

Nazwa kwalifikacji: **Sprzedaż produktów i usług reklamowych**

Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**

Wersja arkusza: **X**

A.26-X-17.06

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

**EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2017
CZĘŚĆ PISEMNA**

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 12 stron. Ewentualny brak stron lub inne usterki zgłoś przewodniczącemu zespołu nadzorującego.
2. Do arkusza dołączona jest KARTA ODPOWIEDZI, na której w oznaczonych miejscach:
 - wpisz oznaczenie kwalifikacji,
 - zamaluj kratkę z oznaczeniem wersji arkusza,
 - wpisz swój numer PESEL*,
 - wpisz swoją datę urodzenia,
 - przyklej naklejkę ze swoim numerem PESEL.
3. Arkusz egzaminacyjny zawiera test składający się z 40 zadań.
4. Za każde poprawnie rozwiązane zadanie możesz uzyskać 1 punkt.
5. Aby zdać część pisemną egzaminu musisz uzyskać co najmniej 20 punktów.
6. Czytaj uważnie wszystkie zadania.
7. Rozwiązania zaznaczaj na KARCIE ODPOWIEDZI długopisem lub piórem z czarnym tuszem/atramentem.
8. Do każdego zadania podane są cztery możliwe odpowiedzi: A, B, C, D. Odpowiada im następujący układ krerek w KARCIE ODPOWIEDZI:

A	B	C	D
---	---	---	---

9. Tylko jedna odpowiedź jest poprawna.
10. Wybierz właściwą odpowiedź i zamaluj kratkę z odpowiadającą jej literą – np., gdy wybrałeś odpowiedź „A”:

	B	C	D
---	---	---	---

11. Staraj się wyraźnie zaznaczać odpowiedzi. Jeżeli się pomylisz i błędnie zaznaczysz odpowiedź, otocz ją kółkiem i zaznacz odpowiedź, którą uważasz za poprawną, np.

	B	C	
---	---	---	---

12. Po rozwiązaniu testu sprawdź, czy zaznaczyłeś wszystkie odpowiedzi na KARCIE ODPOWIEDZI i wprowadziłeś wszystkie dane, o których mowa w punkcie 2 tej instrukcji.

Pamiętaj, że oddajesz przewodniczącemu zespołu nadzorującego tylko KARTĘ ODPOWIEDZI.

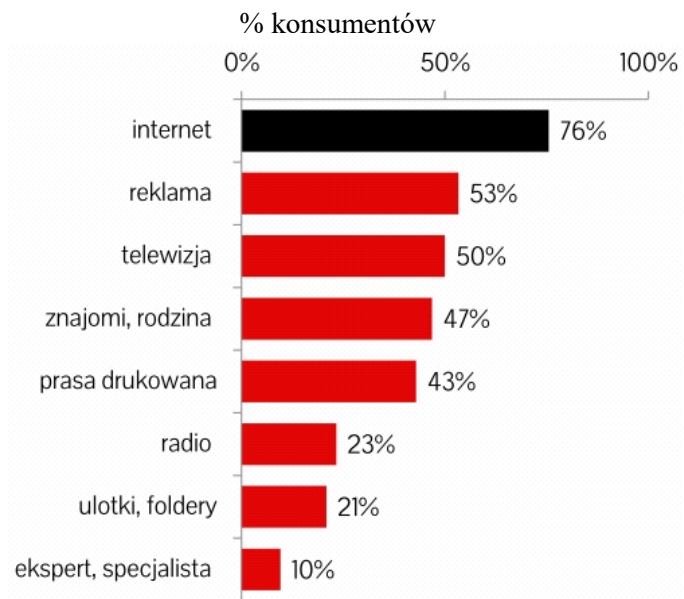
Powodzenia!

* w przypadku braku numeru PESEL – seria i numer paszportu lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość

Zadanie 1.

Na podstawie załączonego wykresu wskaż, które media reklamowe są najmniej przydatnym źródłem wiedzy o produktach wyposażenia domu.

- A. Radio.
- B. Telewizja.
- C. Ulotki, foldery.
- D. Prasa drukowana.



Zadanie 2.

Do zrealizowania zlecenia klienta agencja reklamowa wykorzystała informacje pochodzące ze strony internetowej Głównego Urzędu Statystycznego. Oznacza to, że skorzystała ze źródeł

- A. zewnętrznych wtórnych.
- B. wewnętrznych wtórnych.
- C. zewnętrznych pierwotnych.
- D. wewnętrznych pierwotnych.

