

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

Oznaczenie kwalifikacji: **AU.29**

Wersja arkusza: **SG**

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

AU.29-SG-22.01

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2022

CZĘŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2017**

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!

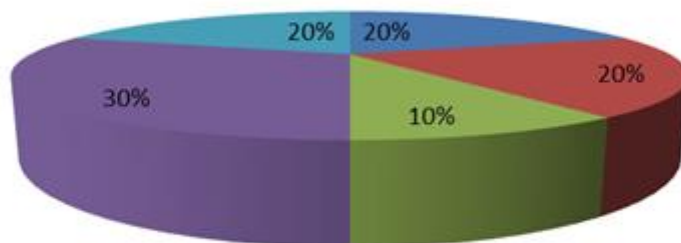
* w przypadku braku numeru PESEL – seria i numer paszportu lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość

Zadanie 1.

Który produkt reklamowy należy wybrać, aby znalazł się on w segmencie mediów o największym udziale wydatków?

- A. Dangler.
- B. Billboard.
- C. Spot radiowy.
- D. Spot telewizyjny.

Wydatki na reklamę w 2021 roku



■ reklama telewizyjna ■ reklama radiowa ■ reklama kinowa
■ reklama zewnętrzna ■ reklama POS

Zadanie 2.

Reklama eksponowana jako element wiaty przystankowej, zazwyczaj podświetlana o rozmiarach – zwykle 1,2 na 1,8 m, to

- A. citylight.
- B. backlight.
- C. cityscroll.
- D. cityboard.



Zadanie 3.

Storyboard w reklamie telewizyjnej, to

- A. ostateczna wersja filmu reklamowego.
- B. robocza, reżyserska wersja filmu reklamowego.
- C. sekwencja szkiców nakręconych na video lub zmontowanych w komputerze ze ścieżką dźwiękową.
- D. scenopis obrazkowy - seria szkiców lub ilustracji, które przedstawiają kolejne sceny spotu reklamowego.

Zadanie 4.

Który nośnik reklamy należy wybrać, aby poinformować klientów firmy ubezpieczeniowej o różnorodnych skomplikowanych rodzajach oferowanych usług?

- A. Citylight.
- B. Spot radiowy.
- C. Katalog firmowy.
- D. Baner internetowy.

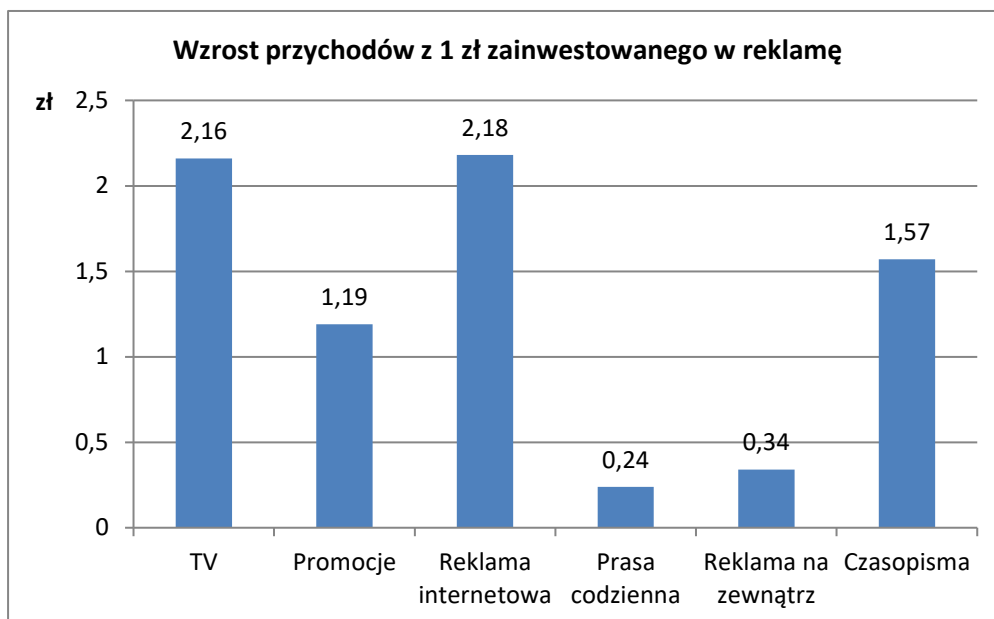
Zadanie 5.

