

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**
Oznaczenie kwalifikacji: **A.27**
Wersja arkusza: **X**

A.27-X-15.08
Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2015
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 krater 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”:

<input checked="" type="checkbox"/>	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.

<input checked="" type="checkbox"/>	B	C	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------------------	---	---	-------------------------------------

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.

Celem reklamy społecznej jest

- A. budowanie marki produktów.
- B. budowanie marki firmy.
- C. sprzedaż produktów.
- D. zmiana zachowań.

Zadanie 2.

Sampling należy zastosować

- A. w reklamie.
- B. w public relations.
- C. w promocji sprzedaży.
- D. w marketingu bezpośrednim.

Zadanie 3.

W nazwie corocznego rajdu rowerowego „Dwa kółka – Sotal s.c.” znajduje się nazwa sponsora, co oznacza, że zastosowano sponsoring

- A. imienny.
- B. osobowy.
- C. projektowy.
- D. emblematowy.

Zadanie 4.

Firma ubezpieczeniowa zleciła agencji reklamowej zaprojektowanie reklamy prasowej promującej jej usługi. W celu uzyskania największej wiarygodności wśród odbiorców należy wykorzystać

- A. wrzutkę.
- B. ogłoszenie drobne.
- C. artykuł sponsorowany.
- D. reklamę całostronicową.

Zadanie 5.

Ilustrację, nagłówek, slogan, body copy należy zastosować do zaprojektowania

- A. dzingla.
- B. banderoli.
- C. layoutu prasowego.
- D. przycisku internetowego.

Zadanie 6.

Największą szansę dostrzeżenia w gazecie ma reklama znajdująca się

- A. w lewym dolnym rogu.
- B. w lewym górnym rogu.
- C. w prawym dolnym rogu.
- D. w prawym górnym rogu.

Zadanie 7.

Podstawą skutecznej kampanii reklamowej jest

- A. wysoki budżet.
- B. dobry produkt.
- C. brak innowacji.
- D. dobra strategia.

Zadanie 8.

W celu umieszczenia przekazu reklamowego na bocznej burcie autobusu należy zastosować reklamę typu

- A. mobil.
- B. fullback.
- C. megabus.
- D. busboard.

Zadanie 9.

Którą technikę przeniesienia wydrukowanego wzoru należy zastosować do wykonania kaligramu na koszulkach firmowych?

- A. Światłodruk.
- B. Rotograwiurę.
- C. Druk fleksograficzny.
- D. Termotransfer.

Zadanie 10.

Do komputerowej obróbki obrazu w grafice rastrowej stosuje się program

- A. AutoCAD.
- B. TechCAD.
- C. CorelDraw.
- D. Adobe Photoshop.

Zadanie 11.

Podczas tworzenia przekazu reklamowego należy pamiętać o regulacjach prawnych, obowiązujących w reklamie zewnętrznej, szczególnie dotyczących produktów

- A. ogrodniczych.
- B. żywnościowych.
- C. farmaceutycznych.
- D. nowoczesnej technologii.

Zadanie 12.

Projektant przygotowując kampanię reklamową piwa zgodnie z ustawą o wychowaniu w trzeźwości powinien umieścić czytelne napisy mówiące o szkodliwości spożywania alkoholu lub o zakazie sprzedaży alkoholu małoletnim tak, aby zajmowały

- A. 15% powierzchni reklamy.
- B. 20% powierzchni reklamy.
- C. 25% powierzchni reklamy.
- D. 30% powierzchni reklamy.

Zadanie 13.

Zaprojektowana forma reklamowa, przedstawiona na rysunku, spełnia funkcję logo w wersji

- A. logotypu.
- B. kaligramu.
- C. piktogramu.
- D. monogramu.



Zadanie 14.

Przedstawiony layout należy wykorzystać projektując reklamę

- A. prasową.
- B. telewizyjną.
- C. zewnętrzną.
- D. internetową.



Zadanie 15.

Którym rodzajem pisma posłużył się projektant w projekcie logotypu „Colour’s Nature”, widocznym na przedstawionym szyldzie stoiska targowego?

- A. Pisanką.
- B. Antyką.
- C. Egipcjanką.
- D. Groteskiem.



Zadanie 16.

Firma wprowadza na rynek nowy produkt. W reklamie produktu zostaną pokazane jego największe zalety. Zastosowana przez firmę technika prezentacji reklamy to

- A. rekomendacja.
- B. demonstracja.
- C. animacja.
- D. fantazja.

Zadanie 17.

Podmiotem prawa autorskiego **nie mogą** być

- A. dzieci.
- B. odtwórcy.
- C. współautorzy projektu.
- D. osoby ubezwłasnowolnione.

Zadanie 18.

