

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**

Oznaczenie kwalifikacji: **A.27**

Wersja arkusza: **X**

A.27-X-17.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2017
CZĘŚĆ 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”:

	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.

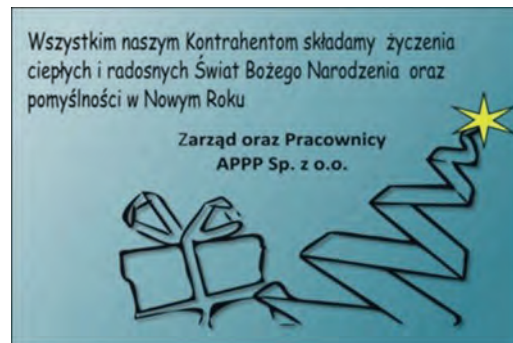
Producent soku tłoczonego ze świeżych ekologicznych jabłek zamierza wprowadzić na rynek podobny sok, tyle, że z gruszek. Jaki główny cel powinien przyjąć dla kampanii reklamowej?

- A. Przedstawienie historii marki.
- B. Przyciągnięcie nabywców innych marek.
- C. Poinformowanie klientów o nowym produkcie.
- D. Przypomnienie o dotychczasowych produktach firmy.

Zadanie 2.

Agencja reklamowa umieściła na swojej stronie www załączoną informację. Którą formę promocji zastosowała firma?

- A. Public-relations.
- B. Sprzedaż osobistą.
- C. Promocję sprzedaży.
- D. Marketing bezpośredni.



Zadanie 3.

Na podstawie załączonych danych określ, w którym z wymienionych periodyków firma powinna zamieścić reklamę, przy założeniu, że ma to być czasopismo, które osiągnęło największy wzrost sprzedaży w roku badanym w stosunku do roku poprzedniego.

- A. Piękny styl.
- B. Piękny dom.
- C. Piękny ogród.
- D. Piękne mieszkanie.

Tytuł periodyków	Rok 2015	Rok 2014
	Procent respondentów	
Piękny styl	8,40%	6,65%
Piękny dom	9,65%	7,60%
Piękny ogród	5,30%	5,45%
Piękne mieszkanie	4,20%	2,35%

Zadanie 4.

Klient kupując sok pomarańczowy przypomniał sobie reklamę, która kojarzyła mu się z latem, słońcem, wakacjami oraz wzbudziła pozytywne emocje. Jak określane jest takie przeniesienie emocji na produkt, w wyniku obejrzenia przekazu reklamowego?

- A. Narcyzm.
- B. Efekt halo.
- C. Neuromarketing.
- D. Odbiór podprogowy.

Zadanie 5.

Tworząc kampanię reklamową skierowaną do osób młodych, które nie tylko będą odbiorcami przekazu, ale również zaangażują się w działania promocyjne firmy należy wykorzystać

- A. reklamę internetową.
- B. spot reklamowy w telewizji.
- C. fanpage firmy na portalu społecznościowym.
- D. ogłoszenie reklamowe w prasie dla młodzieży.

Zadanie 6.

Agencja reklamowa przygotowuje kampanię reklamową dla salonu fryzjerskiego, działającego na terenie Krakowa. Celem kampanii jest pozyskanie nowych klientów. Które z wymienionych mediów powinna zastosować agencja reklamowa?

- A. Radio lokalne.
- B. Radio ogólnopolskie.
- C. Telewizję ogólnopolską.
- D. Reklamę w miejscu sprzedaży.

Zadanie 7.

Które z wymienionych rozszerzeń zapisu pliku należy wybrać, aby po zanieśieniu do drukarni grafik mógł zmienić krój i kolor czcionki?

- A. .tiff
- B. .cdr
- C. .jpeg
- D. .gif

Zadanie 8.

Który z rysunków na pewno został wykonany w programie do grafiki rastrowej?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 9.

