

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

A.27-SG-20.01
 Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2020
CZEŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2012**

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 15 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.

Które narzędzie promocji będzie miało największą siłę oddziaływania na klienta, który jest w sklepie i podejmuje decyzję o zakupie sprzętu AGD?

- A. Sprzedaż osobista.
- B. Reklama telewizyjna.
- C. Sponsoring lokalnej drużyny sportowej.
- D. Artykuł sponsorowany w lokalnej prasie.

Zadanie 2.

Czy w ostatnim miesiącu widział Pan reklamę naszego produktu?

- TAK (proszę przejść do pytania nr 7)
- NIE (proszę przejść do pytania nr 11)

Który rodzaj pytania, przygotowany do przeprowadzenia wywiadu bezpośredniego, przedstawiono w ramce?

- A. Otwarte.
- B. Filtrujące.
- C. Kontrolne.
- D. Metryczkowe.

Zadanie 3.

Który z napisów został wykonany przy użyciu kroju pisma typu gotyk?

- A. TopCam Twoja wizja raj
- B. **TopCam Twoja wizja raj**
- C. *TopCam Twoja wizja raj*
- D. **TopCam Twoja wizja raj**

Zadanie 4.

Który z dokumentów zawiera zestaw niezbędnych informacji potrzebnych do opracowania przez agencję reklamową strategii reklamy?

- A. Brief.
- B. Oferta handlowa.
- C. Broszura reklamowa.
- D. Dokument reklamowy.

Zadanie 5.

W opracowanym przekazie reklamowym pasty do zębów wykorzystano eksperta, który wypowiada się na temat produktu i rekomenduje go. Który z wymienionych elementów przekazu reklamowego zaburzy go i wywoła u odbiorcy efekt sprzeczności?

- A. Służbowy strój.
- B. Tytuł naukowy.
- C. Potoczny język.
- D. Rozległa wiedza.

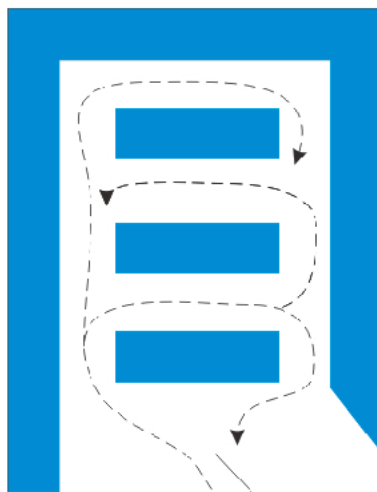
Zadanie 6.


Który rodzaj środka artystycznego wyrazu zastosowano w sloganie „Twój kot kupowałby smakołyki”?

- A. Epitet.
- B. Aliteracja.
- C. Porównanie.
- D. Personifikacja.

Zadanie 7.


Na którym rysunku przedstawiono sposób aranżacji sali sprzedaży typu ruszt?



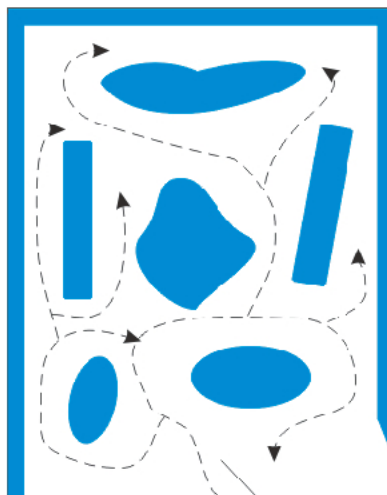
Legenda:
 Ekspozycja towarów
 - - -> Kierunek ruchu nabywców


A.



