

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

A.27-X-17.06
Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2017
CZEŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 13 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 kratek 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.

Na wykresie przedstawiony został cykl życia napoju ABC. Jaki cel przekazu reklamowego powinien zostać zrealizowany przez intensywną reklamę pionierską w pierwszej fazie cyklu?

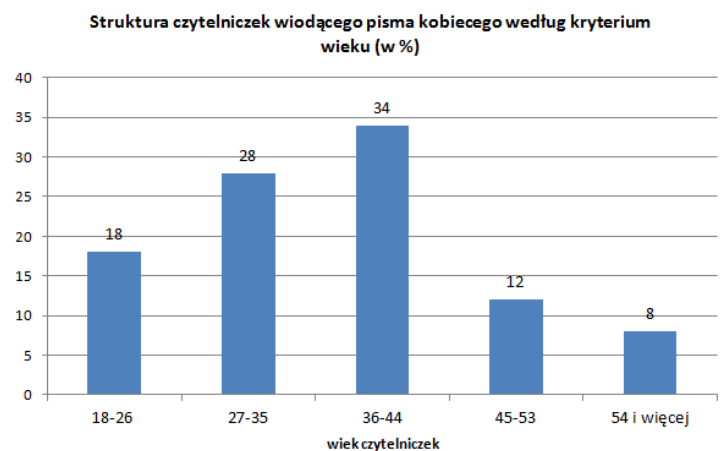
- A. Przypominanie produktu.
- B. Zapoznanie z produktem.
- C. Przekonywanie do produktu.
- D. Porównywanie z innymi produktami.



Zadanie 2.

Na podstawie wykresu określ jaki procent czytelniczek stanowią kobiety w wieku do 44 lat.

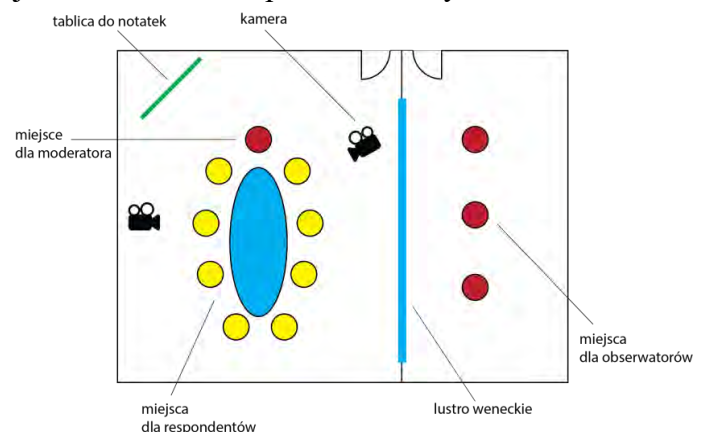
- A. 18%
- B. 28%
- C. 34%
- D. 80%



Zadanie 3.

W której metodzie zbierania informacji wykorzystywane jest ustawienie sali pokazane na rysunku?

- A. Delfickiej.
- B. Burzy mózgów.
- C. Ankiecie audytoryjnej.
- D. Zogniskowanym wywiadzie grupowym.



Zadanie 4.

Pracownik spółki otrzymał zadanie pozyskania informacji pierwotnych, niezbędnych do przeprowadzenia kampanii reklamowej. Które z wymienionych informacji mają wyłącznie charakter pierwotny?

- A. Dane z Głównego Urzędu Statystycznego oraz informacje publikowane w czasopiśmie.
- B. Wyniki przeprowadzonych przez pracownika spółki obserwacji oraz dane publikowane w prasie codziennej.
- C. Dane pochodzące z branżowego portalu internetowego oraz dane pozyskane przez spółkę PRS w wyniku przeprowadzonego eksperymentu.
- D. Wyniki indywidualnego wywiadu pogłębionego i dane pozyskane w audytoryjnym badaniu ankietowym przeprowadzonym przez pracownika spółki PRS.

Zadanie 5.