Cecha	Sklep 1	Sklep 2	Sklep 3	Sklep 4
Rok powstania strony na portalu społecznościowym	2014	2016	2015	2019
Liczba polubień strony	9516	7145	9354	8792
Charakterystyka grupy odbiorczej (lokalizacja i wiek)	Gdańsk 25-34 lata	Gdynia 25-34 lata	Koszalin 25-34 lata	Słupsk 25-34 lata
Częstotliwość publikacji postów - średnia z ostatniego roku	2 dni	3 dni	2 dni	1 dzień
Średnia liczba polubień postów	60	53	58	55
Średnia liczba komentarzy postów	4	2	4	3
Średnia liczba udostępnień postów	40	35	40	38

Na podstawie wyników przedstawionych w tabeli wskaż sklep, który ma najdłuższą historię obecności strony na portalu społecznościowym i dominuje nad konkurencją pod względem liczby polubień i aktywności użytkowników na stronie.

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

Zadanie 6.



Na podstawie wykresu oceń, który rodzaj działania przynosi największy zwrot z 1,00 złotego zainwestowanego w reklamę?

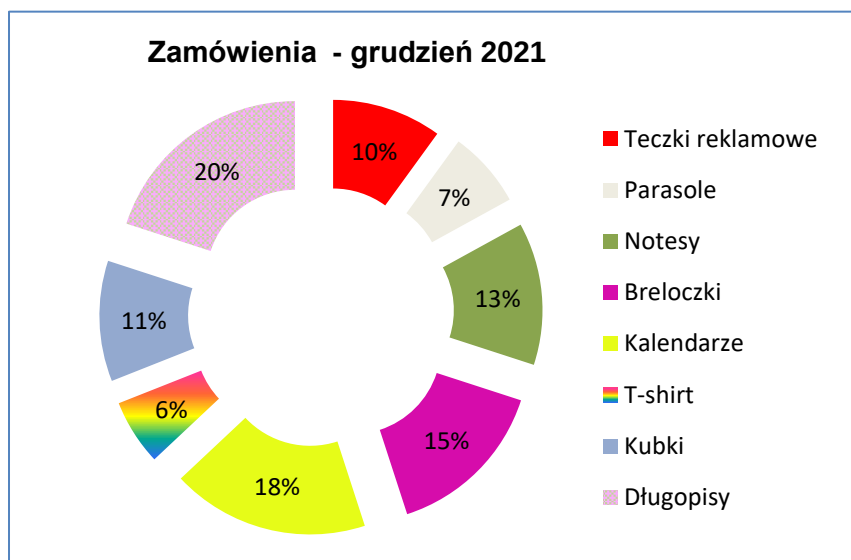
- A. Promocje.
- B. Telewizja.
- C. Prasa codzienna.
- D. Reklama internetowa.

Zadanie 7.

Którą strategię dystrybucji powinien wybrać producent sprzętu RTV z tzw. średniej półki cenowej, który chce zaoferować swoje produkty w ograniczonej liczbie placówek handlowych?

- A. Wyłącznie.
- B. Intensywną.
- C. Selektywną.
- D. Ekskluzywną.

Zadanie 8.



Które produkty reklamowe miały łącznie największy procentowy udział w zamówieniach w grudniu 2021?

- A. Breloczki, teczki, notesy.
- B. T-shirty, notesy, parasole.
- C. Kalendarze, parasole, breloczki.
- D. Długopisy, kalendarze, breloczki.

Zadanie 9.

Który rodzaj marketingu będzie najbardziej odpowiedni dla firmy odzieżowej w celu rozpowszechnienia informacji o nowej kolekcji ubrań dla młodzieży?