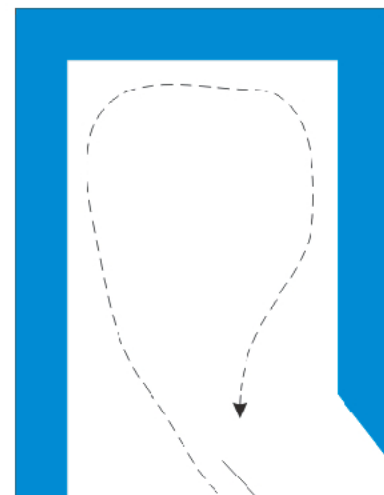
Legenda:
 Ekspozycja towarów
 - - -> Kierunek ruchu nabywców


B.



Legenda:
 Ekspozycja towarów
 - - -> Kierunek ruchu nabywców

C.



Legenda:
 Ekspozycja towarów
 - - -> Kierunek ruchu nabywców

D.

Zadanie 8.

Którą operację należy wykonać w utworzonej w arkuszu kalkulacyjnym bazie danych w celu wyświetlenia tylko i wyłącznie informacji o zleceniu dla konkretnego klienta, zrealizowanym we wskazanym miesiącu i dotyczącym projektu określonych nośników reklamowych?

- A. Sortowanie.
- B. Filtrowanie.
- C. Recenzowanie.
- D. Konsolidowanie.

Zadanie 9.

Który z projektowanych przekazów reklamowych napoju alkoholowego typu piwo jest prawnie **niedozwolony**?

- A. Plakat reklamowy w pubie ze sloganem "Nowa butelka, ten sam dobry smak".
- B. Telewizyjny spot reklamowy, w którym kierowca rajdowy na mecie wznosi toast piwem, a następnie delectuje się nim z kolegami.
- C. Kinowy spot reklamowy, który będzie emitowany przed filmem dla osób dorosłych, którego projekcja rozpocznie się o godzinie 23:30.
- D. Plakat na tablicy reklamowej browaru (20% powierzchni reklamy stanowi napis informujący o szkodliwości spożywania alkoholu).

Zadanie 10.

Który materiał POS w postaci wiszącego elementu obracającego się pod wpływem ruchu powietrza został przedstawiony na rysunku?

- A. Topper.
- B. Dangler.
- C. Display.
- D. Shelf talker.

**Zadanie 11.**

Który element logo przedstawiony na zamieszczonym rysunku oznaczono strzałką?

- A. Sygnet.
- B. Tagline.
- C. Logotyp.
- D. Kaligraf.



Zadanie 12.

Przekaz reklamowy został zamieszczony na papierowej opasce (taśmie) obejmującej czasopismo, która powoduje otworzenie się magazynu na artykule sponsorowanym. Reklama prasowa zaprojektowana w tej formie to

- A. banderola.
- B. french gate.
- C. french door.
- D. brasilian cover.

**Zadanie 13.**

W celu wywołania napięcia i emocji w radiowym spocie reklamowym ubezpieczeń samochodowych umieszczono nagły dźwięk zderzenia/kolizji. Którą formę dźwiękową wykorzystano w tym przekazie?

- A. Dźwięki.
- B. Efekt dźwiękowy.
- C. Podkład muzyczny stanowiący tło przekazu.
- D. Podkład muzyczny związany z treścią przekazu.

Zadanie 14.

Który symbol umieszczony obok logo firmy oznacza znak towarowy zarejestrowany w urzędzie patentowym?

TM

A.

SM

B.

®

C.

