

Nazwa kwalifikacji: **Sprzedaż produktów i usług reklamowych**
Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**
Wersja arkusza: **X**

A.26-X-16.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2016
CZĘŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 9 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.

Wyników badań jakościowych o wyrazach przychodzących na myśl respondentom, gdy słyszą nazwę marki, należy poszukiwać w raportach

- A. z ankiet.
- B. z obserwacji.
- C. z wizualizacji.
- D. ze skojarzeń słownych.

Zadanie 2.

Do rozpoznania czynników kulturowych mających wpływ na decyzje zakupowe niezbędna jest analiza danych

- A. o zawodach nabywców.
- B. o wieku i etapie życia nabywców.
- C. o sytuacji ekonomicznej nabywców.
- D. o środowisku, w którym funkcjonują nabywcy.

Zadanie 3.

Informacji o odrębnych fazach historii sprzedaży i dynamiki konkurencyjnej produktu dostarcza analiza

- A. cyklu życia produktu.
- B. stanu koniunktury rynku.
- C. systemu dystrybucji firmy.
- D. perspektyw rozwojowych produktu.

Zadanie 4.

Pracownik agencji reklamowej przygotowując analizę SWOT umieścił w niej informacje o zewnętrznych czynnikach pozytywnych, określanych jako

- A. threats.
- B. strengths.
- C. weaknesses.
- D. opportunities.

Zadanie 5.

Firmie sprzedającej prestiżowe samochody, której zależy na indywidualnej współpracy z dystrybutorem w granicach przestrzennie wyodrębnionego rynku, należy zaproponować strategię dystrybucji

- A. masowej.
- B. selektywnej.
- C. intensywnej.
- D. ekskluzywnej.

Zadanie 6.

Oferta zaspokajająca potrzeby klienta i jednocześnie gwarantująca mu satysfakcję z dokonanego zakupu jest zbiorem

- A. walorów estetycznych.
- B. wartości cenowych.
- C. użyteczności.
- D. możliwości.

Zadanie 7.

Realizacja określonej funkcji w przedsiębiorstwie, której celem są działania kontrolne, dostarczające informacji o wielkości sprzedaży, kosztów i zysków dotyczy

- A. badań.
- B. zakupów.
- C. produkcji.
- D. księgowości.

Zadanie 8.

Przy tworzeniu oferty handlowej na reklamę telewizyjną należy uwzględnić wewnętrzne uwarunkowania procesu zakupu, na które składają się

- A. opinie liderów.
- B. dochody klientów.
- C. motywy działania nabywców.
- D. ceny produktów konkurencyjnych.

Zadanie 9.

Firma usługowa przygotowuje ofertę handlową. Element identyfikujący firmę w ofercie to

- A. data.
- B. nazwa miejscowości.
- C. logo firmy oferenta.
- D. imię i nazwisko osoby, do której kierowana jest oferta.

Zadanie 10.

Na podstawie danych przedstawionych w tabeli skalkuluj, która cena produktu zapewni największy zysk.

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

Cena w zł	Popyt w szt.	Dochód w zł	Koszty stałe w zł	Koszty zmienne w zł	Koszty całkowite w zł
15	70 000	1 050 000	300 000	700 000	1 000 000
20	60 000	1 200 000	300 000	600 000	900 000
25	35 000	875 000	300 000	350 000	650 000
30	40 000	1 200 000	300 000	650 000	950 000

Zadanie 11.

Standardowa stawka dodana do kosztu produktu przy ustalaniu ceny produktu reklamowego nazywa się

- A. marżą.
- B. rabatem.
- C. bonifikatą.
- D. dyskontem.

Zadanie 12.

Cena netto dla hurtownika wynosi 2 000 zł, a marża 100 zł. Cena hurtowa netto dla detalisty wynosi 2 100 zł, a marża 500 zł. Jaka będzie wysokość ceny detalicznej netto?

- A. 1 900 zł
- B. 2 000 zł
- C. 2 100 zł
- D. 2 600 zł

Zadanie 13.

