

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

Oznaczenie kwalifikacji: **AU.30**

Wersja arkusza: **SG**

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

AU.30-SG-23.01

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2023

CZĘŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2017**

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 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”:

<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.

Które narzędzie promocji będzie miało największą siłę oddziaływania na klienta, który jest w sklepie i podejmuje decyzję o zakupie sprzętu AGD?

- A. Sprzedaż osobista.
- B. Reklama telewizyjna.
- C. Sponsoring lokalnej drużyny sportowej.
- D. Artykuł sponsorowany w lokalnej prasie.

Zadanie 2.

Która forma promocji w postaci bloga pozwala zamieszczać filmy w kolejności chronologicznej?

- A. Vlog.
- B. Photoblog.
- C. Microblog.
- D. Interstitial.

Zadanie 3.

Producent garniturów męskich chciałby skierować swoją promocję do hurtowników. W tym celu powinien zastosować

- A. sponsoring osobowy.
- B. promocję skierowaną do detalisty.
- C. wewnętrzne działania public relations.
- D. promocję skierowaną do pośredników handlowych.

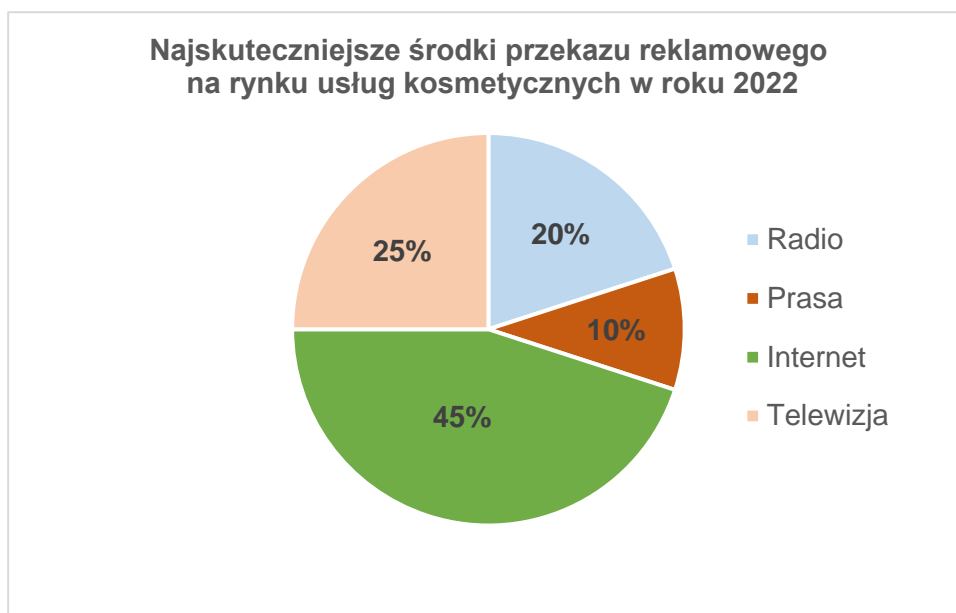
Zadanie 4.

Który krój pisma zastosowano w hasle reklamowym?

- A. Gotyk.
- B. Pisanekę.
- C. Grotesk.
- D. Egipcjanekę.

Tam gdzie Ty - tam i ja

Zadanie 5.



Na podstawie graficznej prezentacji wyników badań ankietowych określ, które medium reklamy będzie najsukuteczniejszym środkiem przekazu dla nowego salonu kosmetycznego.

- A. Radio.
- B. Prasa.
- C. Internet.
- D. Telewizja.

Zadanie 6.



Którego elementu modelu AIDCAS oznaczonego znakiem zapytania **nie uzupełniono** na zamieszczonej ilustracji?

- A. C – Conviction.
- B. C – Confidence.
- C. C – Considerable.
- D. C – Consideration.

Zadanie 7.