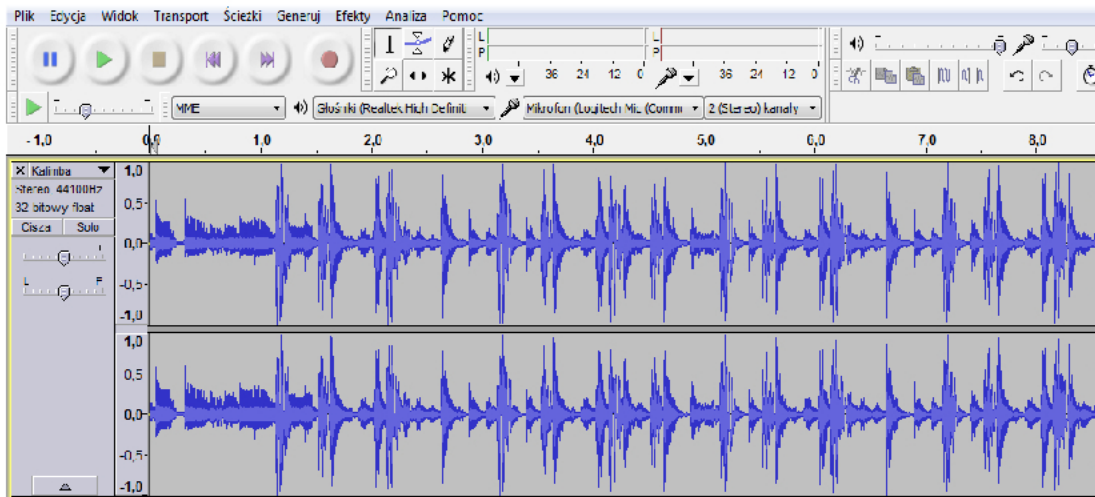
©

D.

Zadanie 15.

Do czego wykorzystywana jest w programach komputerowych technika morphingu?

- A. Edycji tekstu.
- B. Korekty dźwięku.
- C. Tworzenia animacji.
- D. Analizy danych liczbowych.

Zadanie 16.

Do czego służy program komputerowy, którego okno przedstawiono na rysunku?

- A. Tworzenia animacji.
- B. Tworzenia grafiki rastrowej.
- C. Tworzenia grafiki wektorowej.
- D. Obróbki plików dźwiękowych.

Zadanie 17.

Klient, właściciel butiku z ekskluzywną odzieżą damską, zamówił reklamę wystawienniczą w postaci aranżacji wystawy sklepowej. W której formie najlepiej przedstawić klientowi projekt reklamy do akceptacji?

- A. Proofu cyfrowego.
- B. Briefu reklamowego.
- C. Proofu analogowego.
- D. Wizualizacji komputerowej.

Zadanie 18.

Agencja reklamowa postanowiła zbadać jak potencjalni odbiorcy spotu reklamowego oceniają pomysł. W tym celu stworzyła uproszczoną wersję spotu reklamowego na podstawie scenopisu obrazkowego z uproszczoną animacją postaci wewnątrz kadru oraz z planowanymi ruchami kamery.

Którą wersję spotu reklamowego opisano w ramce?

- A. Master.
- B. Animatik.
- C. Fotomatik.
- D. Storyboard.

Zadanie 19.

Którą metodę oceny projektu przekazu reklamowego, pod kątem reakcji odbiorcy reklamy, przedstawiono na ilustracji?

- A. Audiometryczną.
- B. Psychogalwaniczną.
- C. Eye-tracking (oko-kamera).
- D. VOPAN (analiza wysokości głosu).

**Zadanie 20.**

Celem kampanii reklamowej jest poinformowanie klientów o otwarciu w Katowicach nowego oddziału sieciowej restauracji. Która z wymienionych form reklamy zapewni najlepsze dotarcie do grupy docelowej, którą stanowią mieszkańcy Katowic i okolic?

