

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

A.27-X-17.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

**EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE**  
**Rok 2017**  
**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.**

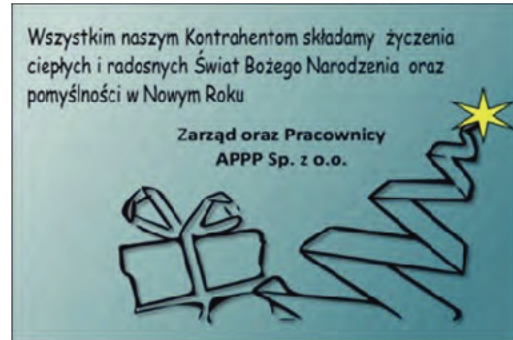
Producent soku tłoczonego ze świeżych ekologicznych jabłek zamierza wprowadzić na rynek podobny sok, tyle, że z gruszek. Jaki główny cel powinien przyjąć dla kampanii reklamowej?

- A. Przedstawienie historii marki.
- B. Przyciągnięcie nabywców innych marek.
- C. Poinformowanie klientów o nowym produkcie.
- D. Przypomnienie o dotychczasowych produktach firmy.

**Zadanie 2.**

Agencja reklamowa umieściła na swojej stronie www załączoną informację. Którą formę promocji zastosowała firma?

- A. Public-relations.
- B. Sprzedaż osobistą.
- C. Promocję sprzedaży.
- D. Marketing bezpośredni.

**Zadanie 3.**

Na podstawie załączonych danych określ, w którym z wymienionych periodyków firma powinna zamieścić reklamę, przy założeniu, że ma to być czasopismo, które osiągnęło największy wzrost sprzedaży w roku badanym w stosunku do roku poprzedniego.

- A. Piękny styl.
- B. Piękny dom.
- C. Piękny ogród.
- D. Piękne mieszkanie.

Tytuł periodyków	Rok 2015	Rok 2014
	Procent respondentów	
Piękny styl	8,40%	6,65%
Piękny dom	9,65%	7,60%
Piękny ogród	5,30%	5,45%
Piękne mieszkanie	4,20%	2,35%

**Zadanie 4.**

Klient kupując sok pomarańczowy przypomniał sobie reklamę, która kojarzyła mu się z latem, słońcem, wakacjami oraz wzbudziła pozytywne emocje. Jak określane jest takie przeniesienie emocji na produkt, w wyniku obejrzenia przekazu reklamowego?

- A. Narcyzm.
- B. Efekt halo.
- C. Neuromarketing.
- D. Odbiór podprogowy.

**Zadanie 5.**

Tworząc kampanię reklamową skierowaną do osób młodych, które nie tylko będą odbiorcami przekazu, ale również zaangażują się w działania promocyjne firmy należy wykorzystać

- A. reklamę internetową.
- B. spot reklamowy w telewizji.
- C. Fanpage firmy na portalu społecznościowym.
- D. ogłoszenie reklamowe w prasie dla młodzieży.

**Zadanie 6.**

Agencja reklamowa przygotowuje kampanię reklamową dla salonu fryzjerskiego, działającego na terenie Krakowa. Celem kampanii jest pozyskanie nowych klientów. Które z wymienionych mediów powinna zastosować agencja reklamowa?

- A. Radio lokalne.
- B. Radio ogólnopolskie.
- C. Telewizję ogólnopolską.
- D. Reklamę w miejscu sprzedaży.

**Zadanie 7.**

Które z wymienionych rozszerzeń zapisu pliku należy wybrać, aby po zanieśieniu do drukarni grafik mógł zmienić krój i kolor czcionki?

- A. .tiff
- B. .cdr
- C. .jpeg
- D. .gif

**Zadanie 8.**

Który z rysunków na pewno został wykonany w programie do grafiki rastrowej?



A.



B.



C.



D.

**Zadanie 9.**

Przedstawiona grafika ma zostać zamieszczona na bilbordach w większych miastach Polski. Wskaż nieprawidłowość, która występuje w zaprojektowanym przekazie reklamowym.

