

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

A.26-X-18.06Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2018
CZEŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 14 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.

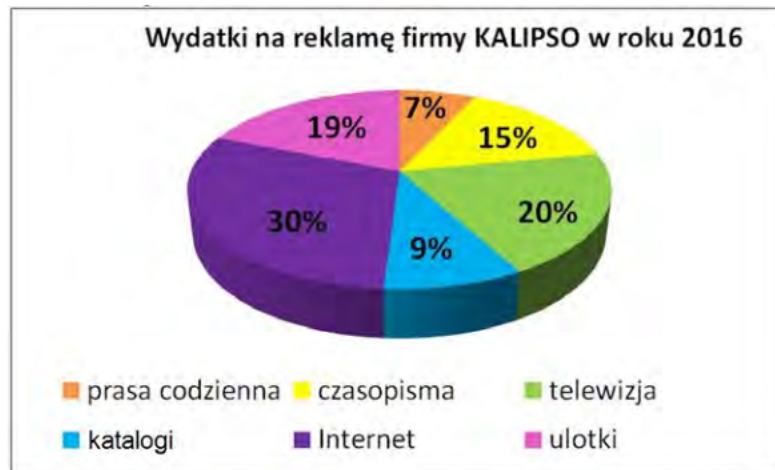
⊙ ■	B	C	■
-----	---	---	---

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.

Jaką część wydatków na reklamę Firma Produkcyjna KALIPSO przeznaczyła w roku 2016 na reklamę multimedialną?

- A. 9%
- B. 20%
- C. 50%
- D. 59%

Zadanie 2.

Udział w rynku plakatów reklamowych, oferowanych przez Agencję reklamową X jest niski, ale tempo wzrostu sprzedaży jest wysokie. Które pole w macierzy BCG opisuje sytuację tego produktu?

- A. Psy.
- B. Gwiazdy.
- C. Dojne krowy.
- D. Trudne dzieci.

Zadanie 3.

W której analizie brane są pod uwagę czynniki polityczno-prawne, ekonomiczne, społeczne i technologiczne?

- A. PEST
- B. SWOT
- C. Przypadków.
- D. 5-ciu Sił Portera.

Zadanie 4.

W którym rodzaju dystrybucji wykorzystywana jest ograniczona liczba pośredników, celowo wybranych tak, aby zapewnić dobre warunki sprzedaży produktów w punktach sprzedaży?

- A. Intensywnej.
- B. Selektywnej.
- C. Przestrzennej.
- D. Bezpośredniej.

Zadanie 5.

Firma Fonika zamieszczając swój logotyp na koszulce sportowca zastosowała

- A. mecenat.
- B. product placement.
- C. sponsoring imienny.
- D. sponsoring emblematowy.

Zadanie 6.



Marka indywidualna



Marka rodzinna

Która strategia została zastosowana przy tworzeniu marki rodzinnej pokazanej na rysunku?

- A. Strip marki.
- B. Marka liniowa.
- C. Pogłębianie marki.
- D. Rozciąganie marki.

Zadanie 7.

Który z podanych fragmentów reklam prasowych wskazuje na korzyść i obiecuje zwiększenie siły nabywczej klienta?

- A. **Jesteśmy z Wami już 10 lat!**
- B. **Podróże to nasza pasja - jedź z nami na wycieczkę.**
- C. **Wykonujemy projekty na indywidualne zamówienia**
- D. **Przyjdź do nas - tylko dzisiaj niższe ceny!**

Zadanie 8.

Który rodzaj reklamy umieszczono na dachu kiosku?

- A. Strip.
- B. Billboard.
- C. Diapazon.
- D. Sandwich.

**Zadanie 9.**

Na którym etapie współpracy z kupującym agencja reklamowa przygotowuje ofertę sprzedażową?

- A. Planowania realizacji zlecenia.
- B. Tworzenia kampanii promocyjnej.
- C. Zakończenia kampanii promocyjnej.
- D. Wystawiania faktury za wykonaną usługę.

Zadanie 10.

Przedsiębiorstwo produkcyjno-handlowe działa na terenie 30-tysięcznego miasta. Które z wymienionych działań promocyjnych powinna mu zaproponować agencja reklamowa, aby wykreować pozytywny wizerunek wśród lokalnej społeczności?

- A. Poszerzenie asortymentu.
- B. Obniżenie cen produktów.
- C. Zorganizowanie Dni Otwartych.
- D. Reklamę w telewizji ogólnopolskiej.

