

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

Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**

Wersja arkusza: **X**

Układ graficzny © CKE 2013

**Arkusz zawiera informacje prawnie chronione
do momentu rozpoczęcia egzaminu**

A.26-X-14.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2014

CZĘŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 10 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.

Dokumentem zawierającym wskazówki od klienta, użyteczne w procesie tworzenia kampanii reklamowej, jest

- A. oferta.
- B. brief kreatywny.
- C. brief reklamowy.
- D. zapytanie ofertowe.

Zadanie 2.

Sposób umieszczania reklamy zewnętrznej przy pasie drogowym reguluje prawo

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

Zadanie 3.

Właściciel nieruchomości bez pozwolenia postawił na swojej posesji podświetlaną tablicę reklamową własnego warsztatu samochodowego. W ten sposób naraził się na przymusową rozbiórkę reklamy lub karę ograniczenia albo pozbawienia wolności do

- A. 1 roku.
- B. 2 lat.
- C. 3 lat.
- D. 4 lat.

Zadanie 4.

Na podstawie danych zawartych w tabeli określ, ile procent badanych konsumentów akceptuje cenę 9 zł za przedstawiony gadżet reklamowy.

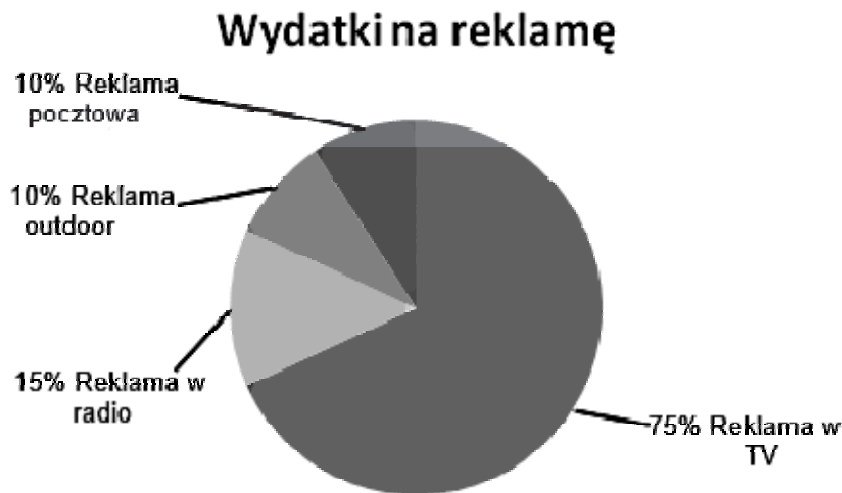


Poziom cen w zł	Udział konsumentów uznających cenę za zbyt wysoką w %	Udział konsumentów uznających cenę za zbyt niską w %	Udział konsumentów akceptujących cenę w %
5	10	40	50
7	25	35	40
9	60	10	30
11	40	0	60

- A. 30%
- B. 40%
- C. 50%
- D. 60%

Zadanie 5.

Który kierunek rozwoju powinna wybrać agencja reklamowa, kierując się przedstawionymi na wykresie wynikami analizy wydatków firm na reklamę?



- A. Zwiększyć nacisk na reklamę outdoor.
- B. Zwiększyć nacisk na reklamę pocztową.
- C. Zwiększyć nacisk na produkcję spotów radiowych.
- D. Zwiększyć nacisk na produkcję spotów telewizyjnych.

Zadanie 6.

Firma zamierza zastosować najwyższą selektywność oddziaływania na potencjalnego klienta. W tym celu powinna zastosować reklamę

- A. radiową.
- B. pocztową.
- C. telewizyjną.
- D. zewnętrzną.

Zadanie 7.

Jeżeli celem kampanii reklamowej jest zbudowanie wysokiej rozpoznawalności marki, to należy

- A. zastosować dłuższe hasła reklamowe w reklamie.
- B. nazwę marki umieścić na początku i końcu reklamy.
- C. wyeksponować zalety produktu zapisane na opakowaniu.
- D. ujednolicić krój czcionki treści informacyjnej z nazwą marki.

Zadanie 8.

Bezpośrednią rekomendację produktu przez sprzedawcę stosuje się głównie poprzez

- A. public relations.
- B. ko-sponsoring.
- C. promocję osobistą.
- D. promocję handlową.

Zadanie 9.

Sprzedając mikrofalówkę, której główną zaletą jest niski pobór prądu, w reklamie należy w celu podkreślenia tej cechy, wykorzystać apel

- A. moralny.
- B. społeczny.
- C. racjonalny.
- D. emocjonalny.

Zadanie 10.