- A. Brak logo.
- B. Za dużo tekstu.
- C. Za mała grafika.
- D. Brak hasła reklamowego.

**Zadanie 10.**

Na załączonym rysunku przedstawiono czekoladki firmy „Avanti”. Do której kategorii można zaliczyć hasło reklamowe znajdujące się na opakowaniu?

- A. Racjonalne.
- B. Emocjonalne.
- C. Wskazujące na nowość.
- D. Pobudzające ciekawość.

**Zadanie 11.**

Agencja reklamowa „X-line” zajmuje się przede wszystkim tworzeniem nazw firm, usług i produktów. Fachowe opracowanie nazwy ma na celu zwiększenie sprzedaży, jak i lepsze dotarcie do konsumenta i utrwalenie się w jego umyśle. Jaki jest główny profil działania agencji?

- A. Naming.
- B. Copywriting.
- C. Marketing szeptany.
- D. Marketing kreatywny.

**Zadanie 12.**

Na rysunku przedstawiona jest wizytówka służbowa pracownika Agencji Reklamowej „Ollyy”. Którego podstawowego elementu brakuje na wizytówce?

- Zdjęcia firmy.
- Adresu firmy.
- Nazwy firmy.
- Zdjęcia pracownika.

**Zadanie 13.**

Które przepisy stanowią o tym, że wykorzystanie wizerunku kobiety na załączonym fragmencie billboardu wymagało jej zgody?

- Kodeks Pracy.
- Kodeks etyki reklamy.
- Ustawa Prawo Prasowe.
- Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

**Zadanie 14.**

Otrzymałeś zlecenie zaprojektowania plakatu w formacie A4. Plakat ma być podzielony na trzy części w poziomie, każda część ma być w innym kolorze i zawierać różne informacje. Jakie narzędzie programu graficznego ułatwi Ci podział obszaru roboczego na trzy części, tak jak na załączonej grafice?

- Skalowanie.
- Prowadnice.
- Kadrowanie.
- Krzywe Beziera.



**Zadanie 15.**

Firma zleciła przygotowanie projektu zaproszenia według następujących zasad: na środku napis zaproszenie w kolorze czarnym, krój pisma bez szeryfów, dwa elementy ozdobne również na środku. Agencja przygotowała do akceptacji projekt pokazany na rysunku. Wskaż elementy niezgodne z wytycznymi klienta.



- A. Kolor czcionki i krój pisma.
- B. Rozmieszczenie elementów i kolor czcionki.
- C. Krój pisma i liczba elementów ozdobnych.
- D. Liczba elementów ozdobnych i rozmieszczenie elementów.

**Zadanie 16.**

W kampanii reklamowej wycieczek ekstremalnych dla osób młodych, lubiących spędzać wolny czas aktywnie, mających odpowiedni zasób pieniędzy powinno się zastosować

- A. ulotki reklamowe.
- B. plakaty reklamowe.
- C. reklamę w wyszukiwarkach internetowych.
- D. spoty reklamowe zamieszczone w TVPogoda.

**Zadanie 17.**

Duża firma produkująca napoje i wody mineralne, wprowadza na rynek nowy napój dla osób odchudzających się. Według strategii reklamy firmy, rynkiem docelowym są nastolatki, dbające o wygląd, ale niestety mające problemy z nadwagą. Który rodzaj reklamy najlepiej trafi do grupy docelowej?

- A. Prasowa.
- B. Internetowa.
- C. Zewnętrzna.
- D. Telewizyjna.

**Zadanie 18.**

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. rano – od godz. 6<sup>00</sup> do 12<sup>00</sup>.
- B. południe – od godz. 12<sup>00</sup> do 17<sup>00</sup>.
- C. popołudnie/wieczór – od godz. 17<sup>00</sup> do 19<sup>30</sup>.
- D. wieczór, pasmo największej oglądalności, tzw. prime time – od godz. 19<sup>30</sup> do 22<sup>00</sup>.