Do tworzenia, edycji prostej bazy danych i analizy służy

- A. program do prezentacji multimedialnych.
- B. program do grafiki wektorowej.
- C. arkusz kalkulacyjny.
- D. edytor tekstu.

Zadanie 8.

Wykorzystanie hasła *Produkt posiada pozytywną opinię Instytutu Matki i Dziecka*, to technika prezentacji produktu za pomocą

- A. emocji.
- B. humoru.
- C. stylu życia.
- D. rekomendacji.

Zadanie 9.

Informację o tym, że reklamy nie mogą zawierać treści oraz elementów dyskryminujących, zachęcać do przemocy oraz bez uzasadnienia wywoływać poczucia lęku lub strachu, znajdują się w Kodeksie

- A. cywilnym.
- B. wykroczeń.
- C. Etyki Reklamy.
- D. rodzinnym i opiekuńczym.

Zadanie 10.

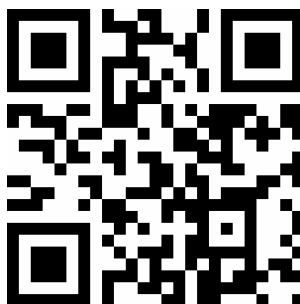
Poznaj smak Raju to przykład sloganu

- A. pytającego.
- B. deklaratywnego.
- C. humorystycznego.
- D. budzącego ciekawość.

Zadanie 11.

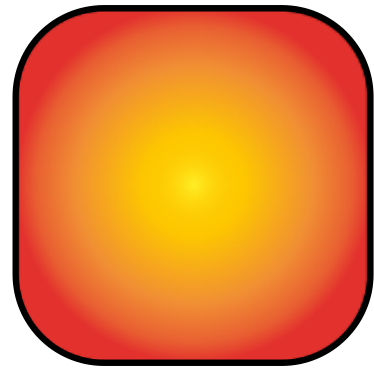
Którą nazwę nosi kod zamieszczony na ilustracji?

- A. QR
- B. EAN
- C. EAB-8
- D. Kreskowy



Zadanie 12.

Lp.	Promień rogu/narożnika	Wypełnienie	Obrys
Zestaw 1.	0 mm	gradientowe promieniste	jest
Zestaw 2.	1 mm	gradientowe liniowe	brak
Zestaw 3.	5 mm	gradientowe liniowe	jest
Zestaw 4.	10 mm	gradientowe promieniste	jest



Który zestaw cech charakteryzuje obiekt przedstawiony na ilustracji, wykonany w jednym z programów do tworzenia grafiki wektorowej?

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

Zadanie 13.

TM

Symbol 1.

SM

Symbol 2.

®

Symbol 3.

©

Symbol 4.

Który symbol umieszczony obok logo firmy oznacza znak towarowy zarejestrowany w urzędzie patentowym?

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

Zadanie 14.

Który rodzaj perspektywy został przedstawiony na ilustracji?

- A. Ptasia.
- B. Linearna.
- C. Kulisowa.
- D. Hieratyczna.



Zadanie 15.

Który element logo przedstawiony na zamieszczonym rysunku oznaczono strzałką?

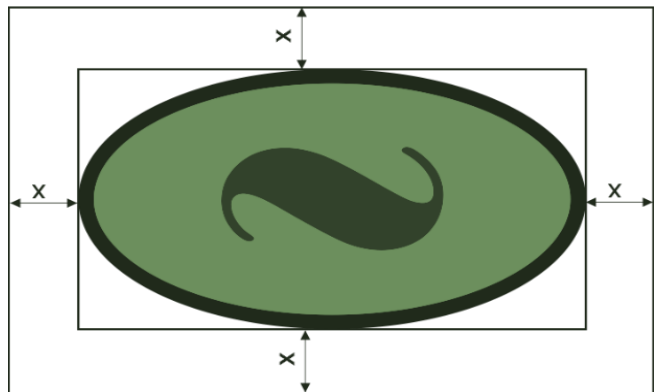
- A. Sygnet.
- B. Tagline.
- C. Logotyp.
- D. Kaligraf.