Zadanie 11.

Który z pokazanych na rysunkach materiałów reklamowych należy zaproponować klientowi w ramach *point of sale*?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 12.

Którą z wymienionych reklam powinna zaproponować agencja klientowi, któremu zależy na globalnym zasięgu oddziaływania, profilowaniu odbiorców i interaktywności?

- A. Kinową.
- B. Prasową.
- C. Internetową.
- D. Outdoorową.

Zadanie 13.

Oblicz koszt jednostkowy ulotki na podstawie załączonych danych.

- A. 0,75 zł
- B. 1,25 zł
- C. 1,48 zł
- D. 2,00 zł

Liczba sztuk w partii: 440

Koszty:

- projekt - 230,00 zł
- przygotowanie do druku - 100,00 zł (za partię do 500 szt.)
- wydruk - 1,25 zł/szt.

Zadanie 14.

Koszt wytworzenia wyrobu wynosi 30,00 zł, marża jest równa 40%. Ile wynosi cena sprzedaży, jeżeli marża jest liczona metodą „w stu”, czyli stanowi 40% ceny sprzedaży?

- A. 12,00 zł
- B. 18,00 zł
- C. 42,00 zł
- D. 50,00 zł

Zadanie 15.

Cena brutto kubka reklamowego wraz z nadrukiem wynosi 9,84 zł. Ile wynosi cena netto tego kubka, jeżeli stawka podatku VAT wynosi 23%?

- A. 7,58 zł
- B. 8,00 zł
- C. 9,00 zł
- D. 12,10 zł

Zadanie 16.

Koszt wyprodukowania plakatu o formacie A4 to 2,00 zł, planowany zysk przedsiębiorstwa to 5% poniesionych kosztów. Ile wyniesie cena zbytu netto?

- A. 1,90 zł
- B. 2,10 zł
- C. 2,20 zł
- D. 3,00 zł

Zadanie 17.

Na podstawie cennika koszulek reklamowych wskaż, który model koszulki jest najtańszy przy zamówieniu 50 szt.

- A. M21
- B. M22
- C. M23
- D. M24

Cennik koszulek reklamowych		
typ koszulki reklamowej	liczba sztuk	cena jednostkowa netto, zł
M21	do 100	30,00
	powyżej 100	26,00
M22	do 30	24,00
	powyżej 30	22,00
M23	do 1 000	25,00
	powyżej 1 000	15,00
M24	do 50	25,00
	powyżej 50	20,00

Zadanie 18.**Cennik czasu antenowego w stacji LokalRadio**

dni emisji	pasma godzinowe emisji						
	6÷8	8÷12	12÷15	15÷18	18÷20	20÷22	22÷6
poniedziałek - piątek	89,00	108,00	114,00	100,00	54,00	35,00	20,00
sobota - niedziela	52,00	69,00	74,00	45,00	37,00	45,00	20,00
Ceny podane w tabeli dotyczą jednej emisji, jednego 20'' spotu w wybranym czasie, zł							

Jaki koszt poniesie klient agencji zamawiający 10 spotów, nadawanych w weekend w stacji LokalRadio w godzinach 20÷22 i korzystający z 10% rabatu agencyjnego?

- A. 315,00 zł
- B. 350,00 zł
- C. 405,00 zł
- D. 450,00 zł

Zadanie 19.

Która z wymienionych relacji biznesowych w zakresie pozyskiwania nowych klientów dotyczy bazy danych typu B2B?

- A. Firma medyczna – firmy farmaceutyczne.
- B. Firma reklamowa – praktykanci/uczniowie.
- C. Firma kosmetyczna – klientki indywidualne.
- D. Firma ubezpieczeniowa – prywatni ubezpieczyciele samochodów.

Zadanie 20.

Która z wymienionych czynności powinna być wykonana jako pierwsza przy projektowaniu baz danych?

- A. Zaprojektowanie systemu szybkiego wyszukiwania.
- B. Stworzenie algorytmu wyszukiwania i filtrowania danych.
- C. Określenie szczegółowego celu, jakiemu ma służyć baza danych.
- D. Podpisanie umowy z pracownikiem agencji na opracowanie bazy.

Zadanie 21.