**Zadanie 19.**

Międzynarodowa korporacja zamierza zakupić czas antenowy przed programami informacyjnymi. Wskaż program, który powinna wybrać firma, kierując się przyrostem oglądalności w ostatnich dwóch latach.

- A. BiznesTV 17:00
- B. BiznesPlus 19:30
- C. BiznesPRO 18:00
- D. BiznesINFO 19:00

rok		2015	2014
Program	Stacja	oglądalność	oglądalność
BiznesTV 17:00	TVP1	37,23%	34,34%
BiznesPLUS 19:30	TVP1	27,55%	25,70%
BiznesPRO 18:00	TVP2	13,04%	13,53%
BiznesINFO 19:00	TVN	23,39%	25,66%

**Zadanie 20.**

W ramach kampanii reklamowej przewidziano ogłoszenie całostronicowe w miesięczniku, 10 spotów reklamowych w lokalnym radio oraz 6 spotów reklamowych w lokalnej telewizji. Na podstawie cennika zaplanuj budżet reklamowy na całą kampanię.

- A. 60 000 zł
- B. 62 000 zł
- C. 70 000 zł
- D. 71 000 zł

Cennik wybranych nośników reklamy

Nośniki reklamy	Cena
Ogłoszenie całostronicowe w dzienniku	1 000 zł
Ogłoszenie całostronicowe w miesięczniku	2 000 zł
Spot reklamowy w radiu lokalnym	3 000 zł
Spot reklamowy w telewizji lokalnej	5 000 zł

**Zadanie 21.**

Media plan zakłada wyemitowanie 30 spotów telewizyjnych w ciągu 15 dni. Organizacja emisji tych spotów ma mieć charakter pulsacyjny. Który z harmonogramów realizuje to założenie?

Liczba spotów wyemitowanych w kolejnych dniach miesiąca

Harmonogram emisji A		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
A.	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

Harmonogram emisji B		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
B.	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1

Harmonogram emisji C		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
C.	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	x	x	x	x	x	10	10	10	x	x	x	x	x	x	x

Harmonogram emisji D		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
D.	dzień	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	liczba spotów	x	x	5	5	5	x	x	x	x	5	5	5	x	x	x

**Zadanie 22.**

Dokument określający wybrane do kampanii media, środki i nośniki wraz z informacjami na temat daty i miejsca emisji oraz kosztów, to

- A. job brief.
- B. branding.
- C. media plan.
- D. brief reklamowy.

**Zadanie 23.**

Sieć hurtowni alkoholi planuje przygotować kampanię reklamową w telewizji, promującą wyroby alkoholowe i pokrewne. Zaplanowano czas antenowy w godzinach 18:00÷20:00. Czy podjęte działania są zgodne z prawem?

- A. Nie, ponieważ naruszają ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
- B. Tak, ponieważ są to godziny najlepsze dla tego rodzaju reklamy.
- C. Tak, ponieważ są odpowiednie dla charakteru działalności hurtowni.
- D. Nie, gdyż są niezgodne z ustawą o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.

**Zadanie 24.**

Agencja reklamowa przygotowuje telewizyjny spot reklamowy dla swojego klienta. Jaki jest pierwszy etap procesu produkcji spotu reklamowego, który powinien zostać przedstawiony klientowi?

- A. Casting.
- B. Animatic.
- C. Storyboard.
- D. Udźwiękowanie.

**Zadanie 25.**

Agencja reklamowa dysponuje papierami o wymienionych gramaturach. Do wydruku wewnętrznych zestawień tabelarycznych, raportów i sprawozdań agencja powinna użyć papieru o gramaturze

- A. 30 g/m<sup>2</sup>
- B. 80 g/m<sup>2</sup>
- C. 120 g/m<sup>2</sup>
- D. 160 g/m<sup>2</sup>

**Zadanie 26.**

Agencja reklamowa przygotowuje kampanię reklamową dla swojego klienta. Zamierza wybrać spot telewizyjny i radiowy jako medium podstawowe oraz billboardy jako medium wspomagające. Planując harmonogram działań całej kampanii, wskaż działanie, które wymaga najwięcej czasu.