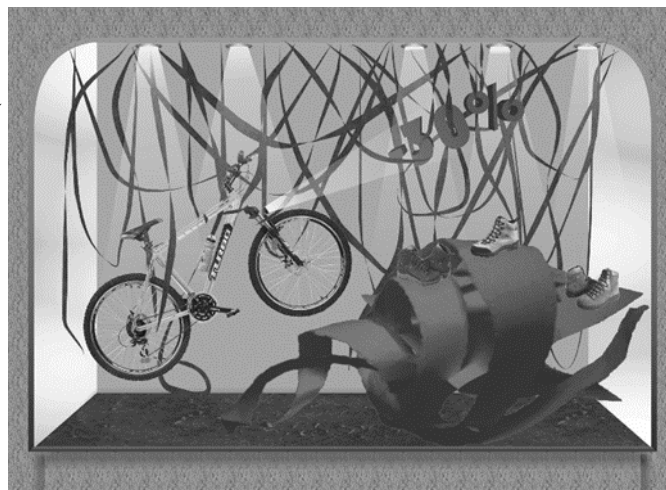
W projekcie logotypu wykorzystano model kolorów CMYK: 30% czerni, 60% karmazynu, 70% żółtego i 20% turkus. Które przydzielenie wartości cyfrowej kolorów jest poprawne?

- A. C 70, M 30, Y 20, K 60
- B. C 60, M 20, Y 70, K 30
- C. C 30, M 20, Y 60, K 70
- D. C 20, M 60, Y 70, K 30

Zadanie 19.

Który rodzaj wystawy sklepowej zaprezentowano na przedstawionym projekcie?

- A. Seryjną.
- B. Masową.
- C. Shops in shop.
- D. Towarowo-dekoracyjną.



Zadanie 20.

Ocena prawidłowego nakładania się barw poszczególnych separacji jest niezbędna przed wydrukowaniem obrazu

- A. w technice sitodruku.
- B. w technice akwaforty.
- C. w technologii druku cyfrowego.
- D. w technologii Computer to Plate.

Zadanie 21.

Odpowiednim nośnikiem w Internecie dla kampanii antynikotynowej, kierowanej do młodych odbiorców, która pokazuje skutki palenia oraz sposoby myślenia o nałogu, jest

- A. button.
- B. fan page.
- C. viral video.
- D. pop-up window.

Zadanie 22.

Który środek reklamy powinna wybrać firma, jeżeli jej kampania reklamowa koncentruje się głównie na wykreowaniu ekskluzywnego wizerunku produktu wśród zamożnych kobiet?

- A. Europlakat.
- B. Prestiżowy miesięcznik.
- C. Reklama w liniach lotniczych.
- D. Internetowy portal społecznościowy.

Zadanie 23.

Dla kampanii, której celem jest utrwalenie nazwy produktu i zademonstrowanie jego działania, należy zastosować reklamę

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

Zadanie 24.

Prawidłowa kolejność elementów briefu 6M to

- A. Money-Mission-Message-Media-Market-Measurement.
- B. Message-Market-Money-Media-Mission-Measurement.
- C. Mission-Market-Money-Message-Media-Measurement.
- D. Market-Mission-Message-Media-Money-Measurement.

Zadanie 25.

Który rodzaj reklamy o działaniu selektywnym należy wybrać dla produktu, którego sieć dystrybucji jest rozmieszczona nierównomiernie?

- A. W Internecie.
- B. Na billboardach.
- C. W prasie ogólnopolskiej.
- D. W radiu o zasięgu krajowym.

Zadanie 26.

W dużej agencji reklamowej przed emisją reklamy w telewizji za wybór najlepszego podwykonawcy (stylisty, fotografa) jest odpowiedzialny

- A. Traffic.
- B. Art Buyer.
- C. Copywriter.
- D. Media Planner.

Zadanie 27.

Do media planu należy sporządzić dokument w formie graficznej, zawierający terminy emisji reklam, czyli

- A. post-buy.
- B. cash flow.
- C. flow chart.
- D. share of voice.

Zadanie 28.

Na podstawie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, reklamy wszystkich produktów leczniczych dopuszczonych do obrotu w Polsce, muszą zawierać wskazania do stosowania i zalecenia zapoznania się z ulotką informacyjną. Na te informacje należy przeznaczyć czas w reklamie wynoszący co najmniej

- A. 1 sekundę.
- B. 2 sekundy.
- C. 3 sekundy.
- D. 4 sekundy.

Zadanie 29.

Projektując reklamę prasową, należy kolejno zaplanować następujące etapy:

- A. kreacja reklamy, ustalenie budżetu, identyfikacja odbiorców, określenie celu reklamy.
- B. identyfikacja odbiorców, kreacja reklamy, ustalenie budżetu, określenie celu reklamy.
- C. ustalenie budżetu, identyfikacja odbiorców, określenie celu reklamy, kreacja reklamy.
- D. określenie celu reklamy, identyfikacja odbiorców, ustalenie budżetu, kreacja reklamy.

Zadanie 30.

