

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

A.26-X-18.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2018
CZĘŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

- Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 13 stron. Ewentualny brak stron lub inne usterki zgłoś przewodniczącemu zespołu nadzorującego.
- 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.
- Arkusze egzaminacyjny zawiera test składający się z 40 zadań.
- Za każde poprawnie rozwiązane zadanie możesz uzyskać 1 punkt.
- Aby zdać część pisemną egzaminu musisz uzyskać co najmniej 20 punktów.
- Czytaj uważnie wszystkie zadania.
- Rozwiązania zaznaczaj na KARCIE ODPOWIEDZI długopisem lub piórem z czarnym tuszem/atramentem.
- Do każdego zadania podane są cztery możliwe odpowiedzi: A, B, C, D. Odpowiada im następujący układ krerek w KARCIE ODPOWIEDZI:

A	B	C	D
---	---	---	---

- Tylko jedna odpowiedź jest poprawna.
- Wybierz właściwą odpowiedź i zamaluj kratkę z odpowiadającą jej literą – np., gdy wybrałeś odpowiedź „A”:

<input checked="" type="checkbox"/>	B	C	D
-------------------------------------	---	---	---

- 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"/>
-------------------------------------	---	---	-------------------------------------

- 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 z wymienionych opracowań jest wtórnym źródłem informacji marketingowych?

- A. Ankieta.
- B. Wywiad bezpośredni.
- C. Rocznik statystyczny GUS.
- D. Film z obserwacji jednostki poddanej badaniu.

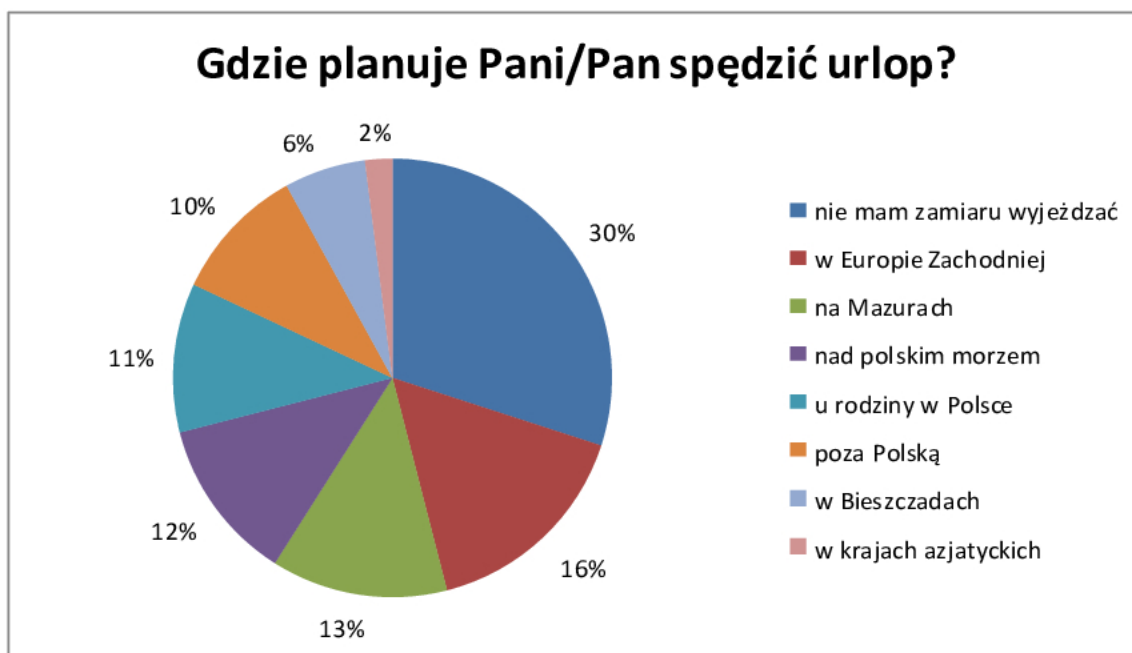
Zadanie 2.