Przedstawiona grafika ma zostać zamieszczona na billboardach w większych miastach Polski. Wskaż nieprawidłowość, która występuje w zaprojektowanym przekazie reklamowym.

- A. Brak logo.
- B. Za dużo tekstu.
- C. Za mała grafika.
- D. Brak hasła reklamowego.



Zadanie 10.

Na załączonym rysunku przedstawiono czekoladki firmy „Avanti”. Do której kategorii można zaliczyć hasło reklamowe znajdujące się na opakowaniu?

- A. Racjonalne.
- B. Emocjonalne.
- C. Wskazujące na nowość.
- D. Pobudzające ciekawość.



Zadanie 11.

Agencja reklamowa „X-line” zajmuje się przede wszystkim tworzeniem nazw firm, usług i produktów. Fachowe opracowanie nazwy ma na celu zwiększenie sprzedaży, jak i lepsze dotarcie do konsumenta i utrwalenie się w jego umyśle. Jaki jest główny profil działania agencji?

- A. Naming.
- B. Copywriting.
- C. Marketing szeptany.
- D. Marketing kreatywny.

Zadanie 12.

Na rysunku przedstawiona jest wizytówka służbowa pracownika Agencji Reklamowej „Ollyy”. Którego podstawowego elementu brakuje na wizytówce?

- A. Zdjęcia firmy.
- B. Adresu firmy.
- C. Nazwy firmy.
- D. Zdjęcia pracownika.



Zadanie 13.

Które przepisy stanowią o tym, że wykorzystanie wizerunku kobiety na załączonym fragmencie billboardu wymagało jej zgody?

- A. Kodeks Pracy.
- B. Kodeks etyki reklamy.
- C. Ustawa Prawo Prasowe.
- D. Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych.



Zadanie 14.

Otrzymałeś zlecenie zaprojektowania plakatu w formacie A4. Plakat ma być podzielony na trzy części w poziomie, każda część ma być w innym kolorze i zawierać różne informacje. Jakie narzędzie programu graficznego ułatwi Ci podział obszaru roboczego na trzy części, tak jak na załączonej grafice?

- A. Skalowanie.
- B. Prowadnice.
- C. Kadrowanie.
- D. Krzywe Beziera.



Zadanie 15.

Firma zleciła przygotowanie projektu zaproszenia według następujących zasad: na środku napis zaproszenie w kolorze czarnym, krój pisma bez szeryfów, dwa elementy ozdobne również na środku. Agencja przygotowała do akceptacji projekt pokazany na rysunku. Wskaż elementy niezgodne z wytycznymi klienta.



- A. Kolor czcionki i krój pisma.
- B. Rozmieszczenie elementów i kolor czcionki.
- C. Krój pisma i liczba elementów ozdobnych.
- D. Liczba elementów ozdobnych i rozmieszczenie elementów.

Zadanie 16.

W kampanii reklamowej wycieczek ekstremalnych dla osób młodych, lubiących spędzać wolny czas aktywnie, mających odpowiedni zasób pieniędzy powinno się zastosować

- A. ulotki reklamowe.
- B. plakaty reklamowe.
- C. reklamę w wyszukiwarkach internetowych.
- D. spoty reklamowe zamieszczone w TVPogoda.

Zadanie 17.

Duża firma produkująca napoje i wody mineralne, wprowadza na rynek nowy napój dla osób odchudzających się. Według strategii reklamy firmy, rynkiem docelowym są nastolatki, dbające o wygląd, ale niestety mające problemy z nadwagą. Który rodzaj reklamy najlepiej trafi do grupy docelowej?

- A. Prasowa.
- B. Internetowa.
- C. Zewnętrzna.
- D. Telewizyjna.

Zadanie 18.