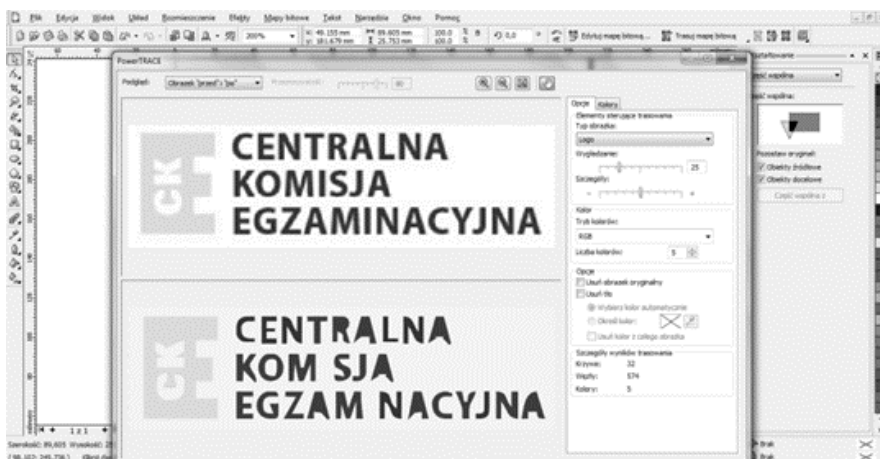
Znak CE umieszczony na towarze oznacza, że towar jest

- A. elektronicznie przetestowany.
- B. wyrobem z branży elektronicznej.
- C. zgodny z dyrektywami Unii Europejskiej.
- D. dopuszczony do obrotu globalnego.

Zadanie 31.

Przedstawiony zrzut ekranu pokazuje proces trasowania mapy bitowej, który wykonano w programie

- A. Gimp.
- B. AutoCAD.
- C. CorelDRAW.
- D. AdobePhotoshop.



Zadanie 32.

Przygotowując projekt ogłoszenia prasowego do druku najlepiej zapisać go w formacie pliku z rozszerzeniem

- A. .png.
- B. .psd.
- C. .pdf.
- D. .jpeg.

Zadanie 33.

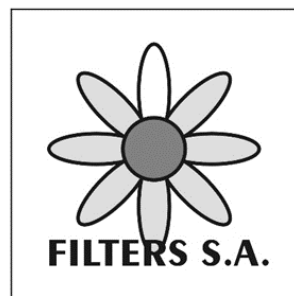
Do wielkoformatowych reklam na ścianach budynków (Mesh MAO) należy zastosować

- A. astralon.
- B. diobond.
- C. siatkę poliestrową.
- D. siatkę lentikularną.

Zadanie 34.

Przedstawiony projekt, wykonany w programie CorelDRAW zalicza się do grafiki operującej

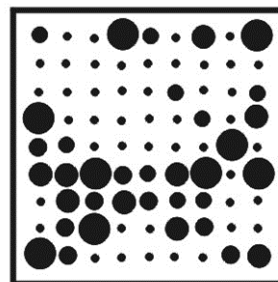
- A. rastrami.
- B. pikselami.
- C. wektorami.
- D. bitmapami.



Zadanie 35.

Proces przygotowania projektu do druku obejmuje między innymi rastrowanie elektroniczne obrazu. Rysunek przedstawia raster

- A. fazowy.
- B. amplitudowy.
- C. stochastyczny.
- D. koncentryczny.



Zadanie 36.

Do opracowania wyników badań oglądalności telewizji należy wykorzystać dane z badań

- A. DAR.
- B. winietowych.
- C. telemetrycznych.
- D. koncepcji reklamy.

Zadanie 37.

Przy planowaniu kampanii prasowej, parametry kosztowe oblicza się na podstawie wskaźników skuteczności reklamy związanych

- A. z zasięgiem.
- B. z częstotliwością.
- C. z zasięgiem efektywnym.
- D. z częstotliwością efektywną.

Zadanie 38.

W badaniu efektywności reklamy przeanalizowano wpływ kampanii reklamowej na wielkość sprzedaży produktu na dwóch zbliżonych do siebie rynkach, przy czym tylko na jednym z nich była prowadzona działalność reklamowa. W tym przypadku posłużono się

- A. techniką AdEval.
- B. testem rynkowym.
- C. metodą historyczną.
- D. badaniem segmentacyjnym.

Zadanie 39.

Przy konstruowaniu przekazów reklamowych stosowane są badania

- A. testowe off air.
- B. poeksperymentalne.
- C. mediów reklamy.
- D. koncepcji reklamy.

Zadanie 40.

CPP to wskaźnik określający koszt

- A. emisji reklamy w dwóch stacjach TV.
- B. umieszczenia „product placement”.
- C. dotarcia do 1% odbiorców reklamy.
- D. dotarcia z reklamą do 10 000 osób.

