

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**Oznaczenie kwalifikacji: **A.27**Wersja arkusza: **X**

*Arkusz zawiera informacje prawnie chronione
do momentu rozpoczęcia egzaminu*

A.27-X-14.08Czas trwania egzaminu: **60 minut**

Układ graficzny © CKE 2013

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE**Rok 2014****CZĘŚĆ PISEMNA****Instrukcja dla zdającego**

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 10 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 kratek 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.

Przedsiębiorstwo wypuściło na rynek nowy produkt. Celem promocji skierowanej do pośredników handlowych przez przedsiębiorstwo **nie jest**

- A. pozyskanie nowych punktów sprzedaży.
- B. motywowanie zatrudnionych pracowników działu PR.
- C. wsparcie kampanii reklamowej i promocji konsumenckiej.
- D. zachęcenie handlowców do wspierania sprzedaży produktu przez jego lepszą prezentację w sklepie.

Zadanie 2.

Które z przedstawionych narzędzi marketingu zalicza się do narzędzi promocji handlowej?

- A. Sponsoring instytucjonalny połączony z publicity.
- B. Konferencje prasowe z udziałem co najmniej 10 dziennikarzy.
- C. Komunikację wewnętrzną skierowaną do własnych pracowników.
- D. Czasowe rabaty z tytułu zwiększonych zakupów w określonym czasie.

Zadanie 3.

Informacja dla klienta o sprzedaży wiązanej w markowej sieci sklepów, polegająca na tym, że przy zakupie kompletu: spodnie + marynarka, klient otrzymuje rabat 30%, jest związana z promocją

- A. handlową.
- B. barterową.
- C. wewnętrzną.
- D. konsumencką.

Zadanie 4.

Sponsorowanie przez bank tegorocznego Festiwalu Piosenki Alternatywnej w Głogowie to przykład sponsoringu

- A. osobowego.
- B. projektowego.
- C. emblematowego.
- D. instytucjonalnego.

Zadanie 5.

Działanie polegające na umieszczeniu w filmie, sztuce teatralnej lub powieści produktu oznakowanego konkretną marką zamiast anonimowego rekwizytu, co przynosi jego wytwórcy lub dystrybutorowi korzyści promocyjne, to tzw.

- A. marketing mix.
- B. public relations.
- C. product placement.
- D. promocja konsumencka.

Zadanie 6.

W ramce zamieszczono fragment pisma firmy, skierowanego do agencji reklamowej.

.....na rynku działamy już od 15 lat. Jesteśmy jedną z kilkunastu firm w województwie, produkującą..... Naszymi klientami są głównie osoby starsze..... W ostatnim roku kalendarzowym dochody firmy zmalały o ok..... Chcemy zwiększyć swój udział w rynku o 15%, pozyskać nowych klientów oraz podnieść dochody firmy.Czas realizacji kampanii to okres od do..... Budżet, którym dysponuje nasza firma wynosi 150 000,00 zł.

Osoba do kontaktu

Treść pisma wskazuje, że jest to

- A. brief reklamowy.
- B. pismo przewodnie.
- C. ogłoszenie prasowe.
- D. zapytanie ofertowe.

Zadanie 7.

Po szeroko zakrojonej kampanii reklamowej firmy sprzedającej potrawy fast food, państwo X stwierdzili, że nie będą już jadać hamburgerów. Uważają, że jest to pożywienie zwykłych konsumentów, do których oni nie należą. Z punktu widzenia marketingu zachowanie państwa X jest określane jako

- A. „czar prysł”.
- B. „owczy pęd”.
- C. „efekt snobizmu”.
- D. „zapomniany raj”.

Zadanie 8.

Znana celebrytka została twarzą firmy kosmetycznej i reklamuje krem do twarzy. Pod wpływem reklamy bardzo wiele kobiet, utożsamiających się ze swoją idolką, kupiło krem. Zachowanie tego typu jest związane z efektem

- A. owczego pędu.
- B. super produktu.
- C. snobizmu.
- D. Veblena.