Producent zabawek dla dzieci zdecydował się na kampanię reklamową w ogólnopolskiej telewizji. Spot reklamowy firmy będzie ukazywał się kilka razy dziennie o różnych porach dnia. Najmniej korzystnym czasem antenowym w tym przypadku będzie

- A. ranek – od godz. 6⁰⁰ do 12⁰⁰.
- B. południe – od godz. 12⁰⁰ do 17⁰⁰.
- C. popołudnie/wieczór – od godz. 17⁰⁰ do 19³⁰.
- D. wieczór, pasmo największej oglądalności, tzw. prime time – od godz. 19³⁰ do 22⁰⁰.

Zadanie 19.

Międzynarodowa korporacja zamierza zakupić czas antenowy przed programami informacyjnymi. Wskaż program, który powinna wybrać firma, kierując się przyrostem oglądalności w ostatnich dwóch latach.

- A. BiznesTV 17:00
- B. BiznesPlus 19:30
- C. BiznesPRO 18:00
- D. BiznesINFO 19:00

rok		2015	2014
Program	Stacja	oglądalność	oglądalność
BiznesTV 17:00	TVP1	37,23%	34,34%
BiznesPLUS 19:30	TVP1	27,55%	25,70%
BiznesPRO 18:00	TVP2	13,04%	13,53%
BiznesINFO 19:00	TVN	23,39%	25,66%

Zadanie 20.

W ramach kampanii reklamowej przewidziano ogłoszenie całostronicowe w miesięczniku, 10 spotów reklamowych w lokalnym radio oraz 6 spotów reklamowych w lokalnej telewizji. Na podstawie cennika zaplanuj budżet reklamowy na całą kampanię.

Cennik wybranych nośników reklamy

- A. 60 000 zł
- B. 62 000 zł
- C. 70 000 zł
- D. 71 000 zł

Nośniki reklamy	Cena
Ogłoszenie całostronicowe w dzienniku	1 000 zł
Ogłoszenie całostronicowe w miesięczniku	2 000 zł
Spot reklamowy w radiu lokalnym	3 000 zł
Spot reklamowy w telewizji lokalnej	5 000 zł

Zadanie 21.

Media plan zakłada wyemitowanie 30 spotów telewizyjnych w ciągu 15 dni. Organizacja emisji tych spotów ma mieć charakter pulsacyjny. Który z harmonogramów realizuje to założenie?

Liczba spotów wyemitowanych w kolejnych dniach miesiąca

A.	Harmonogram emisji A															
	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

B.	Harmonogram emisji B															
	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1

C.	Harmonogram emisji C															
	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	x	x	x	x	x	10	10	10	x	x	x	x	x	x	x

D.	Harmonogram emisji D															
	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	x	x	5	5	5	x	x	x	x	5	5	5	x	x	x

Zadanie 22.

Dokument określający wybrane do kampanii media, środki i nośniki wraz z informacjami na temat daty i miejsca emisji oraz kosztów, to

- A. job brief.
- B. branding.
- C. media plan.
- D. brief reklamowy.

Zadanie 23.

Sieć hurtowni alkoholi planuje przygotować kampanię reklamową w telewizji, promującą wyroby alkoholowe i pokrewne. Zaplanowano czas antenowy w godzinach 18:00÷20:00. Czy podjęte działania są zgodne z prawem?

- A. Nie, ponieważ naruszają ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
- B. Tak, ponieważ są to godziny najlepsze dla tego rodzaju reklamy.
- C. Tak, ponieważ są odpowiednie dla charakteru działalności hurtowni.
- D. Nie, gdyż są niezgodne z ustawą o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

Zadanie 24.

Agencja reklamowa przygotowuje telewizyjny spot reklamowy dla swojego klienta. Jaki jest pierwszy etap procesu produkcji spotu reklamowego, który powinien zostać przedstawiony klientowi?

- A. Casting.
- B. Animatic.
- C. Storyboard.
- D. Udźwiękowienie.

Zadanie 25.

Agencja reklamowa dysponuje papierami o wymienionych gramaturach. Do wydruku wewnętrznych zestawień tabelarycznych, raportów i sprawozdań agencja powinna użyć papieru o gramaturze

- A. 30 g/m²
- B. 80 g/m²
- C. 120 g/m²
- D. 160 g/m²

Zadanie 26.