- A. Shopper marketing.
- B. Marketing sensoryczny.
- C. Social media marketing.
- D. Marketing wielopoziomowy.

Zadanie 10.

Przekaz „*U nas kupisz najtaniej*” skierowany przez hurtownię artykułów spożywczych do sklepów detalicznych jest apelem o charakterze

- A. moralnym.
- B. społecznym.
- C. racjonalnym.
- D. emocjonalnym.

Zadanie 11.

Który slogan przygotowany dla linii lotniczych LEĆ.pl jest niesamodzielnym i napisany w trybie rozkazującym?

- A. *Chcesz poznać z nami świat?*
- B. *LEĆ.pl - to Twój nowy świat.*
- C. *LEĆ.pl - ruszaj z nami w świat!*
- D. *Już czas. Ruszaj po przygodę!*

Zadanie 12.

Przedstawienie w ofercie sprzedaży dla klienta agencji reklamowej opisu konkretnej realizacji projektu, zawierającego szczegółowe informacje o jego przebiegu, to

- A. brief
- B. debrief.
- C. case study.
- D. proof cyfrowy.

Zadanie 13.

Przygotowanie layoutu w wybranym medium przez agencję reklamową dotyczy

- A. scenariusza reklamy radiowej.
- B. planu mediów w reklamie telewizyjnej.
- C. struktury mediów w kampanii reklamowej.
- D. układu graficznego ogłoszenia prasowego.

Zadanie 14.

Którą techniką prezentacji posługuje się przedstawiona na ilustracji reklama wybielającej pasty do zębów?

- A. Styl życia.
- B. Kawałek życia.
- C. Demonstracja działania.
- D. Rekomendacja przez eksperta.

**Zadanie 15.**

Agencja reklamowa zakupiła materiały eksploatacyjne do plotera we Francji za cenę 2 500,00 Euro. Po przeliczeniu według aktualnego kursu walutowego firma ustaliła, że poniesiony koszt wynosi 10 500,00 zł. Który kurs Euro uwzględniono przy kalkulacji ceny zakupu wyrażonej w złotych?

- A. 3,50 zł
- B. 4,20 zł
- C. 4,00 zł
- D. 4,50 zł

Zadanie 16.

Ile wynosi wartość netto 300 sztuk smyczy reklamowych, jeśli ich wartość brutto to 307,50 zł, a wysokość stawki VAT 23%?

- A. 86,85 zł
- B. 223,00 zł
- C. 250,00 zł
- D. 378,23 zł

Zadanie 17.

Oblicz wartość netto zamówienia, jeżeli jego wartość brutto wynosi 492,00 zł, a stawka VAT to 23%.

- A. 92,00 zł
- B. 113,16 zł
- C. 400,00 zł
- D. 605,16 zł

Zadanie 18.

Na podstawie zamieszczonego cennika materiałów reklamowych ustal wartość brutto produktów po uwzględnieniu rabatu, jeżeli stawka VAT wynosi 23%.

	cena j. netto	j. miary	ilość	wartość netto
Brelok smyczka Scout – termosublimacja	1,70 zł	szt	500	850,00 zł
Kubek z łyżeczką – sitodruk	12,00 zł	szt	100	1 200,00 zł
Wartość netto				2 050,00 zł
Rabat 10%				205,00 zł
Wartość brutto				?

- A. 2 269,35 zł
- B. 2 521,50 zł
- C. 2 583,00 zł
- D. 2 647,58 zł

Zadanie 19.

Ile wynosi stawka podatku VAT, jeżeli cena netto wynajmu billboardu wynosi 1 200,00 zł, a cena brutto 1 476,00 zł?

- A. 3%
- B. 5%
- C. 8%
- D. 23%

Zadanie 20.

Agencja reklamowa obniżyła cenę opracowania strategii reklamowej z 35 000,00 zł na 26 250,00 zł, czyli o

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

Zadanie 21.