Którą technikę badań zastosowano w ankiecie, której fragment zamieszczono w ramce?

- A. Kolaż.
- B. Uzupełnianie.
- C. Chiński portret.
- D. Skojarzenia słowne.

Formularz ankiety z firmy produkującej ekskluzywną biżuterię damską
Odpowiedź zaznacz X
 Pytanie:
 Co Pani przychodzi na myśl, gdy rozmawia Pani o ekskluzywnej biżuterii dla kobiet?

- Diamenty
- Złoto
- Luksus

Zadanie 3.

Agencja reklamowa ma przeprowadzić kampanię reklamową, skierowaną do klientów ogólnopolskiego biura podróży, zamierzających spędzić urlop za granicą. Na podstawie załączonych wyników badań marketingowych określ, jaki procent ankietowanych będzie stanowiło odbiorców tej reklamy.

- A. 10%
- B. 16%
- C. 28%
- D. 30%

Zadanie 4.

Którą strategię dystrybucji powinien wybrać producent sprzętu AGD z tzw. średniej półki cenowej?

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

Zadanie 5.

Którą formę reklamy zewnętrznej przedstawiono na rysunku?

- A. Strip.
- B. K-board.
- C. Citylight.
- D. Diapazon.



Zadanie 6.

Który materiał POS, przeznaczony do przyklejania do regałów sklepowych za pomocą przezroczystego ramienia, przedstawiono na rysunku?

- A. Stand.
- B. Roll-up.
- C. Hanger.
- D. Wobbler.



Zadanie 7.

Agencja reklamowa zdecydowała się zastosować strategię rozwoju rynku. Które z wymienionych działań powinna podjąć?

- A. Zmienić dostawców.
- B. Wprowadzić dywersyfikację poziomą.
- C. Wprowadzić nowy produkt reklamowy.
- D. Podjąć działalność w sąsiednim województwie.

Zadanie 8

Który z załączonych fragmentów reklam prasowych pełni funkcję przypominającą?

- A. **Jesteśmy z Wami już 10 lat!**
- B. *Podróże to nasza pasja. Jedź z nami na wycieczkę, której nigdy nie zapomnisz!*
- C. **Agencja reklamy ADS
Z nami daleko zajdziesz!**
- D. **Takie ceny tylko w ten weekend !
Przyjdź koniecznie !
Sale do - 70%**

Zadanie 9.

Która z wymienionych nagród jest nagrodą branży reklamowej i podniesie prestiż oferty handlowej?



A.



B.



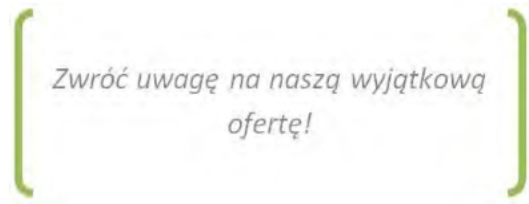
C.



D.

Zadanie 10.

Który z podanych fragmentów ofert handlowych wywoła u klienta reakcję zwaną Desire (chęć posiadania, pożądanie) zgodnie z formułą AIDA?



A.

Czy wiesz już jak możesz zaoszczędzić na codziennych zakupach?

B.



C.


Uwierz,
że nasz produkt jest Ci
absolutnie niezbędny!


D.

Zadanie 11.

Który z wymienionych argumentów oferty handlowej ma charakter USP (unikatowej propozycji sprzedażowej)?

- A. U nas każdy klient jest ważny.
- B. Jesteśmy do Państwa dyspozycji.
- C. Mamy wielu zadowolonych klientów.
- D. Jesteśmy jedynym dostawcą tego rozwiązania w Polsce.

Zadanie 12.

Cena netto sprzedaży koszulki z nadrukiem wynosi 20,00 zł. Jaka będzie cena brutto, zakładając 23% stawkę podatku VAT?