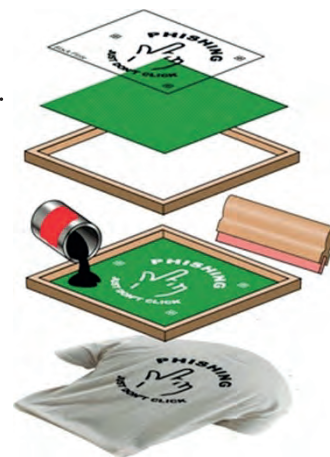
Agencja reklamowa przygotowuje kampanię reklamową dla swojego klienta. Zamierza wybrać spot telewizyjny i radiowy jako medium podstawowe oraz billboardy jako medium wspomagające. Planując harmonogram działań całej kampanii, wskaż działanie, które wymaga najwięcej czasu.

- A. Przygotowanie spotu radiowego.
- B. Zamawianie czasu antenowego.
- C. Przygotowanie spotu telewizyjnego.
- D. Przygotowanie projektu graficznego plakatu.

Zadanie 27.

Załączona grafika przedstawia uproszczony schemat jednej z technik drukarskich. Którą technikę druku przedstawiono na rysunku?

- A. Sitowy.
- B. Cyfrowy.
- C. Wypukły.
- D. Offsetowy.



Zadanie 28.

Dział reklamy firmy produkującej artykuły chemiczne, przygotowuje ulotki reklamowe. Ulotki mają być drukowane w drukarni w nakładzie 2000 szt., techniką offsetową. W której palecie barw powinna być zaprojektowana ulotka?

- A. RGB
- B. HLS
- C. HEX
- D. CMYK

Zadanie 29.

Sklep obuwniczy zamówił napis 3D „Obuwie na 100%”, który ma być umieszczony na fasadzie budynku. Napis ma być wykonany z lekkiego materiału, odpornego na warunki atmosferyczne. Który z wymienionych materiałów powinien zostać użyty do wykonania tego napisu?

- A. Sklejka.
- B. Tektura
- C. Drewno.
- D. Styrodur.

Zadanie 30.

Agencja reklamowa otrzymała zlecenie wydrukowania 18 szt. naklejek w rozmiarze 90x90 mm. Naklejki będą drukowane na arkuszach A4 (210x297 mm) papieru samoprzylepnego. Jaką najmniejszą liczbę arkuszy A4 należy przygotować, aby wykonać to zlecenie?

- A. 2 szt.
- B. 3 szt.
- C. 9 szt.
- D. 18 szt.

Zadanie 31.

Na którym rysunku przedstawiono ploter?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 32.

Który z wymienionych elementów służy bezpiecznemu przycięciu projektu do ostatecznego formatu i gwarantuje, że obszar druku będzie dochodził do samej krawędzi po przycięciu arkusza?

- A. Spad.
- B. Obszar cięcia.
- C. Obszar wydruku.
- D. Wewnętrzny margines.

Zadanie 33.

Tytuł spotu/nazwa kampanii:				
Długość spotu w sekundach:				
Klient:				
Nazwa produktu (marki):				
Nr zlecenia:				
Czas	Warstwa tekstowa		Warstwa audio	
	Postacie	Treść słowna	Wskazówki do muzyki	Wskazówki do SFX
		(...)		

Który dokument tworzony jest na formularzu pokazanym na rysunku?