Który ze sloganów reklamowych został zapisany pismem dwuelementowym szeryfowym?

- A. **Gorg – Ty decydujesz!**
- B. Gorg – Ty decydujesz!
- C. Gorg – Ty decydujesz!
- D. Gorg – Ty decydujesz!

Zadanie 6.

Jaki rodzaj apelu został przekazany odbiorcom na przedstawionej reklamie?

- A. Moralny.
- B. Społeczny.
- C. Racjonalny.
- D. Emocjonalny.



Zadanie 7.

Który model reklamowy przedstawiono na rysunku?

- A. AIDA
- B. DIPADA
- C. AIDCAS
- D. DAGMAR

zwrócenie uwagi odbiorcy
wywołanie zainteresowania
wzbudzenie chęci posiadania
przekonanie o słuszności wyboru
zakup
zapewnienie satysfakcji

Zadanie 8.

W przypadku którego z pokazanych na rysunkach produktów zasadne jest użycie apelu reklamowego opartego na emocjach negatywnych?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 9.

Przygotowując kampanię reklamową, nie wykorzystuje się informacji o

- A. odbiorcach.
- B. założonych celach.
- C. przyjętym budżecie reklamowym.
- D. osiągniętej efektywności kampanii.

Zadanie 10.

Przekaz zawarty w sloganie reklamowym skierowany jest do grupy konsumentów wyodrębnionej według kryterium

- A. społecznego.
- B. ekonomicznego.
- C. demograficznego.
- D. psychologicznego.

Działa do ośmiu razy dłużej!!!!

Zadanie 11.

Agencja reklamowa opracowuje kampanię, która ma wypromować Beskid Wyspowy jako region atrakcyjny turystycznie, stanowiący alternatywę dla popularnych miejsc wypoczynku Polaków. Który z wymienionych środków reklamy powinna wybrać agencja reklamowa?

- A. Lokalną stację radiową.
- B. Regionalny portal internetowy.
- C. Ogólnopolski program telewizji publicznej.
- D. Diapazony rozmieszczone na obszarze Beskidu Wyspowego.

Zadanie 12.

Którą formę reklamy zgodnie z przedstawioną grafiką pracownik działu kreatywnego powinien zaproponować producentowi słodczy, aby dobrze budowała świadomość marki w grupie młodych ludzi, chętnie korzystających z rozrywki i pozytywnie nastawionych do życia?

- A. Teaser.
- B. Spotler.
- C. Interstitial.
- D. Advergaming.



Zadanie 13.

Grafik zapisuje stworzone przez siebie prace w formacie grafiki rastrowej używającym kompresji bezstratnej. Które z wymienionych rozszerzeń mogą mieć te pliki?

- A. AI
- B. PNG
- C. JPEG
- D. JPEG 2000

Zadanie 14.

Charakterystyka spotu reklamowego

- nie nadużywa zaufania odbiorcy,
- nie wykorzystuje braku doświadczenia lub wiedzy odbiorcy,
- nie zawiera elementów zachęcających do aktów przemocy.

Zasady podane w załączonej charakterystyce zostały zapisane w

- A. Kodeksie Etyki Reklamy.
- B. ustawie o radiofonii i telewizji.
- C. ustawie prawo własności przemysłowej.
- D. ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Zadanie 15.

Grafik otrzymał zlecenie wykonania logotypu w kolorze czarnym. Który zestaw barw powinien wybrać grafik pracujący w przestrzeni RGB?

- A. R:0 G:0 B:0
- B. R:0 G:0 B:100
- C. R:0 G:0 B:255
- D. R:255 G:255 B:255

Zadanie 16.

Agencja reklamowa zaprezentowała klientowi zrealizowany spot reklamowy. Którą technikę przekazu reklamowego zastosowano w przedstawionej reklamie?



1.



2.



3.



4.

- A. Styl życia.
- B. Scenka z życia.
- C. Rekomendacja.
- D. Dowód naukowy.

Zadanie 17.