Usługę wykonania muralu należy zakwalifikować do cennika reklamy

- A. radiowej.
- B. prasowej.
- C. zewnętrznej.
- D. telewizyjnej.

Zadanie 14.

Wykonanie reklamy z grafiką zajmującą cały tył autobusu włącznie z szybą należy umieścić w cenniku pod pozycją

- A. Back.
- B. Fullback.
- C. Busboard.
- D. Dualbusboard.

Zadanie 15.

W cenniku reklam prasowych zamieszczone jest określenie *junior page*. Jest ono związane

- A. z formatem reklamy.
- B. z formatem papieru.
- C. z rodzajem papieru.
- D. z kolorystyką reklamy.

Zadanie 16.

Skład wielostronicowej publikacji reklamowej wykonuje się z zastosowaniem programu

- A. Fireworks.
- B. InDesign.
- C. Photoshop.
- D. Dreamweaver.

Zadanie 17.

Pierwszym krokiem przy projektowaniu bazy danych jest

- A. stosowanie reguł normalizacji.
- B. dostęp do aktualnych i dokładnych informacji.
- C. określenie celu, któremu ma służyć baza danych.
- D. wyszukiwanie i organizowanie potrzebnych informacji.

Zadanie 18.

Wydobycie z bazy danych użytecznych informacji, w celu ich późniejszego przekształcenia i uzyskania wyników, nazywa się

- A. wymianą danych.
- B. konwersją danych.
- C. przetwarzaniem danych.
- D. porządkowaniem danych.

Zadanie 19.

Baza danych o rynku instytucjonalnym **nie zawiera** informacji

- A. o wyższych uczelniach.
- B. o instytucjach publicznych.
- C. o klientach indywidualnych.
- D. o pośrednikach handlowych.

Zadanie 20.

Wybranie przez firmę pewnej liczby segmentów rynku, które są dla niej atrakcyjne i zgodne z jej zasobami oraz skoncentrowanie odmiennej strategii marketingowej i produktowej na każdym z nich, nazywa się specjalizacją

- A. rynkową.
- B. selektywną.
- C. produktową.
- D. jednosegmentową.

Zadanie 21.

Firma, która **nie ma** własnych, wyróżniających się dziedzin, imituje technologie, wzory produkcji oraz strategię biznesu liderów rynkowych stosuje strategię

- A. naśladowcy.
- B. specjalizacji.
- C. dyferencjacji.
- D. dywersyfikacji.

Zadanie 22.

Zachowania konsumenta, umożliwiające mu osiągnięcie największej satysfakcji, najczęściej związanej z zakupem maksymalnie dużej liczby produktów przy danym dochodzie to zachowania

- A. racjonalne.
- B. zamierzone.
- C. dobrowolne.
- D. irracjonalne.

Zadanie 23.

Klient, który uważa, że w innym punkcie kupi lepszy, tańszy towar i zostanie lepiej obsłużony, jest klientem

- A. niecierpliwym.
- B. słuchowcem.
- C. wzrokowcem.
- D. nieufnym.

Zadanie 24.

Standardem rozmowy sprzedażowej jest

- A. forma słowna powitania klienta.
- B. wyszukane słownictwo sprzedawcy.
- C. szybkie tempo przedstawiania oferty.
- D. natychmiastowe dążenie do zamknięcia sprzedaży.

Zadanie 25.

W trakcie przedstawiania oferty handlowej zaprezentowano działanie produktu i poddano go testowi jakości. Wykorzystano więc technikę prezentacji określaną jako

- A. gra słów.
- B. demonstracja.
- C. rekomendacja.
- D. dowód naukowy.

Zadanie 26.

W prezentacji oferty sprzedaży wykorzystano cykl życia produktu. Dla której jego fazy charakterystyczne jest przechodzenie na komunikację zorientowaną na preferencje i lojalność?

- A. Spadku.
- B. Wzrostu.
- C. Dojrzałości.
- D. Wprowadzenia.

Zadanie 27.

