

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

A.27-X-18.01Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2018
CZĘŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 12 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”:

<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.

Reklama nowego modelu odkurzacza, zgodnie z siatką FCB, powinna mieć cel

- A. emocjonalny.
- B. informacyjny.
- C. tworzący nawyk.
- D. dający satysfakcję.

Zadanie 2.

Jaką formę reklamy zastosowano na załączonej ulotce?

- A. Ukrytą.
- B. Niepełną.
- C. Przesadną.
- D. Oczywistą.

**Zadanie 3.**

Które z wymienionych haseł reklamowych powinien umieścić na ulotce producent mebli ogrodowych z Krakowa, chcąc w szybki sposób zbadać skuteczność swojej reklamy w swoim mieście?

A.

Kliencie, nasze produkty są najlepszym wyborem!

B.

Kliencie, przedstawiamy Tobie naszą ofertę!

C.

Kliencie, z tą ulotką otrzymasz u nas 10% rabatu!

D.

Kliencie, dla Ciebie tworzymy meble już od 10 lat!

Zadanie 4.

Producent proszku do prania *Omega* w swojej reklamie porównuje produkt zaplamiony z wypranym i czystym. Która technika prezentacji została zastosowana w celu dotarcia do odbiorców?

- A. Stylu życia.
- B. Demonstracji.
- C. Rekomendacji.
- D. Dowodu naukowego.



Zadanie 5.

Przedstawiony na planszy tekst został napisany z wykorzystaniem czcionki

- A. dwuelementowej bezszeryfowej.
- B. jednoelementowej bezszeryfowej.
- C. jednoelementowej z szeryfami skrytymi.
- D. dwuelementowej z szeryfami belkowymi.

**Zadanie 6.**

Który model reklamy buduje markę według załączonego schematu?

- A. AIDA
- B. AIDCAS
- C. DIPADA
- D. DAGMAR

Zadanie 7.

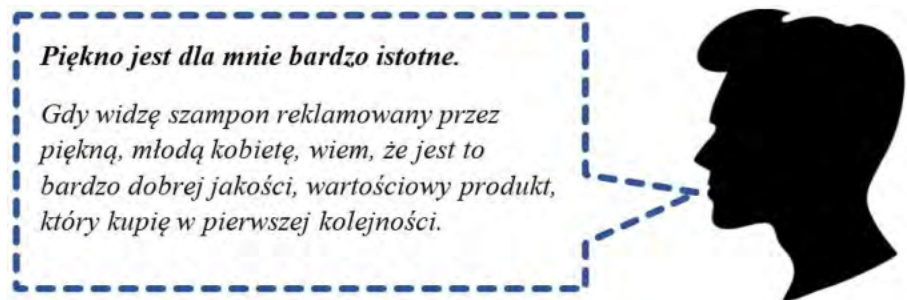
Jakie działania w ramach merchandisingu spowodują najbardziej efektywne oddziaływanie na nabywcę?

- A. Eksponowanie produktów na regałach po lewej stronie od wejścia.
- B. Umieszczenie towarów codziennego użytku w narożnikach sklepu.
- C. Eksponowanie produktów w strefie bezpośrednio za wejściem do sklepu.
- D. Umieszczenie droższych towarów na skrzyżowaniach szlaków komunikacyjnych w sklepie.

Zadanie 8.

Wypowiedź podana w ramce powstała na skutek psychologicznego oddziaływania reklamy, określanego jako efekt

- A. aureoli.
- B. snobizmu.
- C. świeżości.
- D. pierwszeństwa.

**Zadanie 9.**

Pracownik działu obsługi klienta w agencji reklamowej zajmujący się codzienną komunikacją z klientem oraz nadzorujący przebieg poszczególnych działań reklamowych to Account

- A. Director.
- B. Assistant.
- C. Executive.
- D. Supervisor.

Zadanie 10.

Który z wymienionych rodzajów reklamy powinna zastosować prężnie działająca na terenie kraju firma odzieżowa, która chce pozyskać nowych nabywców: ludzi młodych, energicznych, zapracowanych, ceniących sobie wygodę?

- A. Reklamę prasową.
- B. Reklamę internetową.
- C. Artykuł sponsorowany.
- D. Imprezę wystawienniczą.