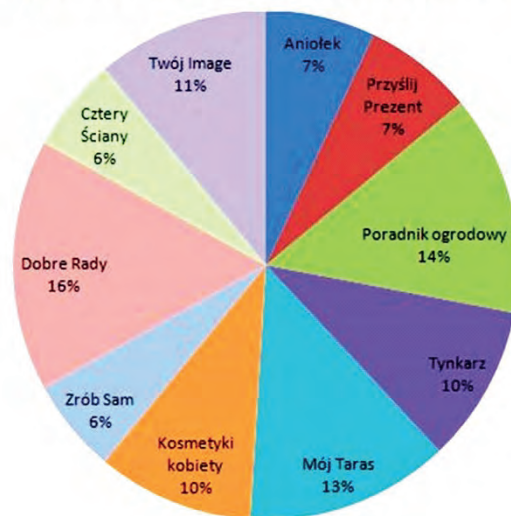
- A. Tablica do tworzenia scenariusza spotu radiowego.
- B. Tablica do tworzenia scenariusza spotu telewizyjnego.
- C. Umowa o współpracy między agencją a stacją radiową.
- D. Umowa o współpracy między agencją i stacją telewizyjną.

Zadanie 34.

Pracownik agencji reklamowej ma zamieścić reklamę w dwóch miesięcznikach, cieszących się największym zainteresowaniem klientów. Na podstawie wyników czytelnictwa miesięczników w roku 2016, wskaż czasopisma, które powinny zostać wybrane.

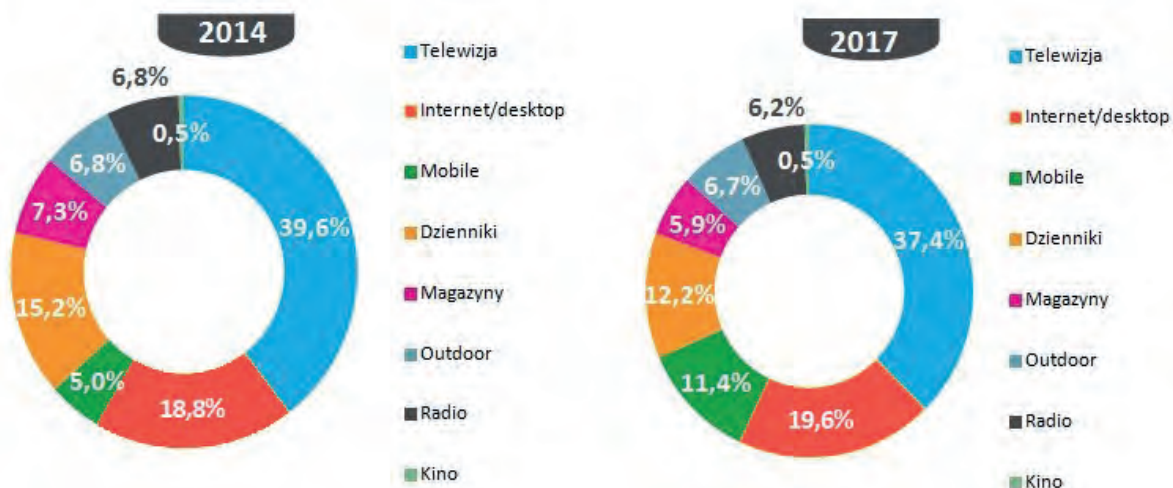
- A. Mój Taras i Twój Image.
- B. Mój Taras i Poradnik ogrodowy.
- C. Dobre Rady i Kosmetyki kobiety.
- D. Poradnik ogrodowy i Dobre Rady.

Czytelnictwo miesięczników w roku 2016



Zadanie 35.

Udział mediów w globalnych wydatkach (%)



Wykresy przedstawiają udział mediów w globalnych wydatkach w Polsce w latach 2014÷2017 r. Wskaż, medium reklamy na które wydatki zmniejszą się najwięcej.

- A. Kino.
- B. Telewizja.
- C. Magazyny.
- D. Dzienniki.

Zadanie 36.

Salon kosmetyczny w celu zwiększenia liczby klientek, zamieścił w lokalnej gazecie ogłoszenie reklamowe wraz z kupnem rabatowym. Koszt całej kampanii wyniósł 800 zł. W ciągu tygodnia od zakończenia kampanii do salonu zgłosiło się 40 nowych klientek wraz z kuponem rabatowym. Sprawdzając efektywność reklamy określ, ile wyniesie wskaźnik kosztu sprzedaży (CPS - Cost Per Sale).