Identyfikator	nazwa firmy	miestowosc	adres	kod pocztowy	osoba do kontaktów	telefon	mail
5	Vega	Gdynia	ul. Dolna 25	40-119	Tomczak Grzegorz	555-555-555	vega@gmail.com
2	Star-mix	Katowice	ul. Prądnicka 4	30-002	Sikora Paweł	754-654-951	starmix@gmail.com
1	Max-car	Katowice	ul. Jagodowa 2	40-625	Wiśniewski Piotr	654-951-369	wisniewski@maxcar.pl
4	Mega	Kraków	ul. Hortensji 15	40-748	Kowalski Jan	789-789-789	jkowalski@wp.pl
3	Glamour	Kraków	ul. Smocza 3	01-034	Nowak Jan	365-159-354	fryzjer@gmail.com
6	Blach-dom	Wadowice	ul. Krakowska 5	30-003	Piątek Jakub	321-654-987	blacdom@onet.pl
*	(Nowy)						

Jakie kryterium sortowania zastosowano w bazie danych, której fragment przedstawiono na rysunku?

- A. Rosnąco wg nazwy firmy.
- B. Malejąco wg nazwy firmy.
- C. Rosnąco wg miejscowości.
- D. Malejąco wg miejscowości.

Zadanie 22.

Klienci nabywający produkty jako pierwsi we wczesnej fazie ich wprowadzania na rynek to

- A. maruderzy.
- B. naśladowcy.
- C. innowatorzy.
- D. wczesna większość.

Zadanie 23.

Jaki typ temperamentu posiada klient o cechach lidera, poszukujący praktycznych rozwiązań i koncentrujący się na wyznaczonym celu?

- A. Choleryczny.
- B. Flegmatyczny.
- C. Sangwiniyczny.
- D. Melancholiczny.

Zadanie 24.

Który z wymienionych sposobów przekazywania informacji jest elementem skutecznej komunikacji werbalnej?

- A. Gest.
- B. Dotyk.
- C. Mimika twarzy.
- D. Wypowiedź ustna.

Zadanie 25.

Pracownik: *Ile wynosi Wasza roczna sprzedaż?*
Klient: *Wartościowo ok. 2 miliony złotych.*
Pracownik: *Jakie macie plany sprzedażowe na najbliższe 3 lata?*
Klient: *Chcemy zwiększyć obrót o 10%.*
Pracownik: *Ilu macie konkurentów?*
Klient: *3, ale bardzo mocnych.*

Który etap rozmowy sprzedażowej prezentuje załączony fragment dialogu pomiędzy pracownikiem agencji reklamowej a klientem?

- A. Analizę potrzeb.
- B. Budowanie relacji.
- C. Prezentację produktu.
- D. Zamknięcie sprzedaży.

Zadanie 26.

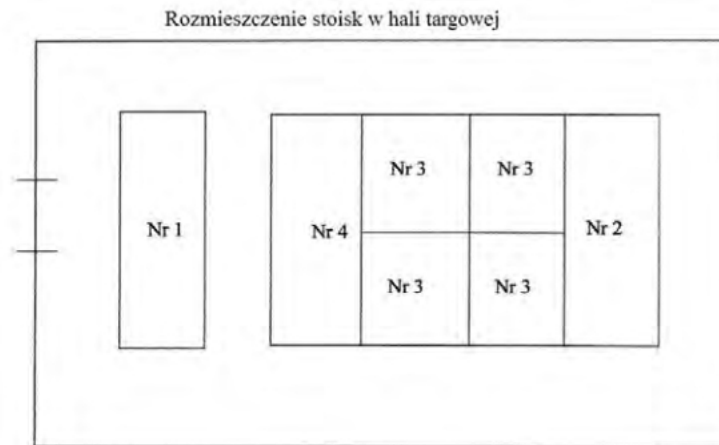
Dysonansem pozakupowym w procesie postępowania konsumenta na rynku związanym z zakupem nazywa się

- A. negatywny stan emocjonalny wywołany niezadowoleniem z zakupu.
- B. pozytywny stan emocjonalny wywołany zadowoleniem z zakupu.
- C. neutralny stan emocjonalny wywołany zakupem.
- D. stan uświadomienia sobie potrzeb.

Zadanie 27.

Agencja reklamowa wprowadza na rynek nowe produkty po zawyżonych cenach. Po pewnym czasie planuje stopniowe obniżanie cen. Którą strategię cenową stosuje agencja?

- A. Penetracji.
- B. Prestiżową.
- C. Selektywną.
- D. Zbierania śmietanki.

Zadanie 28.

Które ze stoisk, pokazanych na rysunku stwarza najwięcej ograniczeń ekspozycyjnych i jest najmniej atrakcyjne do zaaranżowania przestrzeni?