Zadanie 11.

Renomowana firma ogrodnicza uczestniczy w Targach Kwiatowych. Stoisko, o którym numerze, powinna zamówić w celu najlepszej i najbardziej efektownej ekspozycji swoich produktów?

- A. 10
- B. 11
- C. 21
- D. 23

**Zadanie 12.**

Jaki rodzaj perspektywy zastosowano podczas wykonywania załączonej fotografii?

- A. Żabią.
- B. Ptasią.
- C. Ludzką.
- D. Jednozbiegową.



Zadanie 13.

Jaki rodzaj reklamy w formie wyskakującego okienka należy wybrać w celu wykonania animacji w technologii Flash, zawierającej ruchome elementy graficzne i dźwiękowe?

- A. Banner.
- B. Top layer.
- C. Skyscraper.
- D. Watermark.

Zadanie 14.

Który z podanych plików zachowuje grafikę w postaci wektorowej?

- A. Linia.gif
- B. Pasek.cdr
- C. Okrąg.jpg
- D. Kwadrat.bmp

Zadanie 15.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym określa praktykę rynkową agresywną, której przykład pokazano w załączeniu, jako działanie

- A. mające na celu wyeliminowanie z rynku konkurencyjnej firmy.
- B. reklamowe, rozpowszechniające informację, że nabycie produktu zwiększa szansę wygranej w grach losowych.
- C. reklamowe, zachęcające konsumenta do nabycia produktu po promocyjnie niskiej cenie, choć w rzeczywistości konsument musi za niego zapłacić pełną wartość.
- D. wywołujące wrażenie, że konsument uzyskał po wykonaniu określonej czynności nagrodę, ale jej uzyskanie uzależnione jest od poniesienia kosztów przez abonenta.

**Zadanie 16.**

Jaką funkcję, w załączonym ogłoszeniu, pełni tekst: „Nie wiesz jak pozbyć się zbędnych kilogramów bez efektu jojo”?

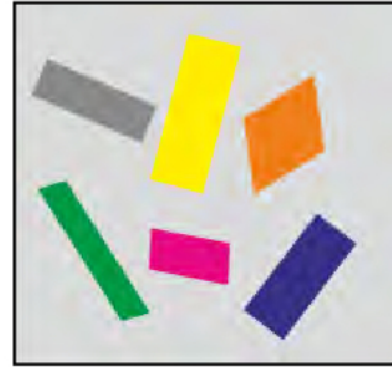
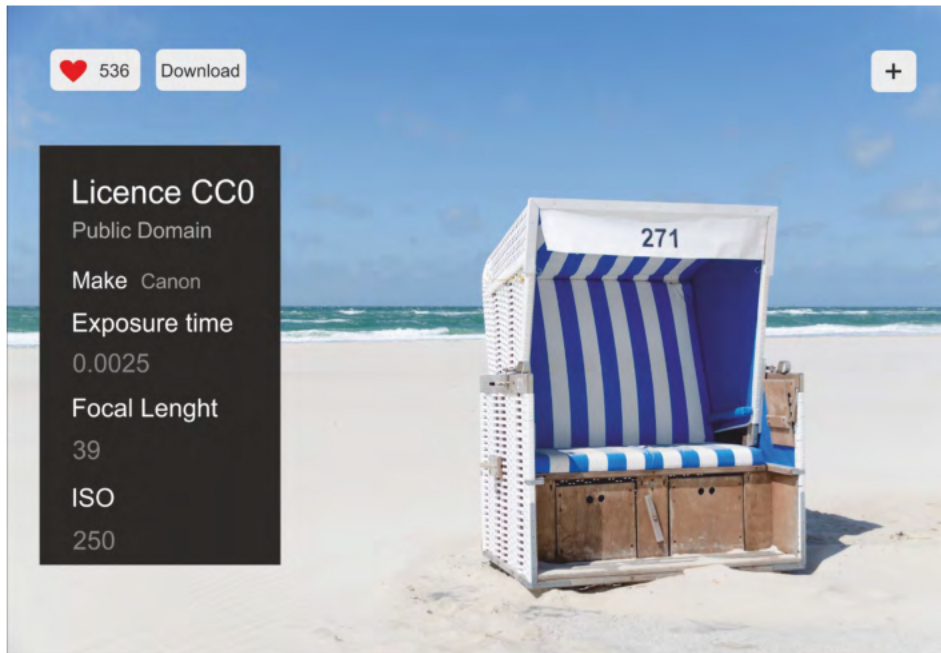
- A. Hasła.
- B. Nagłówek.
- C. Treści zasadniczej.
- D. Obietnicy reklamy.