Zadanie 3.

Którą grupę czynników z analizy makrootoczenia (PEST) powinna przeanalizować firma reklamowa, która wprowadza nowy rodzaj usługi na rynek i pragnie zapoznać się z preferencjami konsumentów, do których ta usługa jest skierowana?

- A. Polityczne.
- B. Ekonomiczne.
- C. Technologiczne.
- D. Społeczno-kulturowe.

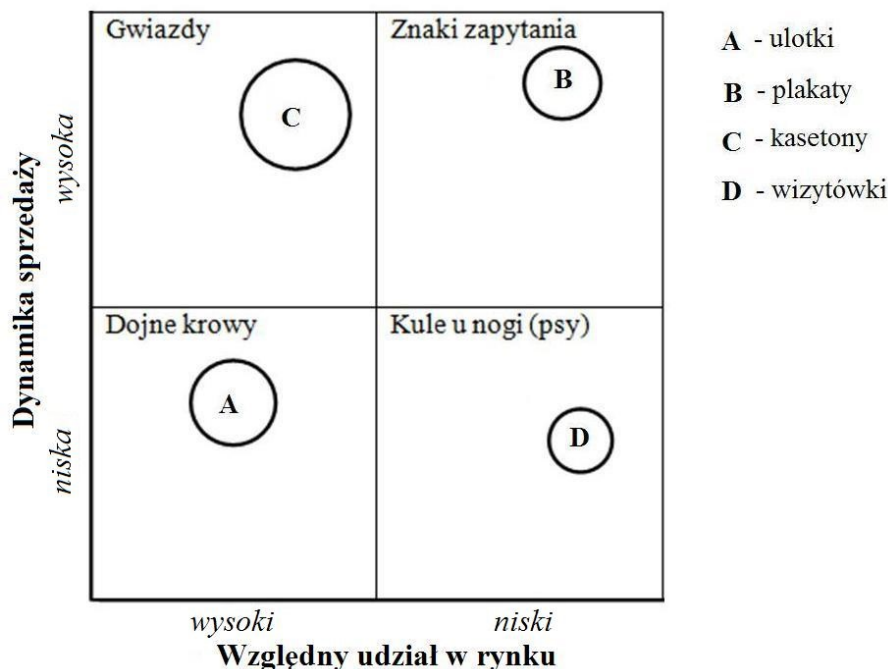
Zadanie 4.

Na podstawie załączonej macierzy BCG wskaż produkty o niskim udziale w rynku i wysokiej dynamice sprzedaży, które po doinwestowaniu mogą w dalszej perspektywie przynieść przedsiębiorstwu duże zyski.

Uwaga

Kółka, które zostały umieszczone w macierzy, pokazują rozmiary i usytuowanie produktów oferowanych przez firmę reklamową.

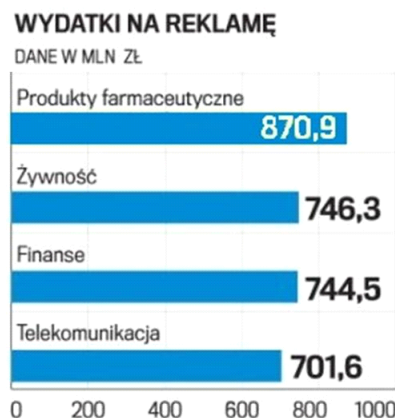
- A. Ulotki.
- B. Plakaty.
- C. Kasetony.
- D. Wizytówki.



Zadanie 5.

Na podstawie załączonego wykresu wskaż, z którą grupą klientów współpraca będzie najbardziej opłacalna dla agencji reklamowej.

- A. Instytucje finansowe.
- B. Producenci żywności.
- C. Usługodawcy telekomunikacyjni.
- D. Producenci środków farmaceutycznych.



Zadanie 6.

Do której grupy czynników analizy SWOT przedsiębiorstwa należy zaliczyć wysokie kwalifikacje pracowników tej firmy?

- A. Mocne strony.
- B. Słabe strony.
- C. Zagrożenia.
- D. Szanse.

Zadanie 7.

Producent, który wytwarza towary przedstawione na rysunkach, stosuje politykę marki

- A. łączonej.
- B. rodzinnej.
- C. handlowej.
- D. indywidualnej.



Zadanie 8.

Agencja reklamowa w wyniku przeprowadzonej segmentacji oraz wyboru rynku docelowego postanowiła dostosować elementy marketingu mix ściśle dla swojego klienta - dużej sieci handlowej. Jaką strategię marketingową zdecydowała się zastosować agencja reklamowa?