Które połączenie kolorów powinno pojawić się w reklamie artykułu żywnościowego, aby wywołać uczucie głodu u klienta?

- A. Żółtego i zielonego.
- B. Czerwonego i żółtego.
- C. Niebieskiego i białego.
- D. Beżowego i brązowego.

Zadanie 11.

Do zareklamowania nowo powstałej poznańskiej restauracji, najlepiej zastosować reklamę

- A. w telewizji regionalnej.
- B. w radiu ogólnopolskim.
- C. w prasie ogólnopolskiej.
- D. w prasie specjalistycznej.

Zadanie 12.

W której odpowiedzi **nie uwzględniono** podmiotu dokonującego analizy wyboru produktu w procesie zakupowym?

- A. Sponsor, analityk, decydent, nabywca.
- B. Inicjator, analityk, decydent, użytkownik.
- C. Analityk, sponsor, decydent, użytkownik.
- D. Inicjator, decydent, nabywca, użytkownik.

Zadanie 13.

Formą reklamy wykorzystywaną w kilku mediach jest

- A. twin.
- B. konkurs.
- C. wrzutka.
- D. potykacz.

Zadanie 14.

W której fazie cyklu życia produktu stosuje się reklamę pionierską?

- A. W pierwszej.
- B. W drugiej.
- C. W trzeciej.
- D. W czwartej.

Zadanie 15.

Agencja reklamowa otrzymała zlecenie od sklepu mięsnego na przygotowanie oferty handlowej w zakresie gadżetów reklamowych. Które gadżety powinna zaprezentować w ofercie handlowej, aby najbardziej kojarzyły się z firmą mięsną?

- A. Fartuszki.
- B. Długopisy.
- C. Kalendarze.
- D. Kalkulatory.

Zadanie 16.

Agencja reklamowa za przygotowanie 100 wizytówek pobiera opłatę w wysokości 40 zł. Ile zapłaci klient zamawiający 400 wizytówek, jeżeli przy zakupie powyżej 350 wizytówek obowiązuje rabat w wysokości 10%?

- A. 120 zł
- B. 126 zł
- C. 144 zł
- D. 160 zł

Zadanie 17.

Wydruk 100 ulotek drukiem laserowym kosztuje 11,70 zł. Która kwota powinna być podana w cenniku za wydruk 300 ulotek, jeżeli różnica między kosztami wydrukowania 200 i 100 oraz 300 i 200 ulotek wynosi 5,85 zł?

- A. 5,85 zł
- B. 17,55 zł
- C. 23,40 zł
- D. 35,10 zł

Zadanie 18.

Przygotowanie banneru internetowego z animacją powinno być zrealizowane w oprogramowaniu typu

- A. Flash.
- B. InDesign.
- C. Publisher.
- D. Corel Draw.

Zadanie 19.

Przygotowanie publikacji reklamowych, które przed wydrukiem są przekształcane w krzywe, odbywa się w programie

- A. Bridge.
- B. Photoshop.
- C. Corel Draw.
- D. Pixel Bender.

Zadanie 20.

Przygotowane zdjęcie reklamowe produktów zostało skompresowane bezstratnie. Zapisano je zatem w formacie

- A. jpg.
- B. pdf.
- C. tiff.
- D. gif.

Zadanie 21.

Rozszerzenie bazy danych klientów firma może uzyskać poprzez zastosowanie

- A. loterii.
- B. wrzutek.
- C. degustacji produktu.
- D. gadżetów reklamowych.

Zadanie 22.

Firma sprzedaje produkty reklamowe z wykorzystaniem strategii zbierania śmietanki. Swoje działania promocyjne powinna skierować zatem do tych konsumentów, którzy są

- A. mało wrażliwi na cenę.
- B. bardzo wrażliwi na cenę.
- C. nabywcami małych ilości towarów.
- D. nabywcami towarów codziennego użytku.

Zadanie 23.

Klient, który uważa, że w innym punkcie kupi lepszy, tańszy towar i zostanie lepiej obsłużony, jest klientem

- A. nieufnym.
- B. słuchowcem.
- C. wzrokowcem.
- D. niecierpliwym.

Zadanie 24.

Klient, który przychodzi do sklepu i zwraca się do sprzedawcy słowami: „Widzi Pan, przyszedłem tu po... i przebiega wzrokiem po towarach”, jest klientem

- A. analitykiem.
- B. słuchowcem.
- C. wzrokowcem.
- D. komputerowcem.

Zadanie 25.