Agencja reklamowa realizująca zlecenie stworzenia spotu reklamowego postanowiła przed publikacją dokonać oceny projektu przekazu i wprowadzić ewentualne poprawki. W tym celu powinna się posłużyć

- A. pretestami.
- B. posttestami.
- C. metodą panelową.
- D. metodą komparatywną.

Zadanie 18.

Z którego z wymienionych nośników reklamy powinien skorzystać producent luksusowych jachtów, jeżeli jego grupą docelową mają być osoby o ponadprzeciętnych dochodach?

- A. Spot reklamowy w regionalnej, komercyjnej stacji radiowej.
- B. Ogłoszenie modułowe w jednym z ogólnopolskich tabloidów.
- C. Insert w miesięczniku gospodarczym skierowanym do inwestorów.
- D. Ogłoszenie drobne w jednej z prestiżowych gazet finansowych w Polsce.

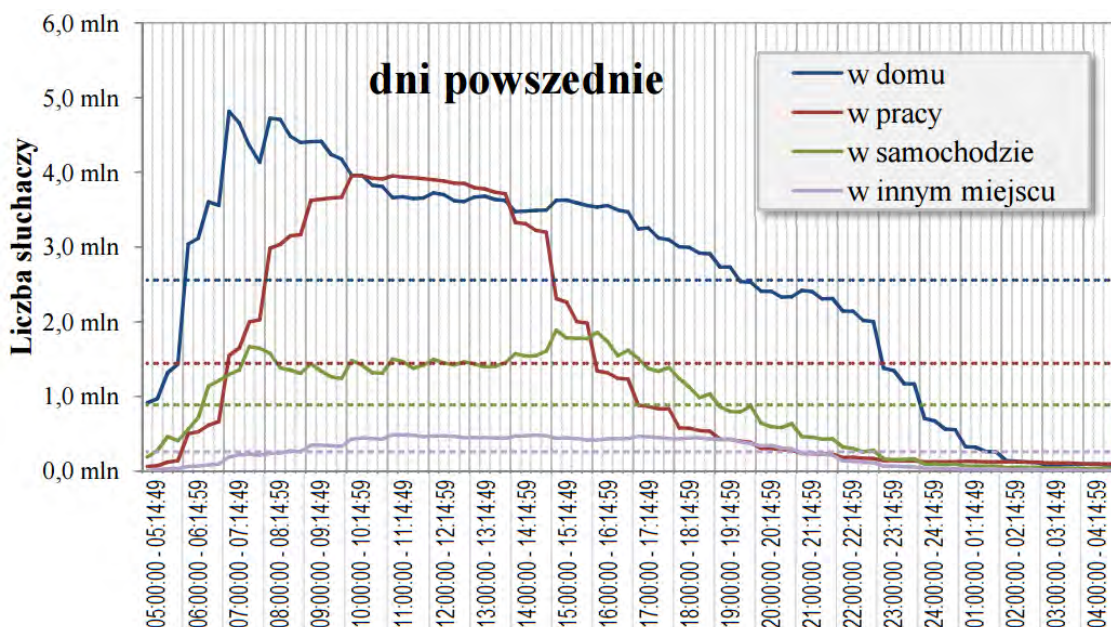
Zadanie 19.

Które medium podstawowe powinna wybrać agencja, jeżeli zleceniodawca chce, aby cechowało się ono niskim kosztem dotarcia do pojedynczej osoby, bardzo dużym zasięgiem oraz najbardziej atrakcyjną formą przekazu?

- A. Telewizję.
- B. Direct mail.
- C. Czasopisma.
- D. Prasę codzienną.

Zadanie 20.

Klient domu mediowego chce, aby jego reklama była emitowana w porze, gdy słuchalność jest zdecydowanie wyższa w miejscu pracy niż w domu. Na podstawie wykresu rozkładu słuchalności dobowej programów radiowych ustal, w którym z wymienionych przedziałów czasowych należy zaplanować emisje spotów reklamowych klienta.