- A. Marketingu masowego.
- B. Marketingu zróżnicowanego.
- C. Marketingu niezróżnicowanego.
- D. Marketingu zindywidualizowanego.

Zadanie 9.

Producent płatków śniadaniowych rozpiął konkurs na projekt opakowania dla płatków śniadaniowych, tym samym zastosował prosumpcję. Na czym będzie polegało to działanie?

- A. Na wprowadzeniu strategii nowego produktu.
- B. Na wprowadzeniu strategii poszukiwania niszy rynkowej.
- C. Na zastosowaniu narzędzia społecznej odpowiedzialności biznesu.
- D. Na wykorzystywaniu aktywności konsumentów do kreowania produktów.

Zadanie 10.

Przedstawiona oferta to działanie marketingowe z zakresu

- A. sponsoringu.
- B. public relations.
- C. promocji sprzedaży.
- D. sprzedaży osobistej.

**UWAGA!**

Prowadzisz stowarzyszenie, fundację
albo organizujesz pożyteczną dla
społeczeństwa inicjatywę?

*Jeśli przeraża Cię, wykupienie w cenie
ponad 300 zł rocznego hostingu,
powinieneś zwrócić się
do naszej agencji reklamy.*

Możesz liczyć na DARMOWY hosting
dla Twojej strony internetowej

Agencja Reklamowa „WIZERUNEK”
ul. Krakowska 23 37-700 Przemyśl

Nie zwlekaj! Zadzwoń: 777777777

Zadanie 11.

Która z wymienionych form reklamy internetowej będzie najlepsza do reklamowania usług turystycznych, tak aby na bieżąco informować klientów o promocjach i okazjach przygotowanych przez firmę?

- A. Baner.
- B. Newsletter.
- C. Intersitital.
- D. Okno-córka.

Zadanie 12.

Firma produkująca kosmetyki dla kobiet pragnie w przekazie reklamowym podkreślić bogatą, unikatową kolorystykę produktów. Który z wymienionych nośników reklamy powinna zaproponować agencja reklamowa?

- A. Plakat w formie billboardu.
- B. Ogłoszenie w prasie codziennej.
- C. Spot reklamowy w radiu lokalnym.
- D. Spot reklamowy w radiu regionalnym.

Zadanie 13.

Oblicz cenę brutto projektu reklamowego, jeśli koszt produkcji netto wynosi 2 000,00 zł, firma nalicza marżę w wysokości 10%, a wysokość stawki podatku VAT to 23%.

- A. 2 200,00 zł
- B. 2 460,00 zł
- C. 2 607,00 zł
- D. 2 706,00 zł

Zadanie 14.

Na podstawie wykazu kosztów agencji ustal koszty bezpośrednie produkcji 1000 szt. ulotek reklamowych.

- A. 1 190,00 zł
- B. 1 540,00 zł
- C. 2 040,00 zł
- D. 5 540,00 zł

Koszty ponoszone przez agencję:

- zużycie papieru 50,00 zł/1000 szt. ulotek
- ubezpieczenie samochodu firmowego 350,00 zł/rok
- obsługa prawna 500,00 zł/miesiąc
- zużycie tonera do drukarki 140,00 zł/1000 szt. ulotek
- jednorazowy koszt projektu ulotki 1000,00 zł
- czynsz za lokal 3500,00 zł/miesiąc

Zadanie 15.

Którego elementu oznaczonego znakiem zapytania brakuje w załączonym cenniku reklamy internetowej?

SERWISY	BILLBOARD RECTANGLE SKYSCRAPER	EXPAND BILLBOARD EXPAND SKYSCRAPER	TOPLAYER BRANDMARK POP-UP	BOX REKLAMOWY 314x210	INTERSTITIAL
	?				
Strona główna	90,00 zł	140,00 zł	150,00 zł	150,00 zł	180,00 zł
Run-On-Site	60,00 zł	70,00 zł	80,00 zł	-	90,00 zł
Serwisy z I poziomu cenowego	135,00 zł	210,00 zł	240,00 zł		320,00 zł
Serwisy z II poziomu cenowego	80,00 zł	90,00 zł	100,00 zł		120,00 zł

- A. Liczby emisji.
- B. Autora reklamy.
- C. Miejsca na stronie serwisu.
- D. Nazwy produktu reklamowego.

Zadanie 16.