*Nie wiesz jak pozbyć się zbędnych kilogramów bez efektu jojo?
Już wkrótce w naszym mieście będziesz mógł skorzystać z porad ekspertów, którzy pomogą ci w walce z nadwagą. Nasi specjaliści z „Kliniki Urody” będą udzielać porad w ramach akcji "Schudnij z głową". Od 1 listopada do 1 grudnia pomocy będzie można szukać w naszych salonach. Już dzisiaj umów się na darmową wizytę!
Kontakt na stronie www.uroda.pl*

Zadanie 17.

Jaki rodzaj kompozycji zamieszczono na rysunku?

- A. Horyzontalną otwartą.
- B. Statyczną symetryczną.
- C. Dynamiczną zamkniętą.
- D. Wertykalną niesymetryczną.

**Zadanie 18.**

W jaki sposób można wykorzystywać załączone zdjęcie z licencją CC0 (Creative Commons Zero) przekazane do Domeny Publicznej, pochodzące z internetowego banku fotografii?

- A. Wolno je kopiować, zmieniać i używać jedynie do zastosowań niekomercyjnych, umieszczając na nim nazwisko autora.
- B. Wolno je kopiować, zmieniać, stosować do użytku komercyjnego bez umieszczania na nim nazwiska autora.
- C. Wolno je kopiować, rozprowadzać, zmieniać, stosować do użytku komercyjnego pod warunkiem, że zostanie umieszczone na nim nazwisko autora.
- D. Wolno je kopiować, rozprowadzać, przedstawiać i używać jedynie w jego oryginalnej postaci, bez umieszczania na nim nazwiska autora.

Zadanie 19.

Wydruk próbny bez użycia klisz, wykonany w drukarni offsetowej w celu sprawdzenia kolorystyki przed drukiem właściwym, służący do przedstawienia go klientowi w celu akceptacji, to

- A. preset.
- B. posttest.
- C. proof cyfrowy.
- D. proof analogowy.

Zadanie 20.

Który nośnik reklamy w postaci wolnostojącej tablicy o wymiarach 1,4 x 2,0 m, ustawionej na betonowym cokole prostopadle do ulicy, pokazano na rysunku?

- A. Baner.
- B. Kaseton.
- C. Billboard.
- D. Diapazon.

**Zadanie 21.**

Planując kampanię reklamową charakteryzującą się małym zasięgiem połączonym z wysoką selektywnością demograficzną oraz krótkim czasem i wysoką zdolnością oddziaływania na odbiorcę, należy wykorzystać reklamę

- A. kinową.
- B. radiową.
- C. internetową.
- D. telewizyjną.

Zadanie 22.

Który z wymienionych środków reklamy może być finansowany z części budżetu reklamodawcy określonej jako *above the line*?

- A. Informator branżowy.
- B. Udział w targach branżowych.
- C. Ekspozycja w punkcie sprzedaży.
- D. Projekcja przed seansem kinowym.

Zadanie 23.

Kierowanie oferty do konkretnego odbiorcy na rynku ma duże znaczenie, ponieważ

- A. tylko marketing bezpośredni jest skuteczny.
- B. rynek docelowy podejmuje określone decyzje.
- C. łatwo jest znaleźć grupę ciekawych nabywców.
- D. istnieją zróżnicowane potrzeby i preferencje nabywców.

Zadanie 24.

Ile dni reklamowych może wykupić firma obuwnicza w ramach swojej kampanii promocyjnej, jeżeli dziennie planuje emisję 2 spotów po 1 200,00 zł, a na kampanię przeznaczyła 90 000,00 zł?

- A. 37 dni.
- B. 38 dni.
- C. 45 dni.
- D. 75 dni.

Zadanie 25.

Których z wymienionych programów **nie wolno** przerywać w celu nadania reklamy, zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji?