- A. 05:00 ÷ 7:00
- B. 07:00 ÷ 09:00
- C. 09:00 ÷ 11:00
- D. 11:00 ÷ 13:00

Zadanie 21.

Koszt jednego modułu ogłoszeniowego w tygodniku reklamowym wynosi 20,00 zł. Dopłata za zamieszczenie reklamy na pierwszej stronie wynosi 20% wartości zamówienia. W ilu wydaniach maksymalnie reklamodawca będzie mógł zamieścić ogłoszenie o rozmiarze 4 modułów na pierwszej stronie, jeżeli dysponuje budżetem w wysokości 600,00 zł?

- A. 5.
- B. 6.
- C. 7.
- D. 8.

Zadanie 22.

Spółka GAMA zamierza zrealizować telewizyjną kampanię reklamową. Planuje, że w pierwszym etapie kampanii trwającym 10 dni, będzie emitować cztery trzydziestosekundowe spoty na dzień, natomiast w drugim etapie, trwającym 12 dni, będzie pokazywany piętnastosekundowy spot dwa razy dziennie. Jaką minimalną kwotą musi dysponować spółka, aby móc zrealizować kampanię?

- A. 160 000,00 zł
- B. 196 000,00 zł
- C. 232 000,00 zł
- D. 280 000,00 zł

Rodzaj spotu	Cena jednej emisji spotu, zł
Spot 15 sekundowy	1500,00
Spot 30 sekundowy	4000,00
Spot 45 sekundowy	5000,00
Spot 60 sekundowy	5900,00

Zadanie 23.

Producent skórzanych torebek damskich z Zakopanego, do tej pory sprzedający swoje produkty wyłącznie na terenie Małopolski postanowił powiększyć rynek zbytu o wszystkie pozostałe województwa. W tym celu pragnie przeprowadzić kampanię reklamową zaadresowaną do pań zamieszkujących teren całego kraju, opartą na przekazie audiowizualnym. Które medium powinien wybrać jako podstawowe dla tej kampanii?

- A. Radio.
- B. Outdoor.
- C. Telewizję.
- D. Direct mail.

Zadanie 24.

media	tygodnie					
	I	II	III	IV	V	VI
gazeta A	x		x		x	
portal horyzontalny X	x					x
diapazony	x	x	x	x	x	x

Przedstawiony na rysunku flowchart zamieszcza się w

- A. kosztorysie.
- B. planie medialnym.
- C. briefie kreatywnym.
- D. harmonogramie przygotowania reklamy.

Zadanie 25.

Czy redakcja tygodnika ma prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia i reklamy, jeżeli ich treść lub forma jest sprzeczna z linią programową bądź charakterem publikacji?

- A. Tak, ponieważ regulują to zapisy ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
- B. Tak, ponieważ zezwalają jej na to zapisy ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe.
- C. Nie, ponieważ wszystkie podmioty na rynku muszą być traktowane na tych samych zasadach.
- D. Nie, ponieważ w Polsce nie istnieje żaden przepis uprawniający redakcje czasopism do takiego działania.

Zadanie 26.

Który z wymienionych etapów produkcji spotu reklamowego powinien być zrealizowany jako pierwszy?

- A. Wykonanie animatiku.
- B. Przygotowanie mastera.
- C. Opracowanie storyboardu.
- D. Przygotowanie shooting boardu.

Zadanie 27.

Właściciel przedstawionego budynku chce na większości powierzchni fasady zamieścić wielkoformatową reklamę drukowaną. Który materiał powinna zastosować agencja reklamowa realizująca to zlecenie, aby po zawieszeniu reklamy zapewnić jak największą ilość światła dopływającego do pomieszczeń znajdujących się bezpośrednio za reklamą zminimalizować skutki działania wiatru?