- A. 15,40 zł
- B. 17,70 zł
- C. 22,30 zł
- D. 24,60 zł

Zadanie 13.

Oblicz wysokość marży liczonej metodą „od sta”, jeśli cena zakupu towaru wynosi 60,00 zł, marża kwotowa 30,00 zł, a cena sprzedaży to 90,00 zł.

- A. 30%
- B. 50%
- C. 60%
- D. 100%

Zadanie 14.

Agencja reklamowa opracowała dla klienta cennik interesujących go banerów reklamowych.

Baner reklamowy lity (frontligh)	Cena netto za 1 m ²	Stawka VAT	Cena brutto za 1 m ²
do 1 m ²	20,00 zł	23%	24,60 zł
1 m ² ÷5 m ²	15,00 zł	23%	18,45 zł
1 m ² ÷5 m ²	10,00 zł	23%	?

Oblicz brakującą w cenniku cenę brutto.

- A. 10,23 zł
- B. 11,23 zł
- C. 12,30 zł
- D. 13,20 zł

Zadanie 15.

Na podstawie danych z tabeli oblicz ile wyniesie łączny techniczny koszt wytworzenia obydwu zleceń.

- A. 13 200,00 zł
- B. 17 800,00 zł
- C. 25 000,00 zł
- D. 32 600,00 zł

Pozycja kalkulacyjna	Zlecenie A, zł	Zlecenie B, zł
Materiały bezpośrednie	5 000,00	4 200,00
Płace bezpośrednie	2 000,00	1 800,00
Koszty wydziałowe	6 200,00	5 800,00
Techniczny koszt wytworzenia	?	?

Zadanie 16.

Na podstawie tabeli wybierz cenę reklamowej podkładki pod myszkę, przy której zysk ze sprzedaży będzie najwyższy.

- A. 2,00 zł
- B. 3,00 zł
- C. 5,00 zł
- D. 7,00 zł

Koszt produkcji, zł	Cena, zł	Wielkość sprzedaży, szt.
1,80	2,00	1 000
2,00	3,00	800
4,00	5,00	700
5,50	7,00	400

Zadanie 17.

Pracownicy działu obsługi klienta w agencji reklamowej mają na spotkaniu z potencjalnym klientem zaprezentować prezentację multimedialną on-line. Który z wymienionych programów umożliwi przygotowanie i przeprowadzenie takiej prezentacji?

- A. Prezi
- B. Corel Draw
- C. Adobe InDesign
- D. Microsoft Office PowerPoint

Zadanie 18.

Który z wymienionych programów komputerowych będzie najbardziej pomocny w ulepszeniu fotografii, tak jak pokazano na załączonym zdjęciu?

- A. Corel Draw
- B. Adobe InDesign
- C. Adobe Illustrator
- D. Adobe Photoshop

**Zadanie 19.**

Który z wymienionych programów jest najbardziej odpowiedni do tworzenia bazy danych klientów agencji reklamowej?

- A. Adobe InDesign
- B. Microsoft Office Word
- C. Microsoft Office Excel
- D. Microsoft Office Power Point

Zadanie 20.

Która z wymienionych baz danych ma charakter analityczny?

- A. Obsługi klienta.
- B. Zdjęć i opisu produktów.
- C. Danych kontaktowych klienta.
- D. Wyników sprzedaży z poprzednich lat.

Zadanie 21.

Baza kontrahentów agencji reklamowej została utworzona w programie Microsoft Office Excel. Który filtr należy założyć na kolumnie kod pocztowy, aby uzyskać listę kontrahentów z Częstochowy posiadających tylko kod pocztowy 42-200?

- A. „Jest mniejsze niż 42-200”
- B. „Jest większe niż 42-200”
- C. „Nie równa się 42-200”
- D. „Równa się 42-200”

Zadanie 22.

Agencja reklamowa ma w swojej ofercie produkty reklamowe z różnego zakresu cenowego oraz realizujące różne cele promocyjne. Jakimi czynnikami kieruje się klient agencji, wybierając produkty o wysokiej skuteczności?