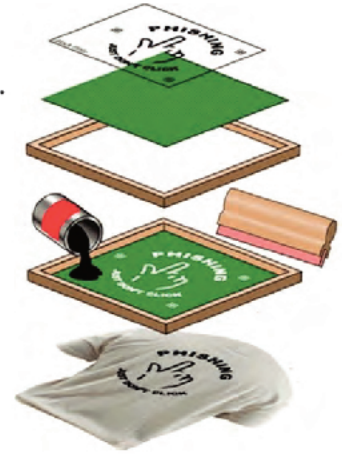
- A. Przygotowanie spotu radiowego.
- B. Zamawianie czasu antenowego.
- C. Przygotowanie spotu telewizyjnego.
- D. Przygotowanie projektu graficznego plakatu.



**Zadanie 27.**

Załączona grafika przedstawia uproszony schemat jednej z technik drukarskich. Którą technikę druku przedstawiono na rysunku?

- A. Sitowy.
- B. Cyfrowy.
- C. Wypukły.
- D. Offsetowy.

**Zadanie 28.**

Dział reklamy firmy produkującej artykuły chemiczne, przygotowuje ulotki reklamowe. Ulotki mają być drukowane w drukarni w nakładzie 2000 szt., techniką offsetową. W której paletce barw powinna być zaprojektowana ulotka?

- A. RGB
- B. HLS
- C. HEX
- D. CMYK

**Zadanie 29.**

Sklep obuwniczy zamówił napis 3D „Obuwie na 100%”, który ma być umieszczony na fasadzie budynku. Napis ma być wykonany z lekkiego materiału, odpornego na warunki atmosferyczne. Który z wymienionych materiałów powinien zostać użyty do wykonania tego napisu?

- A. Sklejka.
- B. Tektura
- C. Drewno.
- D. Styrodur.

**Zadanie 30.**

Agencja reklamowa otrzymała zlecenie wydrukowania 18 szt. naklejek w rozmiarze 90x90 mm. Naklejki będą drukowane na arkuszach A4 (210x297 mm) papieru samoprzylepnego. Jaką najmniejszą liczbę arkuszy A4 należy przygotować, aby wykonać to zlecenie?

- A. 2 szt.
- B. 3 szt.
- C. 9 szt.
- D. 18 szt.

**Zadanie 31.**

Na którym rysunku przedstawiono ploter?



A.



B.



C.



D.

**Zadanie 32.**

Który z wymienionych elementów służy bezpiecznemu przycięciu projektu do ostatecznego formatu i gwarantuje, że obszar druku będzie dochodził do samej krawędzi po przycięciu arkusza?

- A. Spad.
- B. Obszar cięcia.
- C. Obszar wydruku.
- D. Wewnętrzny margines.

**Zadanie 33.**

<b>Tytuł spotu/nazwa kampanii:</b>				
<b>Długość spotu w sekundach:</b>				
<b>Klient:</b>				
<b>Nazwa produktu (marki):</b>				
<b>Nr zlecenia:</b>				
<b>Czas</b>	<b>Warstwa tekstowa</b>		<b>Warstwa audio</b>	
	<b>Postacie</b>	<b>Treść słowna</b>	<b>Wskazówki do muzyki</b>	<b>Wskazówki do SFX</b>
		.....(...)		

