

Nazwa kwalifikacji: **Sprzedaż produktów i usług reklamowych**  
Oznaczenie kwalifikacji: **AU.29**  
Wersja arkusza: **SG**  
Czas trwania egzaminu: **60 minut**

AU.29-SG-20.01

## **EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE**

**Rok 2020**

**CZĘŚĆ PISEMNA**

**PODSTAWA PROGRAMOWA  
2017**

### **Instrukcja dla zdającego**

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 11 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”:

<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.

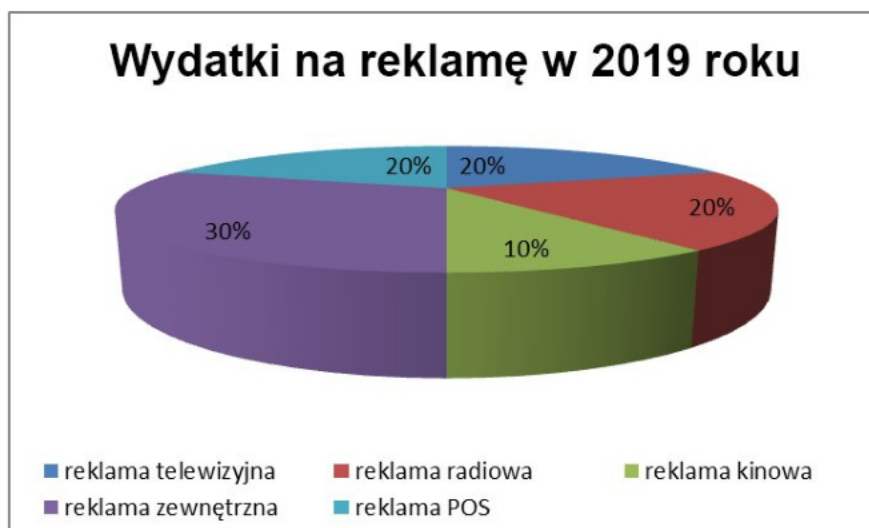
<input checked="" type="checkbox"/>	B	C	<input checked="" type="checkbox"/>
-------------------------------------	---	---	-------------------------------------

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.**

Który produkt reklamowy należy wybrać, aby znalazł się on w segmencie mediów o największym udziale wydatków?

- A. Dangler.
- B. Billboard.
- C. Spot radiowy.
- D. Spot telewizyjny.

**Zadanie 2.**

Z którego źródła informacji należy skorzystać, aby uzyskać dane o zmianach zachodzących w branży reklamowej?

- A. Katalogu firmowego.
- B. Czasopisma branżowego.
- C. Gazety codziennej regionalnej.
- D. Gazety codziennej ogólnokrajowej.

**Zadanie 3.**

Z której zakładki powinien skorzystać klient, jeśli zamierza uzyskać informacje o zasadach umieszczania płatnych linków na portalach internetowych?

- A. Google AdWords.
- B. Prezentacje multimedialne.
- C. Tworzenie stron internetowych.
- D. Tworzenie sklepów internetowych.

**Zadanie 4.**

Opcje	Strona XS 1 300,00 zł netto	Strona S 1 600,00 zł netto	Strona M 2 000,00 zł netto	Strona L 3 000,00 zł netto
Liczba podstron	5	7	15	20
Galeria	max 10 zdjęć	max 20 zdjęć	max 35 zdjęć	max 55 zdjęć
System zarządzania treścią	✓	✓	✓	✓
Instalacja na serwerze	✓	✓	✓	✓

Którą stronę internetową powinien wybrać klient dysponujący kwotą 2 500,00 zł netto, jeśli zależy mu głównie na umieszczeniu co najmniej 10 podstron i 30 zdjęć na stronie?

- A. Stronę SX.
- B. Stronę S.
- C. Stronę M.
- D. Stronę L.

**Zadanie 5.**

Efektom końcowym usługi reklamowej w przypadku zamówienia ekspozycji reklamy na billboardzie będzie

- A. wykonanie tablicy reklamowej.
- B. przygotowanie projektu graficznego.
- C. przyklejenie przygotowanej grafiki na tablicę reklamową.
- D. przesłanie grafiki niezbędnej do wykonania projektu przez zleceniodawcę.