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

Zadanie 29.

Na podstawie załączonej tabeli określ, jakiego rodzaju rabat stosuje agencja reklamowa.

- A. Ilościowy.
- B. Handlowy.
- C. Sezonowy.
- D. Gotówkowy.

termin emisji reklamy	Cena emisji jednego spotu, zł	
	zasięg - lokalnie	zasięg - cały region
1.01÷15.03	200,00	200,00
16.03÷31.03	350,00	350,00
1.04÷30.06	200,00	200,00
1.07÷31.08	150,00	150,00
1.09÷30.11	200,00	200,00
1.12÷31.12	350,00	350,00
ceny obowiązują przy zakupie 10 spotów		

Zadanie 30.

Jaki typ reklamy powinien być zaoferowany klientowi, producentowi napojów chłodzących, który chce reklamować swoje produkty w telewizji przez cały rok oraz zintensyfikować reklamę latem?

- A. Ciągłą.
- B. Skokową.
- C. Sezonową.
- D. Pulsacyjną.

Zadanie 31.

Wdrożenie sposobu postępowania BATNA podczas negocjacji polega na

- A. zastosowaniu programu ustępstw wobec przeciwnika negocjacji.
- B. przedstawieniu wyników badań potwierdzających argumenty negocjacji.
- C. negowaniu każdej propozycji strony przeciwnej, bez wsłuchiwania się w argumenty.
- D. przyjęciu rozwiązania alternatywnego, zapewniającego powodzenie stronie negocjującej bez porozumienia z drugą stroną.

Zadanie 32.

Klient: *Nie jestem zainteresowany reklamą telewizyjną. Ostatnia kampania była bardzo droga i nie przyniosła oczekiwanego rezultatu.*

Sprzedawca: *Proszę poprawić mnie jeśli się mylę: interesują Pana tańsze sposoby dotarcia do klienta?*

W przedstawionym fragmencie rozmowy sprzedażowej sprzedawca zastosował

- A. parafrazę.
- B. klaryfikację.
- C. precyzowanie.
- D. odzwierciedlenie.

Zadanie 33.

Umowa kupna sprzedaży	
zawarta w dniu 21 grudnia 2016 r. pomiędzy Agencją reklamową KROKUS z siedzibą w Warszawie, ul. Kangurza 125, reprezentowaną przez właścicielkę Katarzynę Morską, zwaną dalej sprzedającym	
a	
Firmą produkcyjną „GAMA” z siedzibą w Warszawie, ul. Podespolska 45, reprezentowaną przez Mikołaja Majewskiego, zwanym dalej kupującym.	
§ 1	
Podstawą zawarcia umowy jest zamówienie z dnia 15 listopada 2016 r.	
§ 2	
Przedmiotem umowy jest sprzedaż Wyświetlacza LED - Tablica ledowa 32x192.	
§ 3	
Cena towaru, którego dotyczy niniejsza umowa wynosi 2 500,00 zł brutto.	
§ 4	
Towar zostanie wydany i dostarczony Kupującemu na koszt Sprzedającego. Sprzedający dostarczy towar Kupującemu w ciągu 3 dni od dnia otrzymania zapłaty.	
§ 5	
Kupujący zobowiązuje się zapłacić za towar do dnia 28 grudnia 2016 r.	
§ 6	
W sprawach nieuregulowanych tą umową stosuje się odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.	
§ 7	
Niniejszą umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.	
Kupujący <i>Katarzyna Morska</i>	Sprzedający <i>Mikołaj Majewski</i>

Jaki błąd popełniono w załączonej umowie kupna sprzedaży?

- A. Błędne podpisy stron umowy.
- B. Brak określenia warunków dostawy.
- C. Brak określenia warunków płatności.
- D. Błędne powołanie się na przepisy k.c.

Zadanie 34.

Prezentując ofertę sprzedażową pracownik agencji powinien być przyjaźnie nastawiony do klienta. Którą z pokazanych na rysunkach postaw powinien przyjąć?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 35.