- A. Moralnymi.
- B. Racjonalnymi.
- C. Irracjonalnymi.
- D. Emocjonalnymi.

Zadanie 23.

Jaki typ temperamentu posiada klient o cechach lidera, poszukujący praktycznych rozwiązań, koncentrujący się na wyznaczonym celu oraz mający trudności z akceptacją racji drugiej osoby?

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

Zadanie 24.

Którego z opisanych klientów można nazwać klientem nielojalnym?

- A. Odpornego na działania promocyjne konkurentów.
- B. Odczuwającego dumę z bycia użytkownikiem danej marki.
- C. Dokonującego zakupów w ulubionym sklepie dyskontowym.
- D. Kierującego się przy wyborze produktów tylko i wyłącznie ceną.

Zadanie 25.

Klient: *Od kilku lat prowadzę salonik krawiecki i przez cały ten czas swoją reklamę zamieszczałem w prasie lokalnej. Niestety, nie jestem zadowolony z jej efektów.*

Sprzedający: *O ile dobrze zrozumiałem, reklama prasowa już Pana nie interesuje.*

Na podstawie fragmentu rozmowy sprzedażowej określ, jaką technikę aktywnego słuchania zastosował sprzedający.

- A. Parafraza.
- B. Klaryfikacja.
- C. Potakiwanie.
- D. Odzwierciedlanie.

Zadanie 26.

Pracownik działu obsługi klienta agencji reklamowej postanowił przedstawić klientowi korzyści wynikające z emisji spotów reklamowych w stacji TV. Które stwierdzenie najlepiej spełni to zadanie?

- A. Spoty reklamowe są bardzo efektywne.
- B. Spoty reklamowe mają wysoką skuteczność.
- C. Spoty reklamowe spowodują wzrost sprzedaży Państwa produktów.
- D. Spot reklamowy spowoduje wzrost oglądalności programu telewizyjnego.

Zadanie 27.

Trzydziestoletni mężczyzna - pracownik agencji reklamy - udał się na rozmowę biznesową do ważnego kontrahenta. Jego rozmówczyniami okazały się dwie kobiety w zupełnie różnym wieku: pani dyrektor marketingu oraz stażystka w dziale marketingu. Jak powinien postąpić mężczyzna podczas powitania?

- A. Jako pierwszy podać rękę stażystce.
- B. Jako pierwszy podać rękę pani dyrektor.
- C. Poczekać na podanie ręki przez stażystkę.
- D. Poczekać na podanie ręki przez panią dyrektor.

Zadanie 28.

Podczas rozmowy sprzedażowej z niezdecydowanym klientem pracownik agencji reklamowej zastosował regułę niedostępności. Która z podanych wypowiedzi wskazuje na zastosowanie tej reguły?

- A. Tego produktu używa nasz szef.
- B. Ten produkt sprzedaje się świetnie.
- C. Proszę przyjąć próbkę tego produktu.
- D. Ten produkt będzie w sprzedaży tylko przez 3 dni.

Zadanie 29.

Jak nowocześnie zaprezentować usługi dla młodzieży, wykorzystując fakt, że młodzi ludzie chętnie korzystają ze smartfonów?

- A. Używając kodów QR
- B. Używając kodów PKD
- C. Stosując system TQM
- D. Stosując system CRM

Zadanie 30.

Która z załączonych form prezentacji oferty ma najszerzy zasięg?



A.



B.



C.