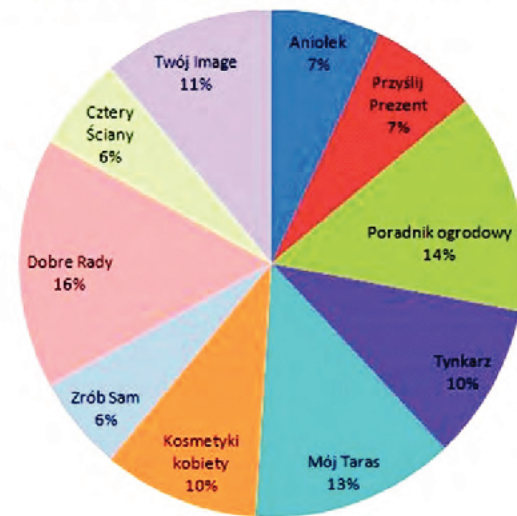
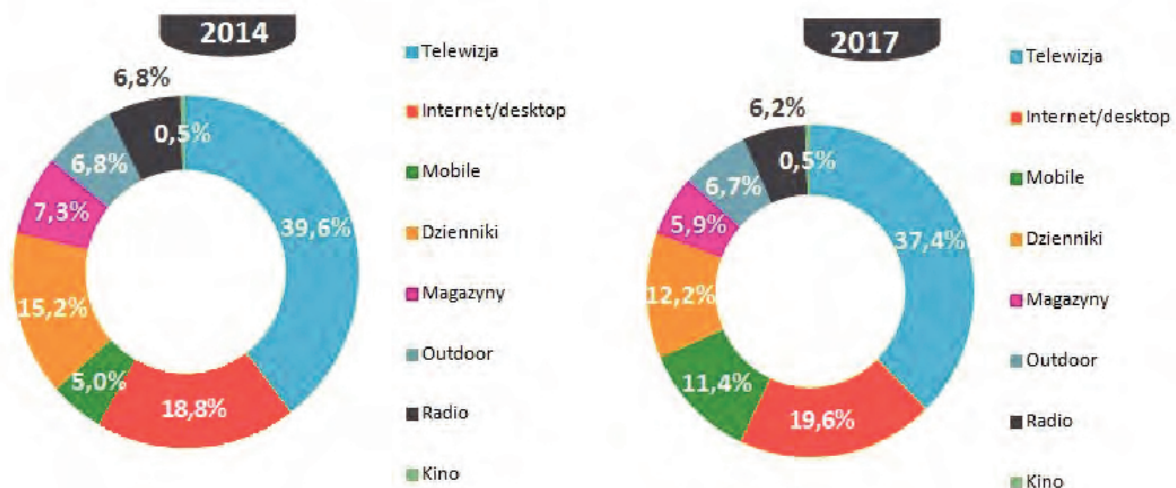
Który dokument tworzony jest na formularzu pokazanym na rysunku?

- A. Tablica do tworzenia scenariusza spotu radiowego.
- B. Tablica do tworzenia scenariusza spotu telewizyjnego.
- C. Umowa o współpracy między agencją a stacją radiową.
- D. Umowa o współpracy między agencją i stacją telewizyjną.

**Zadanie 34.**

Pracownik agencji reklamowej ma zamieścić reklamę w dwóch miesięcznikach, cieszących się największym zainteresowaniem klientów. Na podstawie wyników czytelnictwa miesięczników w roku 2016, wskaż czasopisma, które powinny zostać wybrane.

- Mój Taras i Twój Image.
- Mój Taras i Poradnik ogrodowy.
- Dobre Rady i Kosmetyki kobiety.
- Poradnik ogrodowy i Dobre Rady.

**Czytelnictwo miesięczników w roku 2016****Zadanie 35.****Udział mediów w globalnych wydatkach (%)**

Wykresy przedstawiają udział mediów w globalnych wydatkach w Polsce w latach 2014÷2017 r. Wskaż, medium reklamy na które wydatki zmniejszą się najwięcej.

- Kino.
- Telewizja.
- Magazyny.
- Dzienniki.

**Zadanie 36.**

Salon kosmetyczny w celu zwiększenia liczby klientek, zamieścił w lokalnej gazecie ogłoszenie reklamowe wraz z kupnem rabatowym. Koszt całej kampanii wyniósł 800 zł. W ciągu tygodnia od zakończenia kampanii do salonu zgłosiło się 40 nowych klientek wraz z kuponem rabatowym. Sprawdzając efektywność reklamy określ, ile wyniesie wskaźnik kosztu sprzedaży (CPS - Cost Per Sale).

