

Nazwa kwalifikacji: **Sprzedaż produktów i usług reklamowych**

Oznaczenie kwalifikacji: **AU.29**

Wersja arkusza: **SG**

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

AU.29-SG-21.01

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2021

CZĘŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2017**

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”:

<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.

Które elementy tworzą kompletną marketingową koncepcję 4C?

- A. Wartość dla klienta, koszt jaki ponosi klient, wygoda nabycia, komunikacja z rynkiem.
- B. Konkurencja, koszt jaki ponosi klient, wygoda nabycia, komunikacja z rynkiem.
- C. Wartość dla klienta, produkt, koszt jaki ponosi klient, komunikacja z rynkiem.
- D. Konkurencja, produkt, wygoda nabycia, koszt jaki ponosi klient.

Zadanie 2.

W oparciu o schemat macierzy BCG określ, który produkt to „znak zapytania”, charakteryzujący się niską rentownością i wymagający dużych nakładów na promocję.

- A. Szampon.
- B. Dezodorant.
- C. Balsam do ciała.
- D. Żel pod prysznic.

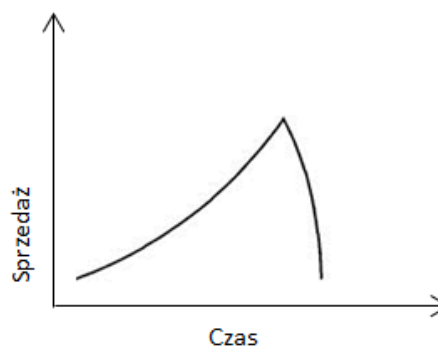
Stopa wzrostu sprzedaży	Wysoka	Szampon	Żel pod prysznic
	Niska	Balsam do ciała	Dezodorant
		Niski	Wysoki

Udział w rynku

Zadanie 3.

Zamieszczony na rysunku przebieg krzywej życia produktu dotyczy produktu

- A. modnego.
- B. będącego w fazie recyklu.
- C. poddawanego modyfikacjom.
- D. będącego „sezonowym dziwactwem”.



Zadanie 4.

Którego elementu **nie uzupełniono** w analizie strukturalnej sektora, nazywanej również analizą pięciu sił Portera, na zamieszczonym rysunku?

- A. Siła przetargowa rządu.
- B. Siła przetargowa banków.
- C. Zagrożenie ze strony konkurencji.
- D. Zagrożenie ze strony substytutów.



Zadanie 5.

Do której grupy kryteriów segmentacji rynku zalicza się wiek, płeć i wykształcenie?

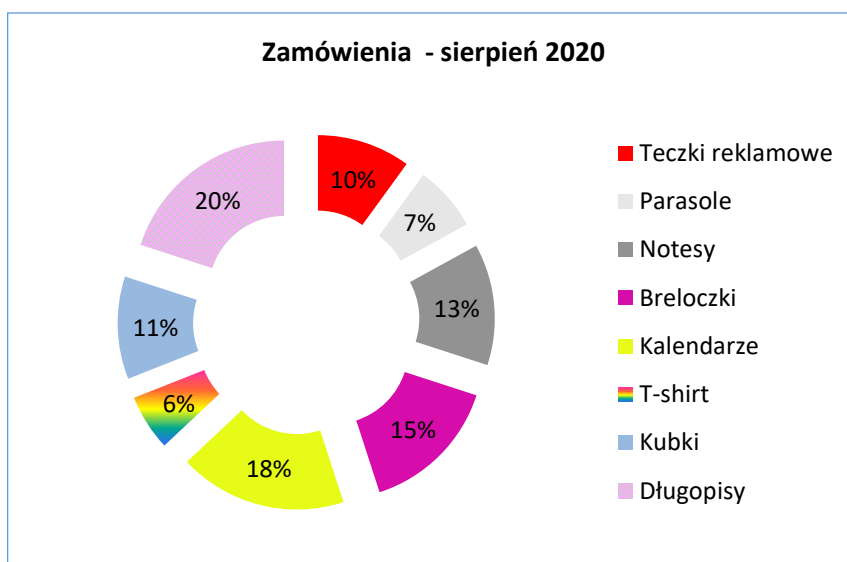
- A. Behawioralnej.
- B. Geograficznej.
- C. Ekonomicznej.
- D. Demograficznej.

Zadanie 6.

Bezpośredni sondaż kwestionariuszowy, gdzie ankieter odczytuje pytania i zapisuje odpowiedzi udzielane przez respondenta na kartce z formularzem, to wywiad

- A. PAPI
- B. CAPI
- C. CATI
- D. CAWI

Zadanie 7.