**Zadanie 6.**

Konstrukcja wielkogabarytowa	Billboard	Tablica reklamowa	Megaboard	Totem	X
------------------------------	-----------	-------------------	-----------	-------	---

Który produkt reklamowy należy umieścić w tabeli w miejscu oznaczonym X, aby był spójny z pozostałymi?

- A. Ulotkę.
- B. Pylon.
- C. Plakat.
- D. Roll-up.

**Zadanie 7.**

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 8.**

Jeśli klient zamierza dotrzeć do grupy docelowej zamawiającej głównie towary z wykorzystaniem nowoczesnych metod sprzedaży, powinien najwięcej nakładów finansów przeznaczyć na zaprojektowanie

- A. tablic reklamowych.
- B. sklepu internetowego.
- C. szyldów reklamowych.
- D. pylonu multimedialnego.

**Zadanie 9.**

W zeszłym roku agencja reklamowa zarobiła najwięcej na sprzedaży banerów. Oznacza to, że największy dochód uzyskała z

- A. reklam na pojazdach.
- B. druku akcydensowego.
- C. druku wielkoformatowego.
- D. konstrukcji wielkogabarytowych.

**Zadanie 10.**

Od 2015 roku obserwuje się stale rosnący udział wydatków na ścianki Pop Up. Oznacza to, że firmy w kampanii reklamowej duży nacisk kładą na

- A. reklamę mobilną.
- B. reklamę radiową.
- C. banery internetowe.
- D. systemy wystawiennicze.

**Zadanie 11.**

Która ze wskazanych cech **nie stanowi** mocnej strony reklamy internetowej?

- A. Elastyczność.
- B. Interaktywność.
- C. Brak granic geograficznych.
- D. Wysokie koszty przygotowania i emisji.

**Zadanie 12.**

Produkt, który określany jest jako „dojna krowa” w macierzy BCG

- A. generuje niskie zyski.
- B. generuje wysokie zyski.
- C. nie przynosi nadwyżki dochodu.
- D. posiada niski udział w rynku.

**Zadanie 13.**

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

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

**Zadanie 14.**

Agencja reklamowa stworzyła sytuację, w której internauci sami rozpowszechniają między sobą wiadomości związane z firmą. Takie działanie określane jest jako

- A. pozycjonowanie.
- B. e-mail marketing.
- C. content marketing.
- D. marketing wirusowy.

**Zadanie 15.**

Kwadratowe grafiki umieszczane na billboardach, które po zeskanowaniu przekierowują na stronę internetową, określane są jako

- A. kody QR.
- B. voice mailing.
- C. reklamy display.
- D. referral marketing.

**Zadanie 16.**

W celu dopasowania marketingu-mix firmy do lokalizacji geograficznej klientów należy zastosować

- A. remarketing.
- B. geomarketing.
- C. neuromarketing.
- D. B2B marketing.

**Zadanie 17.**

Oferta agencji reklamowej ma obejmować działania z zakresu public relations, dlatego należy w niej ująć

- A. publicity.
- B. sponsoring.
- C. reklamę zewnętrzną.
- D. promocję sprzedaży.

**Zadanie 18.**

Które z wymienionych środków reklamowych powinna zaproponować agencja w celu prezentacji jak najszerzej oferty podczas otwarcia sklepu meblowego?

- A. Twiny.
- B. Topery.
- C. Standy.
- D. Katalogi.

**Zadanie 19.**

Który ze środków reklamowych powinien wybrać klient z oferty, jeśli zależy mu na produkcie outdoor?

- A. Dangler.
- B. Citylight.
- C. Wizytówkę.
- D. Teczki firmową.