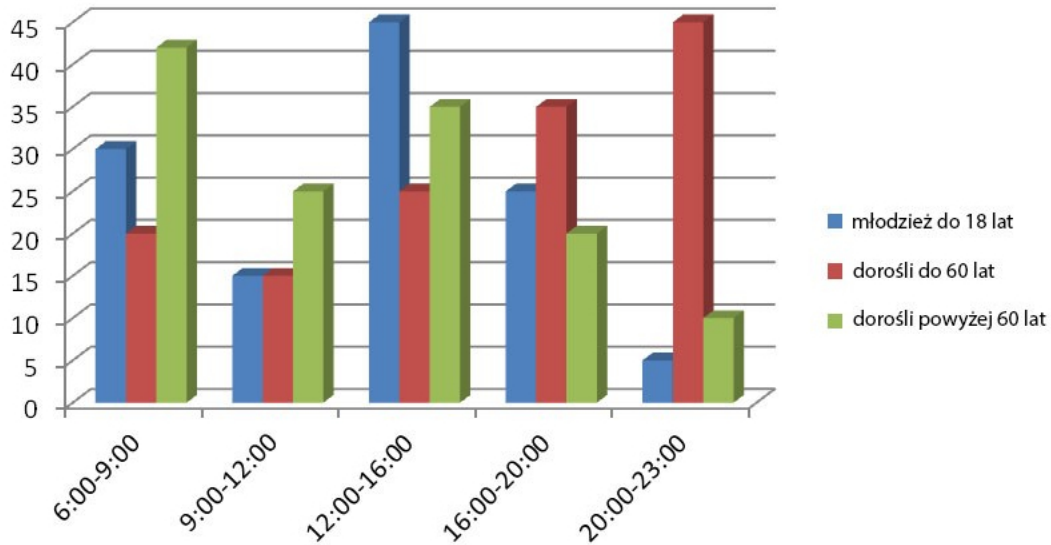
- A. Spot w TVP3 Katowice.
- B. Spot radiowy w Radiu Bielsko.
- C. Plakat umieszczony przed restauracją.
- D. Ogłoszenie modułowe w dzienniku ogólnopolskim.

Zadanie 21.

Które z wymienionych mediów spełnia wymagania określone w strategii reklamy firmy, podane w ramce?

- A. Kino.
- B. Radio.
- C. Outdoor.
- D. Telewizja.

Strategia reklamy zakłada wykorzystanie medium cechującego się długim czasem ekspozycji, nawet 24 h, wysoką selektywnością geograficzną, atrakcyjną techniką prezentacji i niskim kosztem przygotowania.

Zadanie 22.

Na podstawie wykresu przedstawiającego poziom oglądalności pewnej stacji telewizyjnej wybierz najkorzystniejszy czas emisji spotu reklamowego adresowanego do grupy docelowej, czyli osób w wieku powyżej 65 lat.

- A. 7:30 - 8:30
- B. 9:30 - 10:30
- C. 15:00 - 16:00
- D. 19:30 - 20:30

Zadanie 23.

Dzień wydania	Cena 1 modułu ogłoszenia [zł]	
	ogłoszenie kolorowe	ogłoszenie czarno-białe
poniedziałek-piątek	250,00	180,00
sobota-niedziela	350,00	280,00

Określ liczbę emisji reklamy prasowej w weekendowych wydaniach pewnego dziennika, jeśli klient zażyczył sobie, aby reklama zajmowała 2 moduły oraz była wydrukowana w kolorze. Budżet kampanii wynosi 4200,00 zł.

- A. 6 emisji.
- B. 7 emisji.
- C. 8 emisji.
- D. 12 emisji.

Zadanie 24.

Które zjawisko polegające na przełączaniu kanałów telewizyjnych przez oglądającego ma znaczenie przy planowaniu kolejności emisji spotów w bloku?

- A. Mailing.
- B. Zapping.
- C. Intermedia.
- D. Telemarketing.

Zadanie 25.

§ 3

Zamawiający zleca zamieszczenie reklamy w kwartalniku "Twój ogród" zgodnie z załączonymi materiałami, w terminie i formacie:

1) numer wydania: zima 2020

2) przedmiot zamówienia:

– reklama rozkładówka (2 sąsiadujące strony A4)

cena netto: 2500,00 zł; stawka VAT 23%

– usługa dodatkowa - design reklamy

cena netto: 250,00 zł; stawka VAT 23%

§ 4

Kwota za zamieszczenie reklamy płatna jest w formie zaliczki w wysokości 50% wartości brutto zamówienia w terminie 14 dni od złożenia zamówienia. Pozostałą kwotę należy zapłacić w terminie 14 dni od publikacji reklamy.

