Klasyfikacji Edukacji (ISCED)

0414 - Marketing i reklama

#### Kod PKD

73.1 - Reklama

#### Minister właściwy wskazany przez wnioskodawcę

Minister Rozwoju i Technologii

#### Minister właściwy rozpatrujący wniosek

Minister Rozwoju i Technologii

**W razie potrzeby, uzasadnienie wskazania ministra właściwego przez wnioskodawcę**

**Wnioskodawca**

Vobacom sp. z o.o.

Dane podmiotu (dane uzupełniane automatycznie z bazy ZRK)

**Ulica**

Włocławska

**Numer budynku**

169C

**Numer lokalu**

**Kod pocztowy**

87-100

**Miejscowość**

Toruń

**Numer NIP**

9562169401

**Numer KRS, o ile został nadany**

0000250615

**Numer identyfikacyjny w przypadku osoby zagranicznej**

Imię i nazwisko osoby uprawnionej do reprezentowania podmiotu

**Imię**

**Nazwisko**

E-mail osoby składającej wniosek

Osoba do kontaktu w sprawie wniosku

Należy wskazać dane kontaktowe osoby, do której będą mogli zwracać się pracownicy ministerstwa rozpatrującego wniosek, np. w przypadku potrzeby dyskusji o treści opisu kwalifikacji.

Imię

Nazwisko

E-mail

Numer telefonu

**Klauzula RODO**

Oświadczam, że jestem uprawniony/a do przekazywania IBE danych osobowych osób trzecich (pracowników, współpracowników, ekspertów) oraz zobowiązuję się spełnić względem tych osób obowiązek informacyjny IBE, którego treść dostępna jest w Klauzuli informacyjnej.

**Załączniki do wniosku**

**Załączniki**

PLIK: Opłata za wniosek Specjalista ds marketingu z AR MEiN Confirmation\_202308664001380301.pdf

**Typ załącznika**

Potwierdzenie opłaty

**Załączniki**

PLIK: Słownik pojęć\_Wykorzystywanie technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR) w marketingu.pdf.docx.pdf

**Typ załącznika**

**Załączniki dot. procedowania wniosku**

**Oświadczenie**

Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji wolnorynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.