Jaki koszt poniesie klient agencji zamawiający 10 spotów w dni powszednie w stacji radiowej w godzinach 15⁰⁰-18⁰⁰ i korzystający z 5% rabatu agencyjnego?

Cennik czasu antenowego w stacji radiowej

Dni emisji	Pasma godzinowe emisji						
	6 ⁰⁰ -8 ⁰⁰	8 ⁰⁰ -12 ⁰⁰	12 ⁰⁰ -15 ⁰⁰	15 ⁰⁰ -18 ⁰⁰	18 ⁰⁰ -20 ⁰⁰	20 ⁰⁰ -22 ⁰⁰	22 ⁰⁰ -6 ⁰⁰
poniedziałek-piątek	89,00	108,00	114,00	100,00	54,00	45,00	20,00
sobota-niedziela	52,00	69,00	74,00	45,00	37,00	45,00	20,00

*Ceny podane w tabeli dotyczą jednej emisji, jednego 20-sekundowego spotu w wybranym czasie, zł

- A. 900,00 zł
- B. 950,00 zł
- C. 1 000,00 zł
- D. 1 050,00 zł

Zadanie 17.

Agencja stosuje metodę ustalania marży „od sta”. Oblicz kwotę marży agencji, jeżeli cena netto projektu reklamy wynosi 3 000,00 zł, a marża 30%.

- A. 690,00 zł
- B. 900,00 zł
- C. 1 590,00 zł
- D. 3 900,00 zł

Zadanie 18.

Producent karmy dla zwierząt chce reklamować swoje produkty w serwisie AdSense od Google tak, aby reklama produktów dla psów była wyświetlana, gdy użytkownik przegląda artykuły poświęcone psom, a reklama produktów dla kotów, gdy przegląda artykuły poświęcone kotom. Jaki typ kampanii powinien zastosować?

- A. Branżową.
- B. Kontekstową.
- C. Interaktywną.
- D. Rebrandingową.

Zadanie 19.

Agencja sporządziła ofertę w edytorze tekstu Microsoft Office Word. W jakim formacie należałoby wysłać ofertę klientowi, aby jak najlepiej zachować jednolity charakter dokumentu, oryginalne formatowanie, umożliwić odczytanie ozdobnych czcionek oraz uniknąć zmiany wyglądu i treści dokumentu przy jego otwarciu na sprzęcie i oprogramowaniu klienta?

- A. PDF
- B. TXT
- C. DOC
- D. DOCX

Zadanie 20.

Kiedy adres osoby fizycznej, pozyskany z Internetu, może zostać wykorzystany do stworzenia bazy danych klientów Agencji?

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych. (D.U.02.101.926)

Art. 25.

1. W przypadku zbierania danych osobowych nie od osoby, której one dotyczą, administrator danych jest obowiązany poinformować tę osobę, bezpośrednio po utrwaleniu zebranych danych, o:

- 1) adresie swojej siedziby i pełnej nazwie, a w przypadku gdy administratorem danych jest osoba fizyczna – o miejscu swojego zamieszkania oraz imieniu i nazwisku,
- 2) celu i zakresie zbierania danych, a w szczególności o odbiorcach lub kategoriach odbiorców danych,
- 3) źródle danych,
- 4) prawie wglądu do swoich danych oraz ich poprawiania.

- A. Po uzyskaniu ustnej zgody osoby zainteresowanej.
- B. Po uzyskaniu pisemnej zgody osoby zainteresowanej.
- C. Po spełnieniu obowiązku informacyjnego względem GIODO.
- D. Po spełnieniu obowiązku informacyjnego przez administratora danych.

Zadanie 21.

Który z wymienionych programów umożliwia stworzenie bazy danych klientów, w której jest możliwe automatyczne wyszukiwanie kontrahentów?

- A. Adobe Reader
- B. Microsoft Office Access
- C. Microsoft Office Publisher
- D. ABC Amber Text Converter

Zadanie 22.

Którą funkcję należy zastosować, aby w bazie danych o klientach sporządzonej w MS Excel, wyszukać oraz wyświetlić kontrahentów agencji wyłącznie z województwa podkarpackiego?

- A. Sortowanie.
- B. Filtrowanie.
- C. Kompilację.
- D. Grupowanie.

Zadanie 23.

Klient agencji reklamowej, który jest przekonany, że wszyscy chcą go oszukać, doszukuje się wad i obawia się, że reklama nie przyniesie oczekiwanych rezultatów, to klient

- A. nieufny.
- B. niezgodny.
- C. niecierpliwy.
- D. niezdecydowany.