Kwota sprzedaży	ID zamówienia	Data zamówienia	Nazwa firmy	Data wysłania
13 800,00 zł	41	2006-03-24	Firma G	
13 800,00 zł	38	2006-03-10	Firma BB	2006-03-11
4 200,00 zł	47	2006-04-08	Firma F	2006-04-08
3 690,00 zł	46	2006-04-05	Firma I	2006-04-05
3 520,00 zł	58	2006-04-22	Firma D	2006-04-22
2 490,00 zł	79	2006-06-23	Firma F	2006-06-23
2 250,00 zł	77	2006-06-05	Firma Z	2006-06-05
1 930,00 zł	36	2006-02-23	Firma C	2006-02-25
1 674,75 zł	44	2006-03-24	Firma A	
1 560,00 zł	78	2006-06-05	Firma CC	2006-06-05

Który program został przedstawiony na ilustracji?

- A. Edytor tekstu.
- B. Arkusz kalkulacyjny.
- C. Program do edycji baz danych.
- D. Program do tworzenia prezentacji multimedialnych.

Zadanie 22.

Które informacje dostępne w bazie danych umożliwią nadanie przesyłki do odpowiedniego adresata?

- A. Wiek i płeć klienta.
- B. Dane teleadresowe.
- C. Stan cywilny klienta.
- D. Poziom wykształcenia.

Zadanie 23.

Który typ klienta w rozmowie sprzedażowej nie porusza tematów osobistych, jest konkretny, trzyma się głównego tematu i rozmawia tylko po to, aby uzyskać informacje o produkcie?

- A. Klient nieufny.
- B. Klient rzeczowy.
- C. Klient problemowy.
- D. Klient negujący „dziura w całym”.

Zadanie 24.

Bezrefleksyjny sposób oglądania telewizji, polegający na ciągłym przełączaniu z jednej stacji telewizyjnej na drugą podczas emisji reklam, potocznie zwany „skakaniem po kanałach” to działanie typu

- A. jumping.
- B. zapping.
- C. sampling.
- D. mastering.

Zadanie 25.

Pracownik działu zleceń agencji reklamowej zaproponował firmie reklamę z zakresu mediów typu BTL. Propozycja dotyczy

- A. telewizyjnego spotu reklamowego.
- B. radiowego konkursu dla słuchaczy.
- C. ogłoszenia w gazecie o zasięgu krajowym.
- D. ulotek roznoszonych do skrzynek listowych mieszkańców.

Zadanie 26.

SLB, AIDA, AIDCAS, DIPADA, DAGMAR to modele opisujące

- A. etapy planu kampanii reklamowej.
- B. sposób badania skuteczności reklamy.
- C. oddziaływanie reklamy na konsumentów.
- D. metody ustalania budżetu reklamowego.

Zadanie 27.

Klient, który jest szczególnie skoncentrowany na realizacji założonych celów, pomijający nawet etapy ich osiągnięcia, to klient

- A. osobisty.
- B. rzeczowy.
- C. chaotyczny.
- D. zadaniowiec.

Zadanie 28.

Zadbany i schludny wygląd, odpowiednia prezentacja oraz wysoka kultura obsługi to cechy charakterystyczne rozmowy sprzedażowej

- A. listownej.
- B. osobistej.
- C. e-mailowej.
- D. telefonicznej.

Zadanie 29.

Który rodzaj umowy powinna wybrać agencja reklamowa, nawiązując współpracę z grafikiem, na podstawie tak zwanej umowy projektowej?

- A. Umowę o pracę.
- B. Umowę o dzieło.
- C. Umowę agencyjną.
- D. Umowę kupna-sprzedaży.

Zadanie 30.

Unikalna propozycja sprzedaży USP zawierająca przesłanie „*Nasza agencja istnieje od 150 lat*” odwołuje się do

- A. długiej historii marki.
- B. charakterystyki produktu.
- C. bezpośredniego porównania z konkurencją.
- D. zaspokojenia potrzeb psychologicznych klienta.

Zadanie 31.