- A. 2
- B. 4
- C. 20
- D. 40

**Zadanie 37.**

Firma „Medica” chce przeprowadzić kampanię reklamową, która będzie reklamować firmę i jej usługi medyczne na terenie Małopolski. Spot reklamowy ma być nadawany w czasie największej oglądalności. Na podstawie załączonych danych wskaż stację, w której reklama będzie miała największy zasięg.

- A. Twoja TV
- B. Region 1TV
- C. Region 2TV
- D. Małopolska TV

Stacja telewizji regionalnej	Liczba osób, do której dociera sygnał stacji – grupa docelowa (w tys.)	Szacowana liczba widzów, którzy oglądają reklamę w prime time (w tys.)
Twoja TV	2 540	1 524
Region 1TV	3 250	2 750
Region 2TV	2 880	2 600
Małopolska TV	2 645	1 587

**Zadanie 38.**

Firma przeprowadziła lokalną kampanię radiową. Grupa docelowa stanowiła 2000 osób w wieku od 15 do 20 lat. Po zakończeniu kampanii okazało się, że spot wysłuchało 500 osób z grupy docelowej. Oceniając skuteczność kampanii oblicz zasięg reklamy.

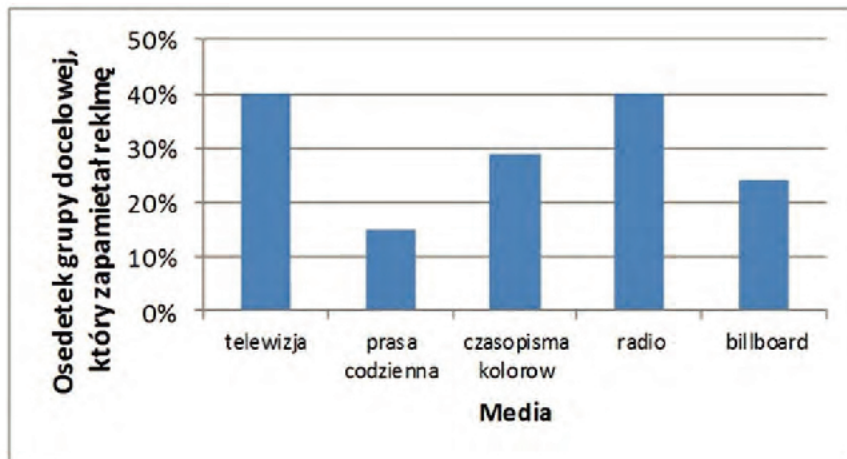
- A. 2,5%
- B. 4,0%
- C. 25,0%
- D. 40,0%

**Zadanie 39.**

W przypadku, której z czterech marek (1,2,3,4) osiągnięto bardziej efektywny wzrost preferencji zakupu wśród potencjalnych klientów?

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

Marka	% osób, które wybrały markę produktu (przed rozpoczęciem kampanii)	% osób, które wybrały markę produktu (pięć miesięcy po zakończeniu kampanii)
Marka 1	10	33
Marka 2	88	90
Marka 3	64	74
Marka 4	32	39

**Zadanie 40.**

Agencja reklamowa podczas prowadzenia kampanii reklamowej firmy X, zapytała respondentów czy zetknęli się z daną reklamą, a jeśli tak, to gdzie się z nią zetknęli. Wyniki badań przedstawiono na wykresie. Który z wymienionych wniosków można wysnuć na podstawie otrzymanych wyników?

- A. Reklama zewnętrzna jest najmniej skuteczna.
- B. Dzienniki czyta stosunkowa niewielka liczba badanych osób.
- C. Największa grupa respondentów zetknęła się z reklamą w radio.
- D. Reklamę w czasopiśmie zapamiętało tyle samo osób co billboard.