W oparciu o zamieszczony fragment umowy o emisję reklamy prasowej określ wysokość zaliczki, jaką zamawiający ma umieścić na poleceniu przelewu na rzecz wydawcy reklamy.

- A. 1 058,75 zł
- B. 1 375,00 zł
- C. 1 691,25 zł
- D. 3 382,50 zł

Zadanie 26.

Nieuczciwa praktyka polegająca na rejestrowaniu różnych wariantów domen internetowych znanych marek i ich sprzedaż po zawyżonej cenie firmom, które nie zarejestrowały wcześniej takich domen, to

- A. linking.
- B. framing.
- C. typosquatting.
- D. cybersquatting.

Zadanie 27.

Który z wymienionych etapów produkcji spotu radiowego jest realizowany najpóźniej?

- A. Dobór lektora.
- B. Analiza briefu reklamowego.
- C. Komponowanie podkładu muzycznego.
- D. Dodawanie efektów dźwiękowych i usuwanie szumów.

Zadanie 28.

Który z wymienionych papierów to według klasyfikacji handlowej papier niskogramaturowy powlekany?

- A. HWC (high weight coated).
- B. LWC (light weight coated).
- C. LWU (light weight uncoated).
- D. MFC (machine finished coated).

Zadanie 29.**Parametry zlecenia:**

- wielkość zamówienia 1000 sztuk (rozmieszczonych po 10 na stronie A4),
- kolorystyka 4+4

Parametry technologiczne:

- prędkość wydruku 20 stron/minutę
- prędkość cięcia manualnej wycinarki wizytówek 60 kartek A4/godzinę
- czas pakowania 20 minut.

Ile czasu potrzeba, aby zrealizować zamówienie klienta dotyczące wydruku zatwierdzonego wzoru wizytówki?

- A. 125 minut.
- B. 130 minut.
- C. 170 minut.
- D. 230 minut.

Zadanie 30.

Który proces należy zastosować, aby uzyskać efekt uszlachetniania papieru przedstawiony na rysunku, polegający na nadaniu powierzchni papieru struktury płótna, tak by zyskała ona ciekawszy wygląd i była niepowtarzalna w dotyku?

- A. Brązowanie.
- B. Gumowanie.
- C. Cold-stamping.
- D. Kalandrowanie.



Zadanie 31.

Którego z wymienionych narzędzi należy użyć, aby uzyskać kształty zawieszek przedstawione na ilustracji?

- A. Rakli.
- B. Falcerki.
- C. Kalandra.
- D. Wykrojnika.

**Zadanie 32.**

Parametry	Typy papieru termotransferowego			
	VVV	XXX	YYY	ZZZ
Czas nadruku	30 s	10 s	12 s	25 s
Odrywanie warstwy nośnej	po 5-8 s	po 4 s	po 3 s	po 3 s
Przeznaczenie	bawełna	bawełna oraz mieszanki bawełny i poliestrów	mieszanki bawełny i poliestrów	mieszanki bawełny i poliestrów
Pranie	max 40 °C	max 45 °C	max 30 °C	max 45 °C

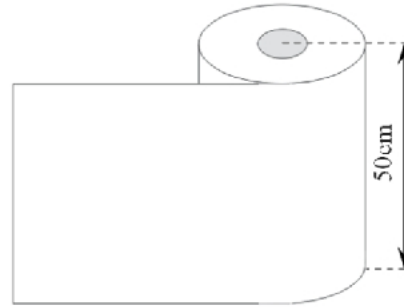
Korzystając z danych zawartych w tabeli, dobierz papier termotransferowy do wykonania nadruku na torbach z mieszanki bawełny i poliestrów, przy założeniu, że torby będą mogły być prane w temperaturze 40 °C, a łączny czas wykonania nadruku i odrywania warstwy nośnej ma być najkrótszy.