Kolory podstawowe w palecie barw to

- A. biały, niebieski i brązowy.
- B. żółty, czerwony i niebieski.
- C. zielony, czarny i czerwony.
- D. biały, czarny i pomarańczowy.

Zadanie 32.

Który rodzaj folii stosuje się do oklejania szyb na pojazdach w celu zapewnienia odpowiedniej widoczności z wnętrza pojazdu?

- A. Folię wylewaną.
- B. Folię translucentną.
- C. Folię monomeryczną.
- D. Folię OWV- one way vision.

Zadanie 33.

Projekt obustronnie zadrukowany w pełnej kolorystyce CMYK oznacza się symbolem

- A. 2+2
- B. 4+0
- C. 4+2
- D. 4+4

Zadanie 34.

Który model barw należy wybrać przygotowując publikację dla drukarni?

- A. Lab
- B. HSB
- C. RGB
- D. CMYK

Zadanie 35.

Wzajemne zaufanie, przyjazna atmosfera oraz ustępstwa to typowe cechy negocjacji

- A. twardych.
- B. miękkich.
- C. właściwych.
- D. rzeczowych.

Zadanie 36.

Negocjacji **nie podejmuje się**, gdy

- A. strony są od siebie zależne.
- B. żądania strony są nieetyczne.
- C. każda ze stron może coś zyskać.
- D. każda ze stron ma coś do zaoferowania.

Zadanie 37.

Które zachowanie negocjatora wskazuje na stosowanie techniki „mierz wysoko”?

- A. Szybkie ustępowanie.
- B. Stopniowe ustępowanie.
- C. Ustalanie celów na maksymalnym poziomie.
- D. Stopniowe zmniejszenie celów podczas negocjacji.

Zadanie 38.

W odpowiedzi na otrzymane zapytanie ofertowe, agencja reklamowa przygotowuje dla klienta

- A. zamówienie.
- B. fakturę VAT.
- C. ofertę handlową.
- D. umowę sprzedaży.

Zadanie 39.

Sprzedawca	Agencja Reklamowa LEADER sp. z o.o. 10-691 Olsztyn, ul. Cicha 19 NIP: 736-109-75-10				FAKTURA		Miejsce wystawienia: Olsztyn Data wystawienia: 10.01.2022 Data sprzedaży: 10.01.2022		
					NR 26/01/2022				
Nabywca	Przedsiębiorstwo Handlowe ANNA sp. z o.o. ul. Mikołaja Reja 3 40-008 Sosnowiec NIP: 830-202-54-02								
Lp.	Nazwa towaru/usługi	Symbol PKWiU	J. m.	Ilość	Cena jedn. netto	Wartość netto	Stawka podatku (%)	Kwota podatku	Wartość brutto
1.	Wynajem billboardów BB24		szt.	60	1 600,00	96 000,00	23	22 080,00	
2.	Wynajem mobiboardów 18m²		szt.	40	1 900,00	76 000,00	23	17 480,00	
Sposób zapłaty: przelew – 21 dni Nr konta: 58 4567 8002 5471 0001 1005 9000 PKO BP SA I/O w Olsztynie Do zapłaty: Słownie zł:					Zestawienie sprzedaży wg stawek podatku	172 000,00	23	39 560,00	
							8		
							5		
							0		
					Razem	172 000,00		39 560,00	
Anna Solska Imię i nazwisko oraz podpis osoby uprawnionej do odbioru faktury					Grzegorz Pawelski Imię i nazwisko oraz podpis osoby uprawnionej do wystawiania faktury				

Na podstawie faktury ustal wartość brutto do zapłaty.

- A. 93 480,00 zł
- B. 118 080,00 zł
- C. 172 000,00 zł
- D. 211 560,00 zł

Zadanie 40.

W celu wklejenia skopiowanego tekstu zawierającego informacje o produktach reklamowych, należy użyć skrótu klawiszowego

- A. Ctr+A
- B. Ctrl+V
- C. Ctrl+C
- D. Ctr+N