Zadanie 16.

Który obszar wokół logo, w obrębie którego nie może się pojawić żadna obca forma, zarówno graficzna jak i tekstowa, oznaczono na rysunku literą X?

- A. Pole zadruku.
- B. Pole ochronne.
- C. Pole podstawowe.
- D. Pole obszaru roboczego.



Zadanie 17.

Który typ reklamy należy zastosować w pierwszej fazie dla nowych produktów wprowadzanych na rynek?

- A. Nakłaniającą.
- B. Informacyjną.
- C. Konkurencyjną.
- D. Przypominającą.

Zadanie 18.

Którą postać będzie miał wydruk hasła reklamowego, jeżeli w modelu kolorów CMYK poszczególne parametry otrzymają wartości CMYK (0,0,100,0)?

I.	Prawie robi wielką różnicę.
II.	Prawie robi wielką różnicę.
III.	Prawie robi wielką różnicę.
IV.	Prawie robi wielką różnicę.

- A. I
- B. II
- C. III
- D. IV

Zadanie 19.



Interaktywna forma reklamy przedstawiona na rysunku, która „rozwija się” do większego rozmiaru po najechaniu na nią kursorem myszy, pozwalając na wykorzystanie dodatkowej powierzchni dla prezentacji reklamodawcy, to

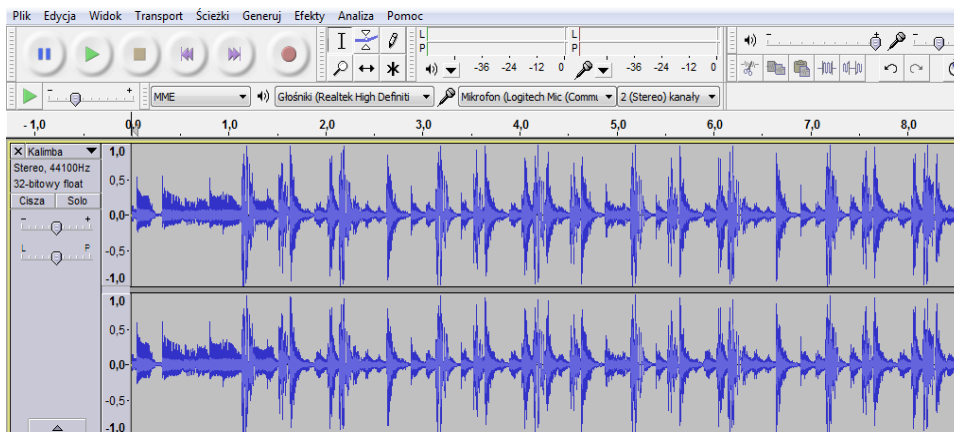
- A. navibox.
- B. toplayer.
- C. double billboard.
- D. expand billboard.

Zadanie 20.

Grafik stworzył w programie do grafiki wektorowej projekt plakatu reklamowego. Jak powinien postąpić z tekstami, aby po wysłaniu projektu do drukarni nie wystąpiły problemy związane z ich wydrukowaniem oraz bezstratnym powiększaniem?

- A. Poddać rasteryzacji.
- B. Wykonać morphing.
- C. Zamienić na krzywe.
- D. Zastosować digitalizację.

Zadanie 21.



Do czego służy program komputerowy, którego okno dialogowe przedstawiono na ilustracji?

- A. Projektowania animacji.
- B. Obróbki plików dźwiękowych.
- C. Tworzenia stron internetowych.
- D. Przygotowywania publikacji wielostronicowych.

Zadanie 22.

Którą techniką prezentacji reklamy należy się posłużyć, aby pokazać zalety i rozbudowane funkcje nowego robota kuchennego?

- A. Fantazją.
- B. Stylem życia.
- C. Kawałkiem życia.
- D. Demonstracją działania.

Zadanie 23.