- A. VVV
- B. XXX
- C. YYY
- D. ZZZ

Zadanie 33.

Jaką minimalną liczbę rolek folii termotransferowej należy zamówić, aby wykonać nadruk 500 szt. kół o promieniu 11,5 cm? Rolka folii ma szerokość 50 cm i długość 20 mb, będzie wykorzystana optymalnie, a fragmenty folii nie będą sklejane.

- A. 1 rolkę.
- B. 3 rolki.
- C. 5 rolek.
- D. 6 rolek.

**Zadanie 34.**

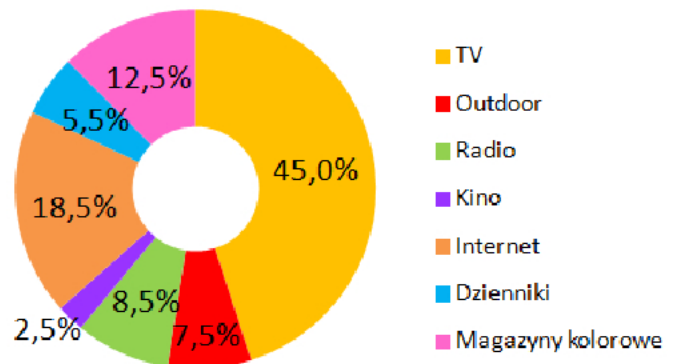
Przygotowana reklama w wersji elektronicznej została przekazana klientowi do akceptacji jako plik z rozszerzeniem MP3. Który z wymienionych nośników reklamowych został przygotowany dla klienta?

- A. Spot radiowy.
- B. Spot telewizyjny.
- C. Animacja komputerowa.
- D. Plakat wielkoformatowy.

Zadanie 35.

Na podstawie graficznej prezentacji udziału poszczególnych segmentów rynku reklamy w pewnym roku określ, jaki był udział segmentu czasopism w porównaniu z segmentem radia.

- A. Mniejszy o 3 punkty procentowe.
- B. Mniejszy o 2 punkty procentowe.
- C. Większy o 4 punkty procentowe.
- D. Większy o 9,5 punkta procentowego.



Zadanie 36.

Pytanie	Odpowiedzi respondentów
"Czy zauważył Pan/Pani ogłoszenie reklamowe w czasopiśmie?"	Tak - 225 odpowiedzi
"Jakiej marki dotyczyło zauważone przez Pana/Panią ogłoszenie reklamowe?"	Marki „King” - 186 odpowiedzi
"O czym informowała treść ogłoszenia reklamowego, które Pan/Pani zauważył?"	O właściwościach leczniczych wody - 126 odpowiedzi

Ocenę jakości reklamy prasowej przeprowadzono metodą rozpoznania. Test przeprowadzono w grupie 300 osób, stałych czytelników czasopisma, którym zadano 3 pytania. Który odsetek osób poddanych testowi zapamiętało ogłoszenie w stopniu najwyższym?

- A. 33%
- B. 42%
- C. 62%
- D. 75%

Zadanie 37.

Oblicz koszt efektywnego dotarcia do 1% grupy docelowej, jeśli kampania reklamowa kosztowała 175 000,00 zł, a wskaźnik intensywności kampanii reklamowej wynosił 25 punktów.