**Zadanie 20.**

ZAMÓWIENIE NR 123/09/2019				Warszawa, dn. 10.01.2020 r.		
Nabywca: Andrzej Nowakowski ul. Nowa 2, 00-230 Warszawa				Sprzedawca: Agencja Reklamowa Druk ul. Koraliowa 345, 00-240 Warszawa		
Lp.	Nazwa produktu	Cena jednostkowa netto	Stawka VAT	Kwota podatku VAT	Cena jednostkowa brutto	Zapotrzebowanie
1	Smycz	0,50 zł	23%	0,12 zł	0,62 zł	100 szt.
2	Roll-up 80×200 mm	160,00 zł	23%	36,80 zł	196,80 zł	10 szt.
3	Tabliczka przydrzwiowa 180×54 mm	85,00 zł	23%	19,55 zł	104,55 zł	5 szt.

Jaką wartość brutto zapłaci klient za zamówione produkty?

- A. 2 025,00 zł
- B. 2 030,00 zł
- C. 2 075,00 zł
- D. 2 552,75 zł

**Zadanie 21.**

Koncepcja	Projekt wykonawczy	Przygotowanie stanowiska	Rabat od wartości netto zamówienia
1 000,00 zł netto	2 500,00 zł netto	2 000,00 zł netto	10%
Obowiązuje podstawowa stawka podatku VAT 23%.			

Którą sumę brutto będzie musiał zapłacić klient agencji reklamowej za gotowe stanowisko targowe przygotowane według zamieszczonego kosztorysu?

- A. 4 950,00 zł
- B. 5 500,00 zł
- C. 6 088,50 zł
- D. 6 765,00 zł

**Zadanie 22.**

Który rodzaj rabatu zastosowała agencja reklamowa, jeśli udzieliła klientowi zniżki z okazji zbliżającego się Dnia Kobiet?

- A. Ilościowy.
- B. Sezonowy.
- C. Funkcjonalny.
- D. Okolicznościowy.

**Zadanie 23.**

Agencja reklamowa ustala ceny na swoje produkty w oparciu o wielkość zapotrzebowania. Oznacza to, że stosuje metodę

- A. kosztową.
- B. popytową.
- C. strategiczną.
- D. wartościową.

**Zadanie 24.**

Którą cenę brutto należy wstawić do cennika, jeżeli agencja reklamowa do ceny netto zakupu wynoszącej 130,00 zł stosuje 20% narzut i 23% stawkę podatku VAT?

- A. 156,00 zł
- B. 159,90 zł
- C. 187,20 zł
- D. 191,88 zł

**Zadanie 25.**

Agencja Reklamowa Druk  
 ul. Koraliowa 345, 00-240 Warszawa,  
 NIP: 2345678901, tel. 123 456 789

**Cennik produktów reklamowych obowiązujący w terminie**

Lp.	Nazwa produktu	Jednostka miary	Cena jednostkowa netto	Stawka VAT	Kwota podatku VAT	Cena jednostkowa brutto
1	Smycz	szt.	0,50 zł	23%	0,12 zł	0,62 zł
2	Roll-up 80×200 mm	szt.	160,00 zł	23%	36,80 zł	196,80 zł
3	Tabliczka przydrzwiowa 180×54 mm	szt.	85,00 zł	23%	19,55 zł	104,55 zł

Przy zamówieniu powyżej 100 szt. udzielamy 5% zniżki!

Który rodzaj rabatu uwzględniono w zamieszczonym cenniku ?

- A. Ilościowy.
- B. Sezonowy.
- C. Okazjonalny.
- D. Funkcjonalny.

**Zadanie 26.**

Program komputerowy wykorzystywany do otwierania dokumentów zapisanych w formacie .pdf nazywa się

- A. Adobe Reader.
- B. Microsoft Word.
- C. Microsoft Excel.
- D. Adobe Soundbooth.

**Zadanie 27.**

Tworzenie bazy danych klientów na zasadzie „member gets member” oznacza

- A. wykorzystywanie baz danych od innych firm.
- B. pozyskiwanie klientów od obecnych klientów.
- C. pozyskiwanie danych klientów poprzez call centre.
- D. umieszczanie na stronie możliwości zapisu do newslettera.

**Zadanie 28.**

Których zwrotów powinien użyć sprzedawca, jeśli podczas prowadzonej rozmowy sprzedażowej stwierdził, że ma do czynienia z klientem systematycznym?