- A. Teleturniejów i gier.
- B. Filmów fabularnych.
- C. Programów dla dzieci.
- D. Programów naukowych.

Zadanie 26.

Który z pokazanych na rysunkach materiałów jest akcydensem?



A.



B.



C.

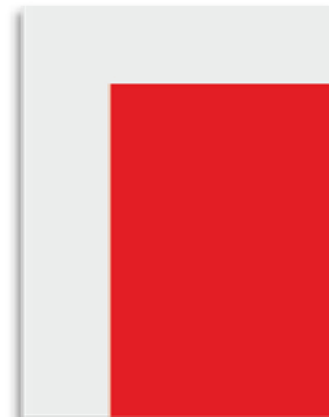


D.

Zadanie 27.

Który moduł ogłoszeniowy pokazano na rysunku?

- A. Półwysep.
- B. Junior page.
- C. Szachownicę.
- D. Rozkładówkę.



Zadanie 28.

Którego z przedstawionych wzorców należy użyć, aby zaprojektować ogłoszenie drobne typu „w kontrze”?

W kontrze	W kontrze	W kontrze	W kontrze
-----------	-----------	-----------	-----------

A.

B.

C.

D.

Zadanie 29.

Introligator, który chce wykroić z arkusza papieru logo firmy o skomplikowanych kształtach, a nie może tego uzyskać za pomocą zwykłego cięcia, dokona

- A. pasowania.
- B. bigowania.
- C. falcowania.
- D. sztancowania.

Zadanie 30.

Umieszczając reklamę na szybie sklepowej i chcąc równocześnie zapewnić 40% przepuszczalność światła oraz widoczność na zewnątrz, należy ją wykonać wykorzystując

- A. folię OWV.
- B. siatkę Mesh.
- C. folię adhezyjną.
- D. folię polimerową.

**Zadanie 31.**

Na której fotografii pokazano *Softbox*, czyli narzędzie do modyfikowania i zmiękczenia światła, którego konstrukcja powoduje, że światło kierowane jest w jedną stronę, dzięki czemu fotograf ma dużo większą kontrolę nad kierunkiem jego padania?



A.



B.



C.



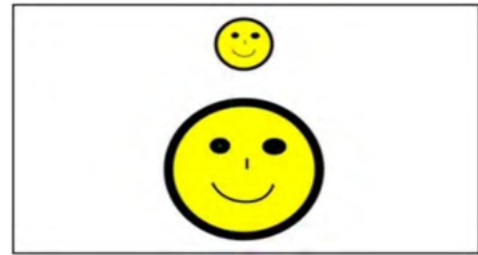
D.

Zadanie 32.

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



A.



B.



C.



D.

Zadanie 33.

Którą technikę druku należy zastosować do umieszczenia logo na kubku z wykorzystaniem gumowego stempla?

- A. Tampodruku.
- B. Rotograwiury.
- C. Druku cyfrowego.
- D. Druku offsetowego.

**Zadanie 34.**

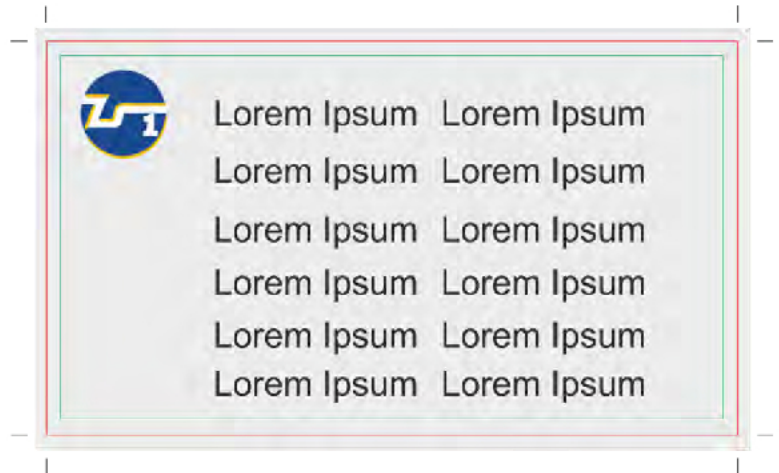
Realizując zamówienie na 10 000 sztuk ulotek reklamowych w formacie A5, należy zastosować

- A. tampodruk.
- B. fleksografię.
- C. druk cyfrowy.
- D. druk offsetowy.