Zadanie 9.

Krótkie pismo towarzyszące innym dokumentom, w celu uzupełnienia treści przesyłanych wraz z nim dokumentów to

- A. pismo przewodnie.
- B. prezentacja pitch.
- C. notatka służbowa.
- D. firmowe referencje.

Zadanie 10.

Agencja reklamowa pracuje nad kampanią promocji turystycznej województwa warmińsko-mazurskiego. Celem kampanii jest pokazanie piękna przyrody regionu oraz zwiększenie ilości przyjazdów polskich turystów. Najlepszą formą reklamy w tym przypadku jest

- A. audycja radiowa w lokalnej stacji radiowej.
- B. spot reklamowy w ogólnopolskiej telewizji.
- C. ogłoszenie modułowe w gazecie codziennej.
- D. plakat na słupie ogłoszeniowym w Olsztynie.

Zadanie 11.

Agencja reklamowa przygotowuje kampanię promocyjną dla niedużej firmy, która dysponuje bardzo niskim budżetem na działania promocyjne. Oczekiwaniem firmy jest dotarcie do jak największej liczby klientów za stosunkowo nieduże pieniądze. W takim przypadku agencja reklamowa powinna zaproponować następujące środki przekazu reklamowego:

- A. ulotki, plakaty, direct mail.
- B. reklamę kinową, prasową i internet.
- C. reklamę telewizyjną, radiową i prasową.
- D. spot telewizyjny, citylight i direct mail.

Zadanie 12.

W ramach kampanii reklamowej „Mazury cud natury” powstał film, promujący piękno przyrody województwa warmińsko-mazurskiego. W filmie wykorzystano elementy dwóch wcześniejszych filmów i taka informacja w filmie została ujęta. Zamieszczono tytuły obu wcześniejszych filmów i nazwiska ich reżyserów. W tym przypadku zostały zastosowane przepisy

- A. prawa pracy.
- B. Kodeksu cywilnego.
- C. o prawie autorskim.
- D. Kodeksu postępowania administracyjnego.

Zadanie 13.

Do obowiązków copywritera w agencji reklamowej należy

- A. przeprowadzanie badań i ich analizowanie.
- B. analizowanie wyników finansowych firmy.
- C. przeprowadzanie rozmów kwalifikacyjnych.
- D. pisanie i projektowanie sloganów reklamowych.

Zadanie 14.

Pracownik firmy reklamowej, zajmujący się projektowaniem różnych form środków reklamowych z wykorzystaniem komputera i specjalnego oprogramowania, to

- A. informatyk.
- B. programista.
- C. analityk reklamowy.
- D. grafik komputerowy.

Zadanie 15.

Firmowe druki okolicznościowe o charakterze użytkowym, opracowane w ramach systemu identyfikacji wizualnej firmy (cenniki, ulotki, katalogi, etykiety, koperty), to

- A. logotypy.
- B. typografie.
- C. akcydensy.
- D. praktyczmy.

Zadanie 16.

Tekstowe przedstawienie nazwy firmy to

- A. logo.
- B. tagline.
- C. sygnet.
- D. logotyp.

Zadanie 17.

Graficzna forma przedstawienia marki to

- A. logo.
- B. logotyp.
- C. prototyp.
- D. grafotyp.

Zadanie 18.

Dokument, który zawiera opis zasad i procedur stosowania elementów tożsamości wizualnej firmy, to

- A. logograf wizualny.
- B. akcydens służbowy.
- C. typografia firmowa.
- D. księga standardów CI.

Zadanie 19.

Dwie panie otworzyły zakład usług krawieckich na dużym osiedlu mieszkaniowym. O swojej działalności chcą poinformować mieszkańców osiedla. Dobrą i niedrogą formą reklamy będą

- A. citylighty.
- B. billboardy.
- C. ulotki reklamowe.
- D. spoty telewizyjne.

Zadanie 20.