- A. „Jak mogę rozwiązać Pana wątpliwości?”.
- B. „Czy ma Pan jeszcze jakieś uwagi do naszej oferty”.
- C. „Po pierwsze to nowość, po drugie jest teraz na ten produkt promocja”.
- D. „Prezentowany produkt jest identyczny, jak ten, który nabył Pan na wakacjach”.



**Zadanie 29.**

Klient, który nie precyzuje jednoznacznie zamówienia, odnosi się do wielu kwestii podczas rozmowy sprzedażowej, określany jest jako klient

- A. zgodny.
- B. osobisty.
- C. chaotyczny.
- D. problemowiec.

**Zadanie 30.**

Które działanie wskazuje na zastosowanie up-sellingu podczas rozmowy sprzedażowej?

- A. Oferowanie dóbr substytucyjnych.
- B. Oferowanie produktów niedostępnych w sprzedaży.
- C. Namawianie klienta do zakupu produktu niższej klasy.
- D. Namawianie klienta do zakupu produktu wyższej klasy.

**Zadanie 31.**

Która wypowiedź świadczy o domykaniu rozmowy sprzedażowej?

- A. „Dziękuję za udzielenie odpowiedzi na wszystkie pytania”.
- B. „Dzwonię, aby podziękować Państwu za skorzystanie z oferty”.
- C. „Jeśli nie zadowala Pana ta oferta, to przygotowujemy inny wariant”.
- D. „Gratuluję dobrego wyboru. Proszę o podanie jeszcze kilku danych”.

**Zadanie 32.**

W celu zwiększenia wiarygodności produktu oraz zwiększenia jego sprzedaży, prezentując ofertę na stronie internetowej, należy umieścić

- A. baner reklamowy.
- B. zakładkę z możliwością rejestracji.
- C. informację o polityce prywatności.
- D. recenzje i rekomendacje klientów.

**Zadanie 33.**

Prowadząc sprzedaż towarów z zastosowaniem zasady kontrastu, należy w pierwszej ofercie przedstawić

- A. wąski zakres oferty.
- B. szeroki zakres oferty.
- C. cenę wyższą niż w drugiej ofercie.
- D. cenę identyczną jak w drugiej ofercie.

**Zadanie 34.**

Jeśli klient zlecił przygotowanie materiałów reklamowych POS, przeznaczonych do umieszczenia na półce, to który produkt reklamowy należy ująć w zamówieniu?

- A. Stand.
- B. Hanger.
- C. Wobbler.
- D. Bilonownicę.

### Zadanie 35.

Który produkt reklamowy zostanie najlepiej wyeksponowany w podajniku widocznym na ilustracji?

- A. Ulotki.
- B. Stoppery.
- C. Bannery.
- D. Flagietki.



### Zadanie 36.

Jeśli w trakcie negocjacji jedna ze stron nie chce zrezygnować z wyznaczonych celów, nie chce iść na ustępstwa, to oznacza, że stosuje negocjacje

- A. twarde.
- B. miękkie.
- C. rzeczowe.
- D. kooperacyjne.

### Zadanie 37.

Które zachowanie negocjatora wskazuje na stosowanie techniki „mierz wysoko”?

- A. Szybkie ustępowanie.
- B. Stopniowe ustępowanie.
- C. Ustalanie celów na maksymalnym poziomie.
- D. Stopniowe zwiększanie celów podczas negocjacji.

### Zadanie 38.

W fakturze kupna/sprzedaży kupujący zauważył niezgodność cenową. Który dokument musi ponownie wystawić sprzedawca, aby skorygować błąd?

- A. Notę korygującą.
- B. Fakturę sprzedaży.
- C. Fakturę korygującą.
- D. Protokół reklamacyjny.

### Zadanie 39.

Ofertę handlową zawierającą w nagłówku i stopce informacje teleadresowe agencji reklamowej, przygotowuje się z użyciem programu

- A. Microsoft Word.
- B. Microsoft Access.
- C. Microsoft Clip Organizer.
- D. Microsoft InfoPath Filler.

**Zadanie 40.**

W celu wklejenia skopiowanego tekstu zawierającego informacje o produktach reklamowych, należy użyć skrótu klawiszowego

- A. Ctr+A
- B. Ctrl+C
- C. Ctrl+V
- D. Ctr+N