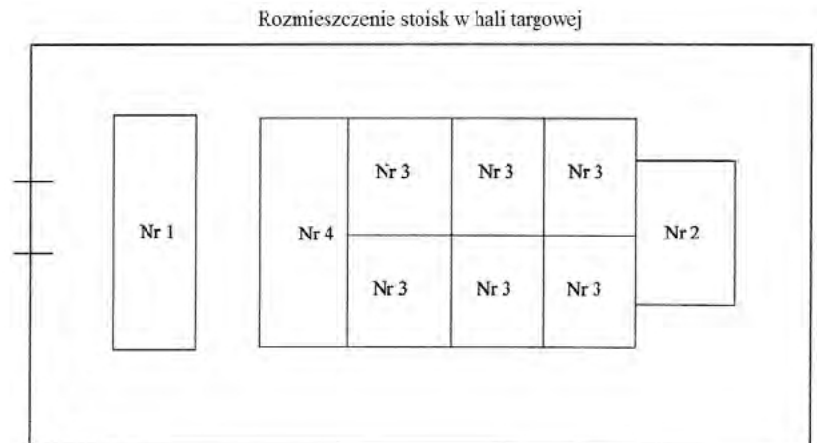


D.

Zadanie 31.

Firma dostarczająca nowe rozwiązania dla sektora reklamy planuje uczestniczyć w targach branżowych. Do wyboru są stoiska targowe przedstawione na rysunku. Które z nich będzie najatrakcyjniejsze dla zwiedzających?

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

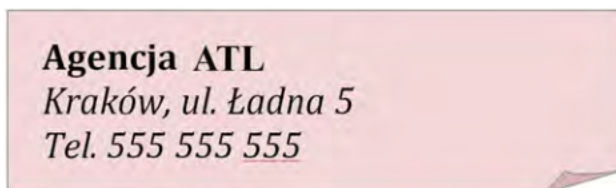
**Zadanie 32.**

Klient zamówił reklamę w formie muralu. Których wykonawców powinna zaangażować agencja reklamowa?

- A. Artystów street-art.
- B. Grafików komputerowych.
- C. Copywriterów z agencji reklamowej.
- D. Agentów sprzedających powierzchnię w mediach ATL.

Zadanie 33.

Na podstawie załączonych fragmentów wizytówek agencji reklamowych określ, która z nich specjalizuje się w realizacji indywidualnych, niestandardowych zleceń, tworzonych przez niezależnych twórców o wysokiej pozycji w branży reklamowej.



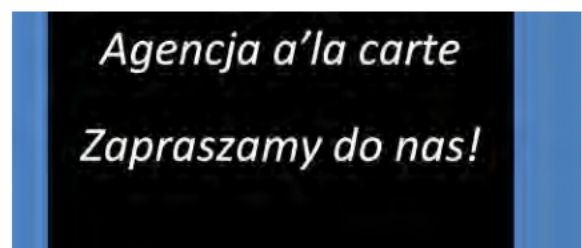
A.



B.



C.



D.

Zadanie 34.

Agencja reklamowa prowadzi rozmowy handlowe ze swoim potencjalnym klientem. Którą technikę negocjacji stosuje negocjator, stwierdzając „W tym momencie kończą się nasze pełnomocnictwa i nie możemy decydować w tej kwestii”?

- A. Mierz wysoko.
- B. Dobry - zły glina.
- C. Manipulowania czasem.
- D. Ograniczonych kompetencji.

Zadanie 35.

Dom mediowy, laureat nagrody Firma Fair Play, wykupił czas antenowy (2 minuty) przed bardzo ważnym meczem piłkarskim. Zostało mu do sprzedaży jeszcze 30 sekund reklamy. Cena takiego spotu w tym czasie wynosi 100 000,00 zł. Dom mediowy spodziewał się dużego zainteresowania i zamierzał prowadzić z reklamodawcami negocjacje twarde. Zainteresowanie okazały jedynie dwie firmy, które są w stanie zapłacić 30 000,00 zł za 30 sekund. Którą strategię negocjacyjną powinien obrać dom mediowy?

- A. Strategię unikania.
- B. Zerwanie negocjacji.
- C. Kontynuację negocjacji twardych.
- D. Zmianę stylu negocjacji na miękkie.

Zadanie 36.

Którego obowiązkowego składnika brakuje w załączonej umowie kupna-sprzedaży?