- A. 5 303,03 zł
- B. 7 000,00 zł
- C. 43 750,00 zł
- D. 131 250,00 zł

Zadanie 38.**Podział demograficzny społeczeństwa uwzględniający korzystanie z Internetu**

		Wiek [lata]			
		12-17	18-29	30-45	powyżej 45
Kobiety	liczba kobiet ogółem	420 000	880 000	1 540 000	2 505 000
	liczba kobiet korzystających z Internetu	352 800	836 000	1 309 000	1 778 550
Mężczyźni	liczba mężczyzn ogółem	450 000	875 000	1 490 000	2 620 000
	liczba mężczyzn korzystających z Internetu	387 000	805 000	1 296 300	1 886 400

Oblicz liczbę użytkowników, jeśli w badanym okresie w witrynie internetowej A reklamę nowego modelu motocykla odśloniło 10% grupy docelowej, czyli mężczyzn w wieku od 18 do 45 lat korzystających z Internetu.

- A. 210 130 osób
- B. 214 500 osób
- C. 236 500 osób
- D. 2 101 300 osób

Zadanie 39.

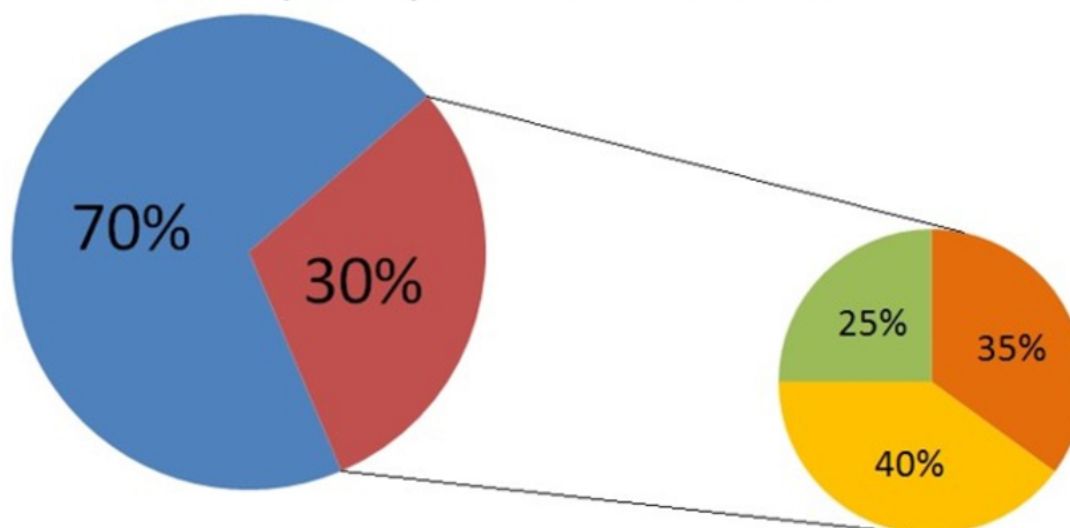
	A	B	C	D
1	Wartość sprzedaży przed rozpoczęciem kampanii	Wartość sprzedaży po zakończeniu kampanii	Nakłady poniesione na reklamę	Wskaźnik rentowności reklamy
2	450 000,00 zł	570 000,00 zł	40 000,00 zł	
3				

Do badań efektywności reklamy wykorzystano arkusz kalkulacyjny. Jaką formułę należy wpisać w komórce D2, aby otrzymać prawidłową wartość wskaźnika rentowności reklamy?

- A. $= (B2 - A2) / C2$
- B. $= B2 - A2 / C2$
- C. $= C2 : B2 - A2$
- D. $= C2 : (A2 - B2)$

Zadanie 40.

Skuteczność reklamy kosmetyków dla kobiet marki ATOS



Czy w przeciągu ostatniego miesiąca widziała Pani reklamę kosmetyków marki ATOS?

- NIE
- TAK

Jeśli TAK, reklamę którego produktu Pani widziała?

- Kremu
- Szamponu
- Balsamu

Na podstawie zamieszczonego wykresu określ, ile osób widziało reklamę szamponu przy założeniu, że badaniami objęto grupę 1000 respondentów.

- A. 75 osób.
- B. 105 osób.
- C. 120 osób.
- D. 300 osób.