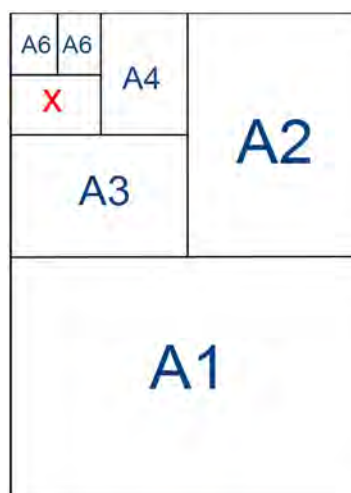
- A. Siatkę mesh.
- B. Płótno Canvas.
- C. Folię sublimacyjną.
- D. Papier termotransferowy.



Zadanie 28.

Jakie wymiary ma format papieru oznaczony na rysunku symbolem X?

- A. 105 x 148 mm
- B. 125 x 176 mm
- C. 148 x 210 mm
- D. 176 x 250 mm



Zadanie 29.

Załączony rysunek przedstawia harmonogram wydawniczy jednego z miesięczników. Ile wynosił okres wyprzedzenia w składaniu reklamy do druku dla wydania nr 6?

- A. 5 dni.
- B. 9 dni.
- C. 13 dni.
- D. 17 dni.

Numer wydania	Data publikacji	Termin nadesłania gotowych materiałów	Termin nadesłania zlecenia reklamowego
1	2013-12-27	2013-12-12	2013-12-10
2	2014-01-23	2013-01-04	2013-01-07
3	2014-02-20	2014-02-07	2014-02-03
4	2014-03-20	2014-03-07	2014-03-03
5	2014-04-24	2014-04-11	2014-04-07
6	2014-05-22	2014-05-09	2014-05-05
7/8	2014-06-20	2014-06-06	2014-06-02
9	2014-08-14	2014-08-01	2014-07-28
10	2014-09-18	2014-09-05	2014-09-01
11	2014-10-16	2014-10-03	2014-09-29
12	2014-11-13	2014-10-31	2014-10-27
1/2015	2014-12-18	2014-12-05	2014-12-01

Zadanie 30.

Klient agencji reklamowej chce wykonać wielkoformatową reklamę zewnętrzną atramentami na bazie rozpuszczalników, charakteryzującą się dużą odpornością na warunki atmosferyczne typu deszcz i promieniowanie UV. Jaki rodzaj druku powinien być zastosowany?

- A. Sitowy.
- B. Offsetowy.
- C. Solwentowy.
- D. Hot-stamping.

Zadanie 31.

Uniwersytet zlecił agencji reklamowej oznaczenie 600 szt. długopisów krótkim hasłem promującym nowy kierunek studiów. Która technika druku jest najbardziej odpowiednia dla tego zlecenia?

- A. Fleksografia.
- B. Tampondruk.
- C. Druk cyfrowy.
- D. Druk offsetowy.

Zadanie 32.

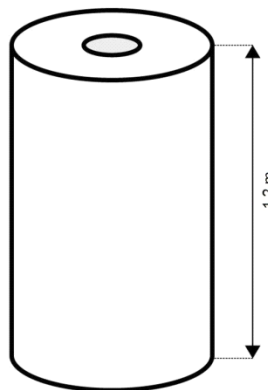
W której technice wykonywania reklamy wykorzystywana jest rakla?

- A. W tłoczeniu.
- B. W sitodruku.
- C. W druku cyfrowym.
- D. W grawerowaniu laserowym.

Zadanie 33.

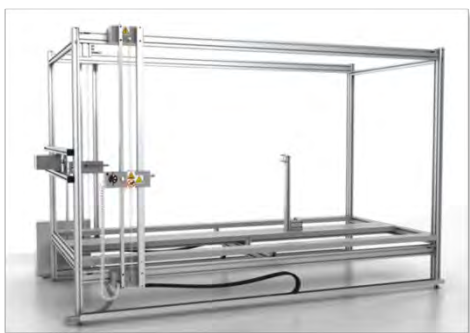
Jaką minimalną ilość tkaniny należy zamówić, aby można było wykonać 20 banerów oczkowanych o wymiarach 1x2 m, przy założeniu, że w hurtowni dostępna jest tylko tkanina o szerokości 1,20 m, a straty wynikające ze stosowanej technologii produkcji sięgają 10% materiału? Nie dopuszcza się sklejanie kawałków tkaniny w większą całość.