- A. Stron umowy.
- B. Warunków dostawy.
- C. Podpisu sprzedawcy.
- D. Przedmiotu sprzedaży.

Umowa kupna – sprzedaży	
zawarta w dniu 21 grudnia 2015 r. pomiędzy: Janem Nowakiem – właścicielem firmy XYZ z siedzibą w Warszawie, ul. Wałęsy 89, zwanym dalej Sprzedającym,	
a	
Józefem Kowalewskim – kierownikiem działu zakupów firmy ABC z siedzibą w Warszawie, ul. Mazowieckiego 98, zwanym dalej Kupującym.	
§1	
Podstawą zawarcia umowy jest zamówienie z dnia 15 października 2015 r.	
§2	
Przedmiotem umowy jest sprzedaż plotera model PWZAA 50/32.	
§3	
Cena towaru, którego dotyczy niniejsza umowa, wynosi 5 000,00 zł brutto.	
§4	
Ploter zostanie wydany i dostarczony Kupującemu na koszt Sprzedającego. Sprzedający dostarczy towar w ciągu 5 dni roboczych od dnia otrzymania zapłaty.	
§5	
Kupujący zobowiązuje się zapłacić za towar do dnia 28 grudnia 2015 r.	
§6	
W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową stosuje się odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.	
§7	
Niniejszą umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.	
Podpis Kupującego	

Zadanie 37.

Agencja reklamowa w miesiącu maju zrealizowała dla swojego klienta następujące zamówienie:

Produkt	Cena sprzedaży netto, zł
Kubki reklamowe	1 500,00
Koszulki z nadrukiem	2 500,00
Smycze reklamowe	1 000,00
Razem	5 000,00

Oblicz podatek VAT, jaki musi zapłacić agencja, zakładając 23% stawkę podatku.

- A. 230,00 zł
- B. 345,00 zł
- C. 575,00 zł
- D. 1 150,00 zł

Zadanie 38.

Który dokument należy wystawić, jeśli zamieszczona faktura zawiera błąd w miejscu zaznaczonym na czerwono?

- A. Notę korygującą.
- B. Fakturę korygującą.
- C. Rachunek uproszczony.
- D. Fakturę z kolejnym numerem.

SPRZEDAWCA		Faktura				Miejscowość: Olsztyn								
Firma Metropol		Nr 12/2014				Data wystawienia faktury: 15.01.2014								
Adres 10-234 Olsztyn, ul. Bydgaska 134						Dzień, miesiąc i rok dokonania sprzedaży (zaliczki): 15.01.2014								
NIP 364-24-76-146		MARNIWICA		Firma (imie i nazwisko): PHU Wikoria		NIP: 765-384-23-42								
		Adres: ul. Mysliwska 183, 11-273 Olsztyn												
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	
Sposób zapłaty: przelew Termin zapłaty: 14 dni					Zestawienie sprzedaży wg stawek podatku		2700	00	23	621	00	3321	00	
W banku:									8					
Nr konta: 36 7200 0018 2300 0012 0034 0017									5					
Do zapłaty: 3321 zł 00 gr									0					
Słownie zł/gr.: trzy tysiące trzysta dwadzieścia jeden 00/100									ZW.					
					RAZEM	2700	00		621	00	3321	00		
Robert Szymowski Podpis osoby upoważnionej do otrzymania faktury					Anna Wąkowska Podpis osoby wystawiającej fakturę									

Zadanie 39.

W której umowie może wystąpić zapis podany w ramce?

- A. Zlecenie.
- B. O dzieło.
- C. O pracę na okres próbny.
- D. O pracę na czas określony.

§ 3

Zamawiający zleca, a Agencja reklamowa zobowiązuje się świadczyć na zasadach określonych w Umowie usługi w zakresie PR.

Zadanie 40.

W którym formacie zamkniętym warto przesłać ofertę sprzedaży, aby trudniej było zmienić jej treść?

- A. .doc
- B. .docx
- C. .pdf
- D. .xls