SPRZEDAWCA		Faktura				Miejscowość: Olsztyn								
Firma Metropol Adres: 10-234 Olsztyn, ul. Bydgoska 134 NIP: 364-24-76-146		Nr 12/2014				Data wystawienia faktury: 15.01.2014 Dzień, miesiąc i rok dokonania sprzedaży (zaliczki): 15.01.2014								
KUPUJĄCY		Firma (imie i nazwisko): PHU Wikonia adres: ul. Mysłowska 183, 11-273 Olsztyn NIP: 765-384-23-42												
Lp.	Nazwa towaru lub usługi	PKWiU	Symb. j.m.	Ilość	Cena jednostkowa bez podatku		Wartość towaru (usługi) bez podatku		Stawka podatku %	Kwota podatku		Wartość towaru (usługi) z podatkiem		
					zł	gr	zł	gr		zł	gr	zł	gr	
1	Projekt strony internetowej		szt.	1	2700	00	2700	00	23	621	00	3321	00	
	Ulotki reklamowe		szt.	100	1	00	100	00	23	23	00	123	00	
Sposób zapłaty: przelew Termin zapłaty: 14 dni					Zestawienie sprzedaży wg stawek podatku		2800 00		23	644 00		3444 00		
W banku:										8				
Nr konta: 36 7200 0018 2300 0012 0034 0011										5				
Do zapłaty: 3321 zł 00 gr										0				
Słownie zł/gr: trzy tysiące trzysta dwadzieścia jeden 00/100										ZW.				
					RAZEM		2800 00			644 00		3321 00		
Robert Szymowski Podpis osoby upoważnionej do otrzymania faktury					Anna Wikowska Podpis osoby wystawiającej fakturę									

Który dokument należy wystawić, jeśli zauważono na fakturze błędy zaznaczone na rysunku na czerwono?

- Rachunek.
- Notę korygującą.
- Fakturę korygującą.
- Rachunek uproszczony.

Zadanie 36.

Który dokument przedstawiono na załączonym rysunku?

- A. Fakturę VAT.
- B. Notę korygującą.
- C. Ofertę handlową.
- D. Fakturę korygującą.

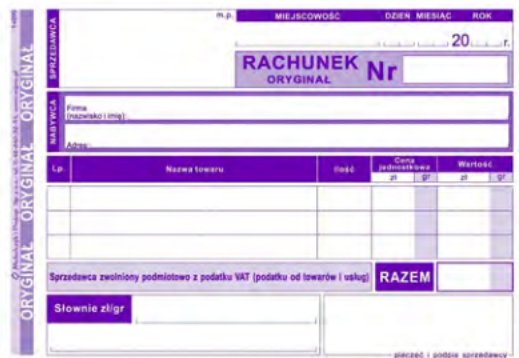
nr 1/2016	Warszawa, 22.02.2016 r. <i>miejsowość, data wystawienia</i>
Dotyczy – dostawy towarów/wykonanie usługi z 16 lutego 2016 r. według faktury/faktury korygującej nr 525/2016/A z 16 lutego 2016 r.	
NABYWCA (WYSTAWCA) Imię i nazwisko (<i>nazwa</i>) PHU „KOK” Jan Kos Adres: ul. Jasna 12/25/11 00-013 Warszawa NIP 646-25-45-547	SPRZEDAWCA Imię i nazwisko (<i>nazwa</i>) ZPH „Albin” Albin Rajski Adres: ul. Mokotowska 11A 02-904 Warszawa NIP 956-56-54-715
Wskazanie treści korygowanej w pozycji: NIP 636-25-45-540	Wskazanie treści prawidłowej w pozycji: NIP 646-25-45-547
Jan Kos <i>czytelny podpis osoby wystawiającej notę korygującą</i>	Albin Rajski <i>czytelny podpis podatnika akceptującego zmiany</i>

Zadanie 37.

Który dokument potwierdzający sprzedaż materiałów reklamowych powinna wystawić agencja reklamowa klientowi będącemu czynnym podatnikiem VAT?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 38.

Który z wymienionych dokumentów zawiera propozycję sprzedaży produktów reklamowych oraz określa istotne warunki przyszłej umowy kupna–sprzedaży?

- A. Umowa o dzieło.
- B. Umowa zlecenie.
- C. Oferta handlowa.
- D. Zapytanie ofertowe.

Zadanie 39.

Plik zapisany w programie tekstowym, często wykorzystywanym do tworzenia ofert sprzedażowych, prostym w edycji, stosowanym w biurach agencji reklamowych, ma rozszerzenie

- A. .pdf
- B. .pptx
- C. .docx
- D. .jpeg

Zadanie 40.

Który z wymienionych programów pakietu Microsoft Office jest najbardziej przydatny do wykonywania obliczeń rachunkowych oraz tworzenia wykresów?

- A. Excel
- B. Word
- C. Access
- D. Power Point