Agencja reklamowa chce umieścić plakaty w wiatach przystankowych komunikacji miejskiej. Który środek reklamy powinna wybrać?

- A. Citylight.
- B. Billboard.
- C. Diapazon.
- D. Freeboard.

Zadanie 24.

Producent kawy chce zakupić w gazecie reklamę wielkości 4 modułów ogłoszeniowych i emitować ją w każdy wtorek i sobotę. Początek emisji zaplanowano na wtorek. Ile tygodni (poniedziałek-niedziela) emitowana będzie reklama, jeśli przeznaczono na nią kwotę 6 000,00 zł?

- A. 10
- B. 15
- C. 60
- D. 90

Dzień tygodnia	Cena 1 modułu ogłoszeniowego
poniedziałek-piątek	40,00 zł
sobota	60,00 zł

Zadanie 25.

Zgodnie z przepisami Ustawy o radiofonii i telewizji zabrania się lokowania produktu w

- A. filmach.
- B. audycjach dla dzieci.
- C. audycjach sportowych.
- D. programach rozrywkowych.

Zadanie 26.

Który proces uszlachetniania wyrobu papierniczego polega na oklejaniu cienkim papierem (niezadrukowanym lub zadrukowanym) papieru znacznie grubszego, tekstury falistej itp.?

- A. Bigowanie.
- B. Falcowanie.
- C. Listwowanie.
- D. Kaszerowanie.

Zadanie 27.

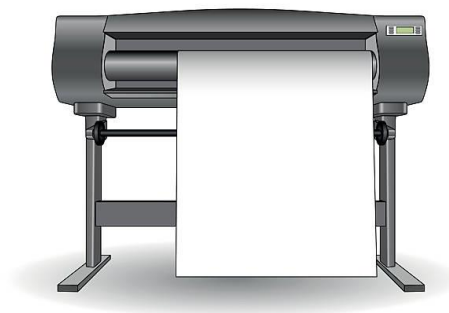
Dostosowanie się do obłych kształtów karoserii oraz do przetłoczeń czy wytłoczeń oklejonego samochodu, to cechy folii

- A. wylewanej.
- B. kasetonowej.
- C. magnetycznej.
- D. One Way Vision.

Zadanie 28.

Urządzenie peryferyjne przestawione na ilustracji, służące do pracy z dużymi płaskimi powierzchniami i używane przez grafików komputerowych, to

- A. skaner.
- B. ploter drukujący.
- C. drukarka laserowa.
- D. ploter grawerujący.



Zadanie 29.

Jaki będzie koszt użytego materiału na wydruk 5 hangerów jednostronnych o wymiarach 2 × 2,5 m na materiale blackout?

- A. 1 750,00 zł
- B. 1 625,00 zł
- C. 1 375,00 zł
- D. 1 300,00 zł

Nazwa materiału	Cena
Blockout	65,00 zł/m ²
Folia UV	52,00 zł/m ²
OWV	55,00 zł/m ²
Backlit	70,00 zł/m ²

Zadanie 30.

Którego z wymienionych narzędzi należy użyć, aby uzyskać kształt zawieszki przedstawionej na ilustracji?

- A. Rakli.
- B. Falcerki.
- C. Kalandra.
- D. Wykrojnika.

**Zadanie 31.**

Oznaczenie kolorystyki druku 4+4 oznacza projekt zadrukowany

- A. dwustronnie jednym kolorem.
- B. obustronnie w pełnej kolorystyce.
- C. jednym kolorem z jednej strony i pełną kolorystyką z drugiej strony.
- D. czterema kolorami z jednej strony i jednym kolorem z drugiej strony.

Zadanie 32.

Który rodzaj druku powinien zastosować pracownik agencji reklamowej, aby oznakować adresem strony internetowej 300 sztuk gadżetów reklamowych przedstawionych na ilustracji?

- A. Cyfrowy.
- B. Offsetowy.
- C. Solwentowy.
- D. Tamponowy.