Zadanie 35.

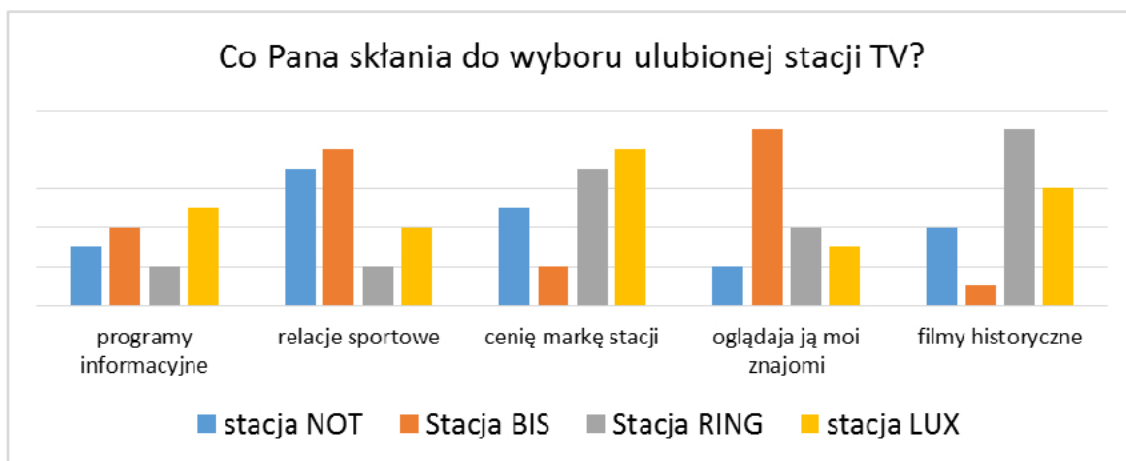
Które obszary zaznaczono na rysunku czerwoną i zieloną linią?

- A. Obszar spadu i linię koloru.
- B. Obszar formatu i linię gięcia.
- C. Obszar kreślenia i linię spadu.
- D. Obszar bezpieczny i linię cięcia.

**Zadanie 36.**

Pracownik agencji reklamowej obsługujący ploter tnący został porażony prądem. Jaką czynność należy wykonać w pierwszej kolejności?

- A. Wezwać przełożonego.
- B. Odłączyć dopływ prądu.
- C. Wezwać pogotowie ratunkowe.
- D. Ułożyć poszkodowanego w pozycji bezpiecznej.

Zadanie 37.

Na podstawie załączonych wyników ankiety wskaż, którą stację telewizyjną powinien wybrać producent kosmetyków męskich, aby wprowadzić na rynek linię dezodorantów dedykowanych młodym, aktywnym sportowo mężczyznom, spędzających wolny czas w towarzystwie przyjaciół.

- A. BIS
- B. LUX
- C. NOT
- D. RING

Zadanie 38.

$$\frac{\text{liczba osób z grupy docelowej, które w określonym czasie kampanii miały kontakt z reklamą}}{\text{wielkość grupy docelowej}} \times 100\%$$

Który ze wskaźników kampanii reklamowej jest określony za pomocą podanego wzoru?

- A. CPS
- B. GRP
- C. CPT
- D. REACH

Zadanie 39.

W miejscowości liczącej 300 osób, reklamę telewizyjną kawy obejrzało 50 kobiet, spośród 180 kobiet wchodzących w skład grupy docelowej. Jaki jest zasięg tej reklamy?

- A. 16,7%
- B. 23,5%
- C. 27,8%
- D. 38,5%

Zadanie 40.

Który z producentów galanterii skórzanej, stosując reklamę telewizyjną, osiągnął najwyższy współczynnik CPP (dotarcia do 1% grupy docelowej)?

	Nazwa producenta	Koszty emisji reklamy, zł	Oglądalność reklamy w grupie docelowej, %
A.	Artis	60 000,00	30
B.	Falko	52 000,00	25
C.	Corso	30 000,00	20
D.	Torino	95 000,00	60

$$CPP = \frac{\text{koszt emisji reklamy}}{\text{rating(oglądalność)}}$$