- A. 2
- B. 4
- C. 20
- D. 40

Zadanie 37.

Firma „Medica” chce przeprowadzić kampanię reklamową, która będzie reklamować firmę i jej usługi medyczne na terenie Małopolski. Spot reklamowy ma być nadawany w czasie największej oglądalności. Na podstawie załączonych danych wskaż stację, w której reklama będzie miała największy zasięg.

- A. Twoja TV
- B. Region 1TV
- C. Region 2TV
- D. Małopolska TV

Stacja telewizji regionalnej	Liczba osób, do której dociera sygnał stacji – grupa docelowa (w tys.)	Szacowana liczba widzów, którzy oglądną reklamę w prime time (w tys.)
Twoja TV	2 540	1 524
Region 1TV	3 250	2 750
Region 2TV	2 880	2 600
Małopolska TV	2 645	1 587

Zadanie 38.

Firma przeprowadziła lokalną kampanię radiową. Grupa docelowa stanowiła 2000 osób w wieku od 15 do 20 lat. Po zakończeniu kampanii okazało się, że spot wysłuchało 500 osób z grupy docelowej. Oceniając skuteczność kampanii oblicz zasięg reklamy.

- A. 2,5%
- B. 4,0%
- C. 25,0%
- D. 40,0%

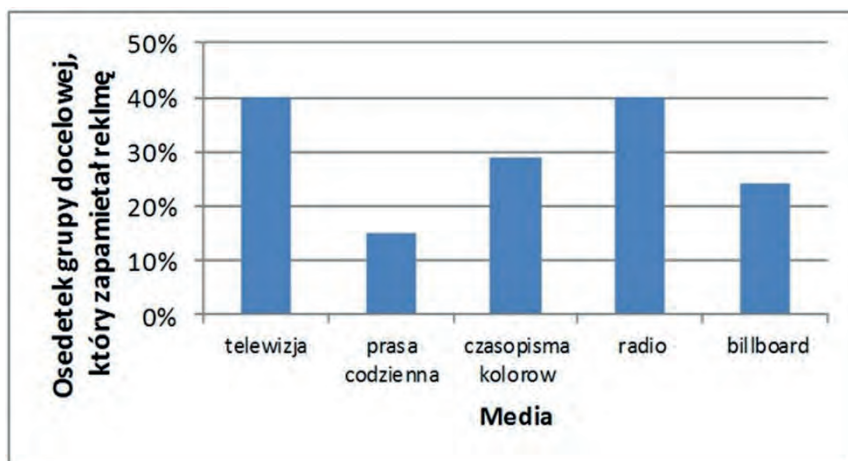
Zadanie 39.

W przypadku, której z czterech marek (1,2,3,4) osiągnięto bardziej efektywny wzrost preferencji zakupu wśród potencjalnych klientów?

- A. Marka 1
- B. Marka 2
- C. Marka 3
- D. Marka 4

Marka	% osób, które wybrały markę produktu (przed rozpoczęciem kampanii)	% osób, które wybrały markę produktu (pięć miesięcy po zakończeniu kampanii)
Marka 1	10	33
Marka 2	88	90
Marka 3	64	74
Marka 4	32	39

Zadanie 40.



Agencja reklamowa podczas prowadzenia kampanii reklamowej firmy X, zapytała respondentów czy zetknęli się z daną reklamą, a jeśli tak, to gdzie się z nią zetknęli. Wyniki badań przedstawiono na wykresie. Który z wymienionych wniosków można wysnuć na podstawie otrzymanych wyników?

- A. Reklama zewnętrzna jest najmniej skuteczna.
- B. Dzienniki czyta stosunkowa niewielka liczba badanych osób.
- C. Największa grupa respondentów zetknęła się z reklamą w radio.
- D. Reklamę w czasopiśmie zapamiętało tyle samo osób co billboard.