Zadanie 33.

Na wysokość budżetu reklamowego **nie wpływa**

- A. świadomość odbiorców.
- B. faza cyklu życia produktu.
- C. sytuacja wewnętrzna firmy.
- D. częstotliwość planowanych działań reklamowych.

Zadanie 34.

Spis niezbędnych surowców do realizacji reklamy nazywa się

- A. kalkulacją ilościową.
- B. kalkulacją wartościową.
- C. zapotrzebowaniem sprzętowym.
- D. zapotrzebowaniem materiałowym.

Zadanie 35.

Koszt kampanii reklamowej wyniósł 9 000,00 zł. W wyniku trwania kampanii wartość sprzedaży produktów firmy wzrosła z 47 000,00 zł do 52 400,00 zł. Oblicz wskaźnik rentowności kampanii reklamowej.

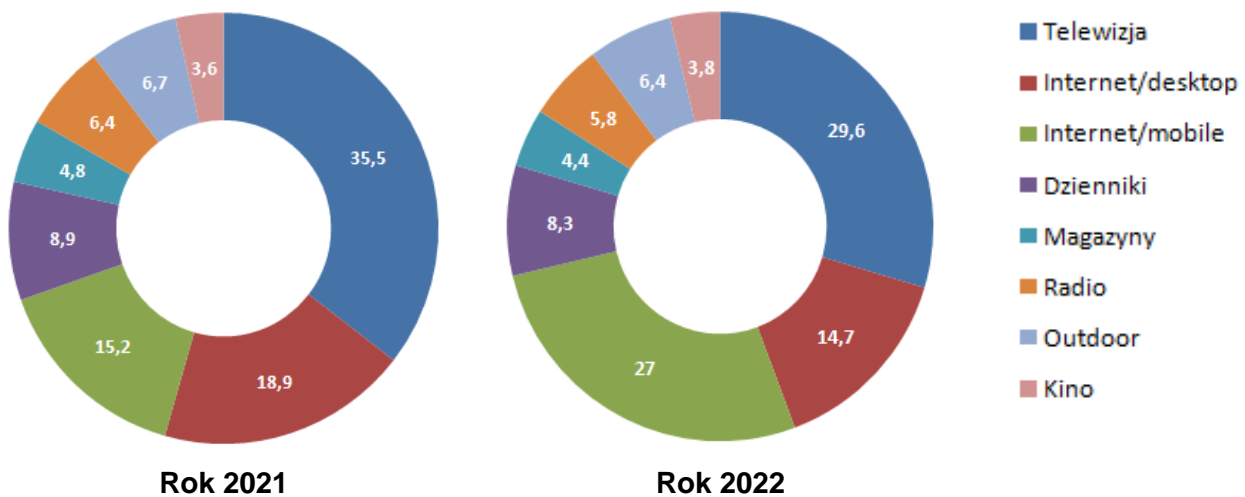
- A. -2
- B. 0,6
- C. 1,2
- D. 2

$$Rr = \frac{\text{przyrost sprzedaży wywołanej reklamą}}{\text{nakłady poniesione na reklamę}}$$

Rr - wskaźnik rentowności kampanii reklamowej.

Zadanie 36.

Udział mediów w globalnych wydatkach (w %)



Który z wniosków wyciągniętych na podstawie graficznej prezentacji wyników badania wydatków reklamowych jest prawdziwy?

- A. Najmniejszy relatywny spadek wydatków na reklamę zanotowało kino.
- B. Jedynym medium, które zanotowało wzrost wydatków na reklamę jest Internet.
- C. Udział wydatków na reklamę zewnętrzną uległ obniżeniu w stosunku do poprzedniego roku.
- D. Wydatki na reklamę w Internecie są w obydwu latach mniejsze niż wydatki na reklamę w telewizji.