Chcąc wyjść naprzeciw wymaganiom każdego klienta poprzez dostosowanie produktów, cen, promocji i dystrybucji do indywidualnych potrzeb, należy zastosować strategię

- A. kreacji.
- B. kodyfikacji.
- C. modyfikacji.
- D. personalizacji.

Zadanie 28.

Miarą dobrej obsługi klienta jest

- A. cena.
- B. usługa dodatkowa.
- C. zadowolenie klienta.
- D. dysonans pozakupowy.

Zadanie 29.

Które badanie marketingowe polega na wywołaniu określonego zjawiska i badaniu go w kontrolowanych warunkach?

- A. Eksperyment.
- B. Obserwacja.
- C. Wywiad.
- D. Test.

Zadanie 30.

Pracownik agencji reklamowej realizuje zlecenie na reklamę internetową, w formie animacji o dowolnym kształcie, która będzie pojawiać się nad oglądaną stroną na tzw. „przeźroczystej warstwie”. Tę formę reklamy określa się jako

- A. Pop – Up.
- B. Top Layer.
- C. Square Button.
- D. Expand Billboard.

Zadanie 31.

Copywriter otrzymał zamówienie od firmy medycznej na przygotowanie przekazu reklamowego skierowanego do lekarzy. Który styl powinien zastosować w przekazie?

- A. Potoczny.
- B. Publiczny.
- C. Naukowy.
- D. Dziennikarski.

Zadanie 32.

Cechy negocjacji **nie stanowi**

- A. brak kwestii spornych.
- B. sprzeczność interesów stron.
- C. chęć osiągnięcia porozumienia.
- D. zaangażowanie co najmniej dwóch stron.

Zadanie 33.

Najmniej efektywne podejście do negocjacji, u którego podstaw leży przekonanie, że drugą stronę charakteryzują wady i nieuczciwe postępowanie, jest strategią typu

- A. współpraca.
- B. przełamanie oporów.
- C. wygrana – przegrana.
- D. przegrana – przegrana.

Zadanie 34.

Jak nazywa się przedstawienie i ocena sytuacji negocjacyjnej w sposób zgodny ze stanem faktycznym, niezależnie od własnych opinii, uczuć i interesów?

- A. Altruizm.
- B. Obiektywizm.
- C. Egocentryzm.
- D. Subiektywizm.

Zadanie 35.

Jeżeli sprzedaż jest rejestrowana przez kasę fiskalną, to wydrukowany paragon powinien zostać wręczony

- A. każdemu kupującemu.
- B. klientom, którzy o to poproszą.
- C. klientom, których zakup wyniesie powyżej 10 zł.
- D. kupującym uprawnionym do rabatu przy zakupie.

Zadanie 36.

Stwierdzenie przez sprzedawcę pomyłki w cenie, stawce, kwocie podatku lub w jakiegokolwiek innej pozycji faktury wiąże się z wystawieniem

- A. noty korygującej.
- B. noty obciążeniowej.
- C. faktury korygującej.
- D. polecenia księgowania.

Zadanie 37.

Dokumentem określającym istotne warunki przyszłej umowy kupna-sprzedaży tonerów do drukarki jest

- A. oferta handlowa.
- B. list przewodni.
- C. cennik.
- D. brief.

Zadanie 38.

Pracownik działu reklamy lokalnej rozgłośni radiowej przygotowuje cennik kampanii reklamowej. Dokumentem stanowiącym podstawę wyceny, który zawiera przykładowe rozmieszczenie spotów, jest

- A. media plan.
- B. story board.
- C. brief reklamowy.
- D. proof of concept.

Zadanie 39.

System *Customer Relationship Management* jest aplikacją komputerową, pozwalającą na zarządzanie

- A. zapasami.
- B. produkcją.
- C. zasobami ludzkimi.
- D. relacjami z klientami.

Zadanie 40.

Które rozszerzenie posiadają pliki graficzne?

- A. .txt
- B. .vbs
- C. .wav
- D. .bmp