Zadanie 24.

Do segmentacji rynku klientów instytucjonalnych agencja zastosowała kryterium, jakim jest roczna częstotliwość zakupów. Jaki rodzaj kryterium zastosowała agencja?

- A. Społeczne.
- B. Geograficzne.
- C. Behawioralne.
- D. Demograficzne.

Zadanie 25.

Klienta o jakim temperamencie dotyczy opis?

- A. Choleryka.
- B. Sangwinika.
- C. Flegmatyka.
- D. Melancholika.

- wytrwały
- oszczędny
- podatny na promocje
- jego decyzje zakupowe są przemyślane
- oczekuje perfekcyjnej obsługi i „perfekcyjnego” produktu

Zadanie 26.

Którą technikę prezentacji reklamy zastosował przedstawiciel agencji, który w czasie rozmowy sprzedażowej wskazywał walory swojej oferty, przytaczając wyniki badań dotyczące skuteczności środków reklamy?

- A. Demonstrację.
- B. Scenkę z życia.
- C. Rekomendację.
- D. Dowód naukowy.

Zadanie 27.

Sposób umieszczania reklamy zewnętrznej przy pasie drogowym reguluje prawo

- A. cywilne.
- B. handlowe.
- C. budowlane.
- D. gospodarcze.

Zadanie 28.

Która z wymienionych form oferty handlowej znanej ogólnopolskiej agencji reklamy jest najmniej atrakcyjna?

- A. Pismo ofertowe.
- B. Krótki tekst w emailu.
- C. Katalog, folder, ulotka.
- D. Uniwersalny przekaz z mediach.

Zadanie 29.

Jaki rodzaj rabatu stosuje stacja radiowa?

- A. Ilościowy.
- B. Sezonowy.
- C. Promocyjny.
- D. Gotówkowy.

Cennik reklamy stacji radiowej na rok 2017		
Godzina emisji	Ilość spotów	Cena spotu, zł
6:00-8:00	1	70,00
6:00-8:00	5	66,50
6:00-8:00	10	63,00

Zadanie 30.

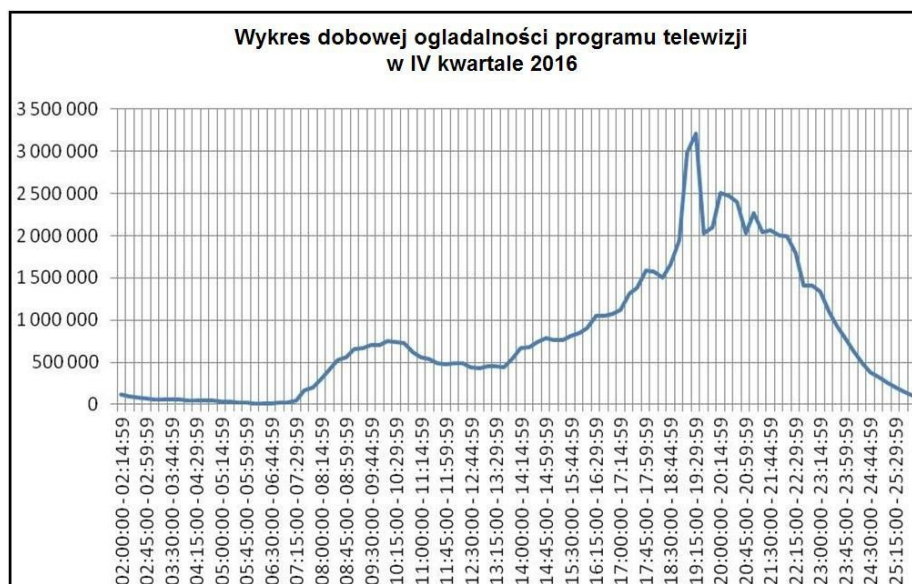
Który model płatności zostanie zastosowany, gdy reklamodawca będzie obciążany przez Facebook za każde pojedyncze kliknięcie reklamy przez użytkownika serwisu?

- A. CPM
- B. CPC
- C. CPS
- D. CPE

Zadanie 31.

Klient złożył zlecenie emisji reklamy w czasie prime time. Na podstawie załączonych wyników oglądalności określ, w jakich godzinach powinna być nadawana reklama.

- A. 18:30-18:45
- B. 19:15-19:30
- C. 20:00-20:15
- D. 20:45-21:00



Zadanie 32.