Firma wprowadza na rynek nowy produkt. W reklamie produktu zostaną pokazane jego największe zalety. Zastosowana przez firmę technika prezentacji reklamy to

- A. fantazja.
- B. animacja.
- C. demonstracja.
- D. rekomendacja.

Zadanie 21.

Firma reklamowa na zamówienie klienta opracowała plakat reklamowy. Na plakacie zastosowano kilka odcieni jednego koloru. Zastosowana technika komponowania kolorów to zestawienie

- A. harmonijne.
- B. kontrastowe.
- C. prostolinijne.
- D. monochromatyczne.

Zadanie 22.

Przedmiotem prawa autorskiego i własności intelektualnej jest wykorzystywany w pracy firmy reklamowej

- A. akt normatywny.
- B. symbol urzędowy.
- C. program komputerowy.
- D. opublikowany opis patentowy.

Zadanie 23.

Grafik komputerowy do obróbki cyfrowej zdjęć powinien wykorzystywać przede wszystkim program graficzny

- A. Adobe Photoshop CS.
- B. Tagged Image File Format.
- C. Graphics Interchange Format.
- D. Joint Photographic Experts Group.

Zadanie 24.

Firma istnieje na rynku od sześciu miesięcy. W strategii reklamy założyła, że chce dotrzeć do dużej grupy klientów. Reklama nie może być jednak kosztowna, ponieważ firma nie wypracowała jeszcze zysków. Bardzo dobrym rozwiązaniem w takim przypadku będzie wybór takiego nośnika jak

- A. radiowe spoty reklamowe.
- B. bannery reklamowe w Internecie.
- C. neony świetlne w centrum miast.
- D. telesprzedaż na kanałach telewizji publicznej.

Zadanie 25.

Znany, światowy koncern samochodowy w ramach realizowanej kampanii promocyjnej chce pokazać piękno i zalety najnowszego modelu samochodowego. Najlepszym medium w tym przypadku będzie

- A. radio.
- B. prasa.
- C. outdoor.
- D. telewizja.

Zadanie 26.

Firma przeznaczyła kwotę 200 000 zł na reklamę telewizyjną. 30-sekundowy spot telewizyjny kosztuje 5 000 zł. Firma zdecydowała, że zakupiony 30-sekundowy spot będzie ukazywał się 4 razy dziennie. Ile dni będzie trwała telewizyjna kampania reklamowa ?

- A. 10
- B. 12
- C. 15
- D. 20

Zadanie 27.

Producent zabawek dla dzieci zdecydował się na kampanię reklamową w ogólnopolskiej telewizji. Spot reklamowy firmy będzie ukazywał się kilka razy dziennie o różnych porach dnia. Najmniej korzystnym czasem antenowym w tym przypadku będzie

- A. ranek – od godz. 6⁰⁰ do 12⁰⁰.
- B. południe – od godz. 12⁰⁰ do 17⁰⁰.
- C. popołudnie/wieczór – od godz. 17⁰⁰ do 19³⁰.
- D. wieczór, pasmo największej oglądalności, tzw. prime time – od godz. 19³⁰ do 22⁰⁰.

Zadanie 28.

Przepisy prawa oraz przestrzegania zasad etyki zawodowej mówią, że w reklamie telewizyjnej seriale, audycje rozrywkowe i filmy dokumentalne mogą być przerywane w dowolnym czasie, przy czym odstęp między kolejnymi przerwami powinien wynosić co najmniej

- A. 45 minut.
- B. 30 minut.
- C. 20 minut.
- D. 15 minut.

Zadanie 29.

Reklama i promocja piwa może być prowadzona

- A. z udziałem osób małoletnich.
- B. w prasie młodzieżowej i dziecięcej.
- C. w telewizji i kinie po godzinie 20⁰⁰.
- D. w radiu i telewizji w godzinach od 6⁰⁰ do 20⁰⁰.

Zadanie 30.