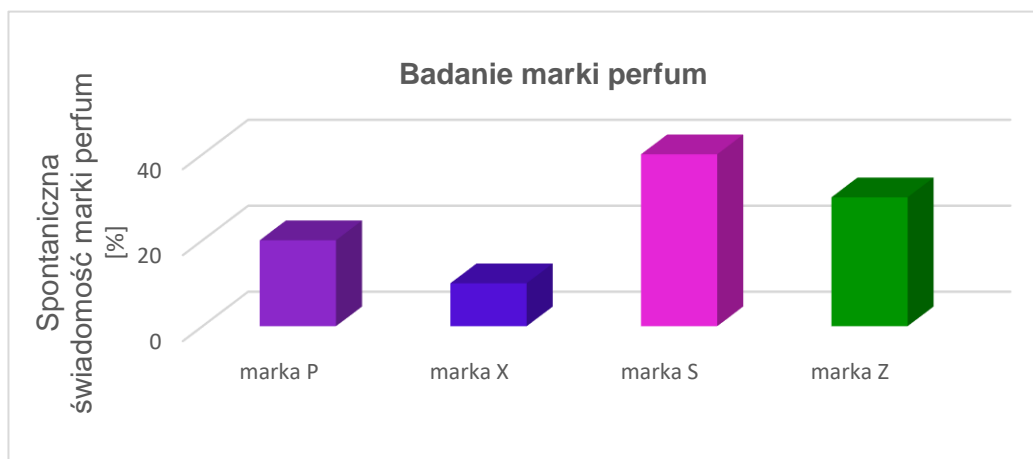
Zadanie 37.

Parametr	Wartość parametru
Koszt kampanii	160 000,00 zł
Zasięg kampanii	80%
Częstotliwość kampanii	2

Ile wynosi intensywność telewizyjnej kampanii reklamowej, której parametry scharakteryzowano w przedstawionej tabeli?

- A. 40 GRP
- B. 160 GRP
- C. 2 000 GRP
- D. 128 000 GRP

Zadanie 38.

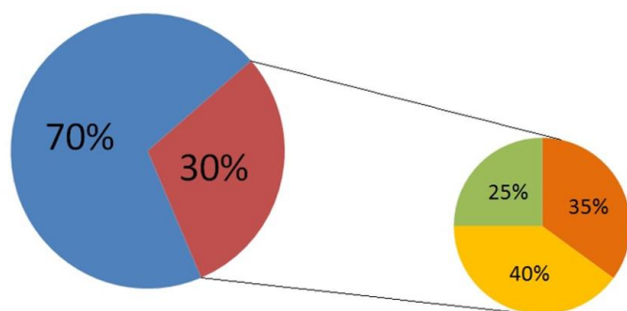


Podczas badania internetowego zmierzono spontaniczną świadomość marki perfum. Którą informację można odczytać z wykresu?

- A. Marka Z ma średni zasięg.
- B. Marka P ma przystępną cenę.
- C. Marka S jest najbardziej rozpoznawalna.
- D. Marka X odnotowała najniższą sprzedaż.

Zadanie 39.

Skuteczność reklamy kosmetyków dla kobiet marki KLEOPATRA



Czy w przeciągu ostatniego miesiąca widziała Pani reklamę kosmetyków marki KLEOPATRA?

- NIE
- TAK

Jeśli TAK, reklamę którego produktu Pani widziała?

- Kremu
- Szamponu
- Balsamu

Na podstawie zamieszczonego wykresu określ, ile osób widziało reklamę balsamu przy założeniu, że badaniami objęto grupę 1000 respondentów.

- A. 75 osób.
- B. 105 osób.
- C. 120 osób.
- D. 300 osób.

Zadanie 40.

Pracownik agencji reklamowej obsługujący ploter tnący został porażony prądem. Którą czynność należy wykonać w pierwszej kolejności?

- A. Wezwać przełożonego.
- B. Odłączyć dopływ prądu.
- C. Wezwać pogotowie ratunkowe.
- D. Ułożyć poszkodowanego w pozycji bezpiecznej.