Agencja reklamowa przyjęła zlecenie przygotowania dla firmy ABC programu lojalnościowego. Dostała do dyspozycji bazę obecnych i potencjalnych klientów firmy. W celu skutecznego zabezpieczenia danych osobowych agencja powinna wprowadzić

- A. aktualizację oprogramowania.
- B. regularne skanowanie komputera.
- C. systematyczną weryfikację danych.
- D. elektroniczne systemy ochrony danych.

Zadanie 33.

Przy odbiorze jakościowym ulotek należy sprawdzić

- A. czy otrzymane ulotki objęte były zamówieniem.
- B. wydruk ulotek pod kątem zgodności z parametrami określonymi w zamówieniu.
- C. czy przyjmowany towar został właściwie oznakowany na czas transportu i przeładunku.
- D. zgodność ilości dostarczonego towaru z ilością zadeklarowaną w dokumentach towarzyszących dostawie.

Zadanie 34.

Który z wymienionych elementów musi znajdować się w umowie sprzedaży produktów lub usług reklamowych, zawieranej w formie pisemnej, aby była ona ważna z mocy prawa, dla celów dowodowych oraz dochodzenia roszczeń przed sądem?

- A. Podpisy stron umowy.
- B. Spis podwykonawców.
- C. Przeniesienie praw autorskich.
- D. Termin odstąpienia od umowy.

Zadanie 35.

Odległość której ze stref powinna być zachowana między dwoma partnerami biznesowymi, prowadzącymi negocjacje handlowe?

- A. Intymnej.
- B. Osobistej.
- C. Publicznej.
- D. Społecznej.



Zadanie 36.

W jakim terminie według załączonego fragmentu Kodeksu Cywilnego firma powinna przyjąć ofertę złożoną telefonicznie, aby stała się ona wiążąca?

Ustawa Kodeks cywilny Dz. U. z 2014. Poz. 121

Art. 66. § 1. Oświadczenie drugiej stronie woli zawarcia umowy stanowi ofertę, jeżeli określa istotne postanowienia tej umowy.

§ 2. Jeżeli oferent nie oznaczył w ofercie terminu, w ciągu którego oczekiwać będzie odpowiedzi, oferta złożona w obecności drugiej strony albo za pomocą środka bezpośredniego porozumiewania się na odległość przestaje wiązać, gdy nie zostanie przyjęta niezwłocznie; złożona w inny sposób przestaje wiązać z upływem czasu, w którym składający ofertę mógł w zwykłym toku czynności otrzymać odpowiedź wysłaną bez nieuzasadnionego opóźnienia.

- A. Siedem dni.
- B. Niezwłocznie.
- C. Następnego dnia.
- D. Do końca miesiąca.

Zadanie 37.

Który z wymienionych dokumentów należy dołączyć do zrealizowanej usługi reklamowej?

- A. Fakturę lub rachunek.
- B. Protokół reklamacyjny.
- C. Zawiadomienie o wysyłce.
- D. Potwierdzenie realizacji zamówienia.

Zadanie 38.

W której fazie procesu realizacji transakcji handlowej sporządzony jest dokument, którego fragment zamieszczono na rysunku?

Faktura nr 1/2013	1 stycznia 2013 r.
Dane sprzedawcy: Wystawca sp. z o.o. 02-495 Warszawa ul. Tomcia Palucha 37 NIP: 000-00-00-000	NIP nabywcy: 999-999-99-99
Doradztwo - należność 300 zł. (w tym 23% VAT)	

- A. Sprzedaży.
- B. Negocjacji.
- C. Reklamacji.
- D. Zamówienia.

Zadanie 39.

Agencja jest płatnikiem podatku VAT i współpracuje wyłącznie z przedsiębiorstwami. W jaki sposób powinna dokumentować sprzedaż swoich usług?

- A. Fakturą.
- B. Rachunkiem.
- C. Raportem płatności.
- D. Paragonem fiskalnym.

Zadanie 40.

Agencja opracowała załączony cennik reklam planszowych. W którym z wymienionych programów najłatwiej i najszybciej zastosować style formatowania tabeli?

Rodzaj reklamy	Cena
Emisja ogłoszenia drobnego (np. sprzedam, kupię, zamienię, itp.) – dla członków STVK „Centrum” Zgierz	5,00 zł/doba 2,00 zł/doba
Emisja planszy reklamowej	15,00 zł/doba
Opracowanie graficzne planszy reklamowej	50,00 zł

- A. Adobe InCopy
- B. Adobe Photoshop
- C. Microsoft Office Word
- D. Alligator Flash Designer