Sztuka projektowania i wykonywania liter do różnego typu reklam to

- A. litografia.
- B. literactwo.
- C. liternictwo.
- D. literoznawstwo.

Zadanie 31.

Pismo oparte na alfabecie łacińskim o łamanych i bardzo ozdobnych konturach, użytkowane najdłużej w Niemczech, bo aż do XIX wieku, określane jest jako

- A. gotyk.
- B. grotesk.
- C. antykwa.
- D. egipcjanka.

Zadanie 32.

Barwę zieloną uzyskuje się w wyniku zmieszania dwóch barw

- A. białej i żółtej.
- B. niebieskiej i żółtej.
- C. żółtej i czerwonej.
- D. czerwonej i niebieskiej.

Zadanie 33.

Studio reklamy przygotowało kampanię reklamową opartą na środkach masowego przekazu, z wykorzystaniem takich nośników jak: telewizja, radio, prasa, plakat i outdoor. Ten typ reklamy to

- A. ATL
- B. BTL
- C. POS
- D. POP

Zadanie 34.

Agencja reklamowa na zamówienie klienta przygotowała kampanię reklamową. W ramach kampanii opracowano wiele materiałów i gadżetów promocyjnych takich jak: roll-up, standy reklamowe, ulotki, katalogi, naklejki i długopisy z logo produktu. Ten typ reklamy to

- A. BTL
- B. ATL
- C. CPP
- D. GRP

Zadanie 35.

Do obowiązków pracownika agencji reklamowej należy przygotowywanie budżetów oraz dokonywanie różnego typu obliczeń i analiz. Wyniki swojej pracy zestawia w tabelę, wykorzystując wiele funkcji matematycznych i finansowych. Do swojej dyspozycji ma pakiet biurowy Microsoft Office, z którego najczęściej wykorzystuje aplikację

- A. Word.
- B. Excel.
- C. Publisher.
- D. PowerPoint.

Zadanie 36.

Firma reklamowa otrzymała zamówienie na wykonanie billboardów, które będą umieszczone przy drodze szybkiego ruchu. Billboardy, oprócz zawartej treści, mają przyciągnąć uwagę kolorem. Najlepszym kolorem w takim przypadku będzie

- A. żółty.
- B. czarny.
- C. zielony.
- D. niebieski.

Zadanie 37.

Firma przygotowała kampanię reklamową produktów dla dzieci i młodzieży. W kampanii zadbano o to, żeby przekaz reklamowy nie zagrażał fizycznemu, psychicznemu i moralnemu rozwojowi dzieci i młodzieży oraz nie podważał autorytetu rodziców. W przypadku takiej reklamy zastosowano wytyczne

- A. prawa pracy.
- B. sponsoringu.
- C. kodeksu etyki reklamy.
- D. ustawy o prawie autorskim.

Zadanie 38.

Ankieterzy badania opinii publicznej po przeprowadzonej kampanii społecznej zastosowali w kwestionariuszach ankietowych i wywiadach kwestionariuszowych pytania, które polegały na udzieleniu jednej z pięciu odpowiedzi ułożonych w porządku od stopnia całkowitej akceptacji do stopnia całkowitego odrzucenia. Pytania te noszą nazwę skali

- A. Likerta.
- B. Thuerstona.
- C. interwałowej.
- D. alternatywnej.

Zadanie 39.

Firma marketingowa, zajmująca się badaniami rynku założyła, że zasięg całkowity jest równy zasięgowi efektywnemu reklamy. Wynika z tego, że efektywna częstotliwość reklamy wynosi

- A. od 1,1 do 2
- B. 1
- C. 2
- D. 3

Zadanie 40.

W badaniu założono, że przedstawiciel grupy docelowej powinien zobaczyć reklamę w TV minimum trzy razy, aby spełniła ona swoje cele komunikacyjne. Efektywna częstotliwość takiej kampanii wyniesie

- A. między 0,1 a 0,3
- B. 0,5
- C. 1+
- D. 3+