Zachowania sprzedawcy polegające na dążeniu do zrozumienia potrzeb klienta, pomaganiu mu w określeniu interesów i podjęciu właściwej decyzji, poświęcaniu mu dużo czasu, wskazują na pracę z klientem według programu

- A. cele.
- B. zgodny.
- C. problemy.
- D. negocjujący.

Zadanie 26.

Miarą dobrej obsługi klienta jest

- A. cena.
- B. usługa dodatkowa.
- C. zadowolenie klienta.
- D. dysonans pozakupowy.

Zadanie 27.

Podczas procesu sprzedażowego klient odczuwa lekceważenie jego osoby. Może to być wynikiem

- A. braku przerw w rozmowie między sprzedającym a kupującym.
- B. formułowania krótkich, treściwych pytań przez sprzedającego.
- C. zbyt częstych i dokładnych ustaleń między sprzedającym a kupującym.
- D. zbyt rzadkiego kontaktu wzrokowego między sprzedającym a kupującym.

Zadanie 28.

Pierwszym elementem przekazu reklamowego jest podanie

- A. ceny produktu.
- B. cech produktu.
- C. hasła reklamowego.
- D. charakteru produktu.

Zadanie 29.

Formą prezentacji oferty handlowej rozpowszechnianej za pomocą Internetu przez użytkowników, jest

- A. akwizycja.
- B. telemarketing.
- C. sprzedaż on-line.
- D. marketing wirusowy.

Zadanie 30.

Jeśli klientami firmy są osoby bardzo młode (rejestrujące się na stronie firmy), to najlepszą formą dotarcia do tych osób z nową ofertą, będzie wykorzystanie

- A. wrzutki.
- B. katalogu.
- C. e-mailingu.
- D. przesyłki pocztowej.

Zadanie 31.

Agencja reklamowa prowadzi sprzedaż niekonwencjonalnych produktów reklamowych i jest jedyną taką firmą na terenie kraju. Swoje produkty rozprowadza stosując dystrybucję

- A. masową.
- B. wyłączną.
- C. selektywną.
- D. intensywną.

Zadanie 32.

Klientami firmy są wzrokowcy, w wieku od 13 do 17 lat. Najlepszą formą dotarcia do tej grupy docelowej będzie zastosowanie reklamy

- A. kinowej.
- B. radiowej.
- C. prasowej.
- D. pocztowej.

Zadanie 33.

Przy tworzeniu środków reklamowych wykorzystuje się psychologiczne właściwości kolorów. Który z wymienionych kolorów będzie najwłaściwszy dla reklamy środków czystości, typu proszki do prania?

- A. Żółty.
- B. Czarny.
- C. Niebieski.
- D. Fioletowy.

Zadanie 34.

Copywriter otrzymał zamówienie od firmy medycznej z prośbą o przygotowanie przekazu reklamowego skierowanego do lekarzy. Który styl powinien zastosować w przekazie?

- A. Potoczny.
- B. Publiczny.
- C. Naukowy.
- D. Dziennikarski.

Zadanie 35.

Negocjacje charakteryzujące się postawieniem drugiej stronie zdecydowanych konkretnych wymagań, to negocjacje

- A. twarde.
- B. miękkie.
- C. łagodne.
- D. integratywne.

Zadanie 36.

Nagła zmiana zespołu negocjacyjnego, to technika negocjacyjna polegająca na

- A. ustępowaniu.
- B. dostosowaniu się.
- C. wykorzystaniu czasu.
- D. ograniczaniu kompetencji.

Zadanie 37.

Styl negocjacyjny, w którym preferuje się rozwiązanie wygrana-wygrana, to styl

- A. dominacyjny.
- B. integracyjny.
- C. dobry-zły facet.
- D. dostosowywania się.

Zadanie 38.

Dokument będący potwierdzeniem płatności za zakupione plakaty reklamowe, w którym płatnik wydaje dyspozycję bankowi lub poczcie do przekazania określonej kwoty ze swego rachunku bankowego na rachunek sprzedawcy plakatów, nazywany jest

- A. fakturą.
- B. rachunkiem.
- C. paragonem fiskalnym.
- D. poleceniem przelewu.

Zadanie 39.

Do kosztów reklamy firma może zaliczyć

- A. wydatki na ogłoszenie prasowe.
- B. prezenty dla kontrahentów bez logo firmy.
- C. koszt obiadu biznesowego, na którym podejmowane są działania poprawiające wizerunek firmy.
- D. koszty związane z jubileuszowym poczęstunkiem gości organizowanym w ramach działań public relations.

Zadanie 40.

Skład wielostronicowej publikacji reklamowej wykonuje się z zastosowaniem programu

- A. InDesign.
- B. Fireworks.
- C. Photoshop.
- D. Dreamweaver.