- A. 20 m
- B. 22 m
- C. 40 m
- D. 44 m



Zadanie 34.

Które z urządzeń przedstawionych na załączonych rysunkach służy do wycinania liter przestrzennych w materiałach typu styropian lub styrodur?



A.



B.



C.



D.

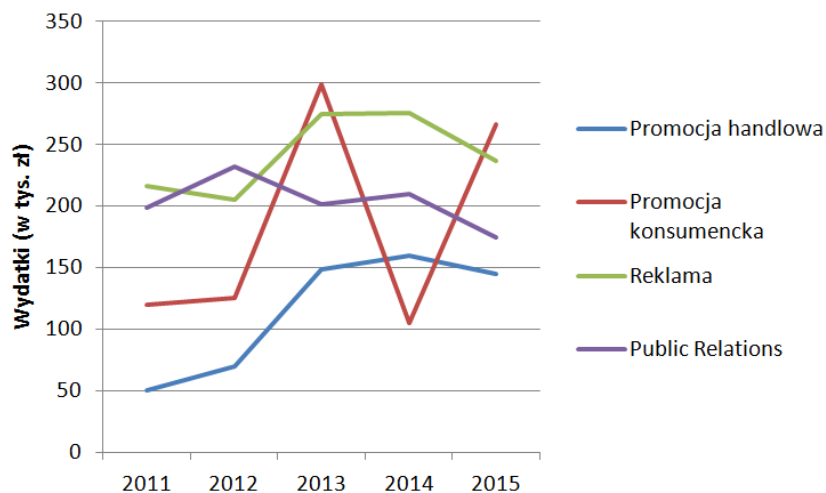
Zadanie 35.

Który dokument zawiera opis konstrukcji oraz zasady prawidłowego używania grafiki przedstawionej na rysunku?

- A. Flowchart.
- B. Media plan.
- C. Brief mediowy.
- D. Podstawowa Księga Znak.



Zadanie 36.



Wykres przedstawia kształtowanie się wydatków na działania promocyjne w spółce w okresie pięciu lat. W którym roku zanotowano najniższy poziom wydatków środków pieniężnych na reklamę?

- A. 2011
- B. 2012
- C. 2013
- D. 2014

Zadanie 37.

Producent odzieży damskiej dzięki prowadzonej kampanii reklamowej osiągnął udział rynkowy na poziomie 6%. Jednocześnie jego udział w reklamie branży wyniósł 2%. Ile wynosi współczynnik efektywności reklamy?

- A. 2
- B. 3
- C. 6
- D. 12

Zadanie 38.

Tabela zawiera dane dotyczące skuteczności czterech kampanii reklamowych. Która z kampanii cechuje się najwyższym wskaźnikiem kosztu dotarcia do audytorium reklamy (CPP)?

	Określenie kampanii	Koszt całkowity przeprowadzenia kampanii, zł	Liczba wygenerowanych punktów GRP
A.	Kampania reklamowa A	100 000,00	250
B.	Kampania reklamowa B	120 000,00	200
C.	Kampania reklamowa C	140 000,00	200
D.	Kampania reklamowa D	150 000,00	300

Zadanie 39.

Ile wynosi GRP, jeżeli zasięg reklamy wynosi 60%, a częstotliwość jest równa 5?

- A. 5
- B. 12
- C. 60
- D. 300

Zadanie 40.

W wyniku przeprowadzenia posttestu reklamy na próbie 200 osób stwierdzono, że 150 osób spontanicznie wymieniło reklamę danej marki. Ile wynosi wskaźnik spontanicznej świadomości reklamy?

- A. 25%
- B. 50%
- C. 75%
- D. 150%