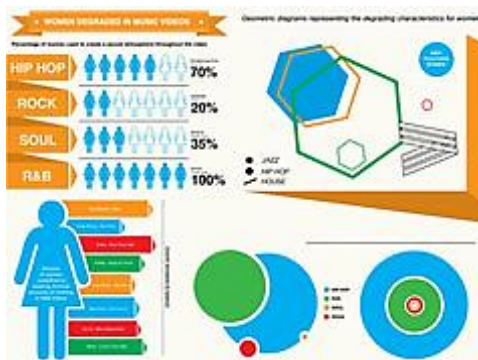
Które produkty reklamowe miały łącznie największy procentowy udział w zamówieniach w sierpniu 2020?

- A. Breloczki, teczki, notesy.
- B. T-shirty, notesy, parasole.
- C. Kalendarze, parasole, breloczki.
- D. Długopisy, kalendarze, breloczki.

Zadanie 8.

Przedstawiona grafika jest formą prezentacji informacji zwaną

- A. infografiką.
- B. ideogramem.
- C. diagramem Venna.
- D. diagramem Grotriana.



Zadanie 9.

Dokument, który powstaje w wyniku debriefingu klienta z agencją reklamową, to brief

- A. mediowy.
- B. kreatywny.
- C. reklamowy.
- D. marketingowy.

Zadanie 10.

Przedstawienie w ofercie sprzedaży dla klienta agencji reklamowej opisu konkretnej realizacji projektu, zawierającego szczegółowe informacje o jego przebiegu, to

- A. brief
- B. debrief.
- C. case study.
- D. proof cyfrowy.

Zadanie 11.

Według kryterium branżowotowarowego targi o charakterze ogólnym, skierowane do szerokiego grona odbiorców, których zakres może obejmować wiele branż, to targi

- A. zamknięte.
- B. wertykalne.
- C. horyzontalne.
- D. skoncentrowane.

Zadanie 12.

Ile wynosi wartość netto 200 sztuk smyczy reklamowych, jeśli ich wartość brutto to 307,50 zł, a wysokość stawki VAT 23%?

- A. 86,85 zł
- B. 223,00 zł
- C. 250,00 zł
- D. 378,23 zł

Zadanie 13.

Cena zakupu netto długopisów reklamowych wynosi 3 000,00 zł. Marża wynosi 30% i jest liczona metodą „od sta”. Jaka jest cena sprzedaży brutto długopisów jeśli stawka VAT wynosi 23%?

- A. 3 690,00 zł
- B. 3 900,00 zł
- C. 4 797,00 zł
- D. 5 371,43 zł

Zadanie 14.

Agencja reklamowa obniżyła cenę jednostkową towaru z 2,00 zł na 1,50 zł, czyli o

- A. 5%
- B. 25%
- C. 50%
- D. 75%

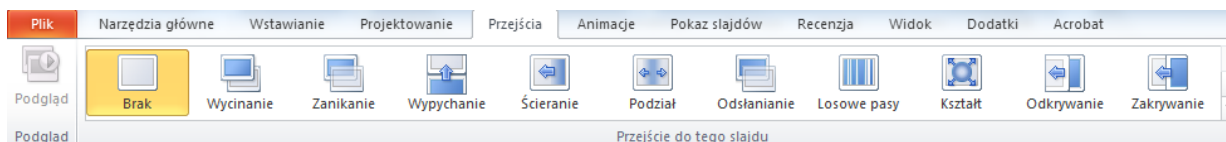
Zadanie 15.

Na podstawie zamieszczonego cennika materiałów reklamowych ustal wartości brutto produktów po uwzględnieniu rabatu, jeżeli stawka VAT wynosi 23%.

- A. 2 395,43 zł
- B. 2 521,50 zł
- C. 2 583,00 zł
- D. 2 647,58 zł

	cena. j. netto	j. miary	ilość	wartość netto
Brelok smyczka Scout – termosublimacja	1,70 zł	szt	500	850,00 zł
Kubek z łyżeczką – sitodruk	12,00 zł	szt	100	1 200,00 zł
Wartość netto				2 050,00 zł
Rabat 5%				102,50 zł
Wartość brutto				?

Zadanie 16.



Który program komputerowy oferuje opcje „przejsčia” przedstawione na rynku?

- A. Edytor tekstowy.
- B. Arkusz kalkulacyjny.
- C. Program do grafiki wektorowej.
- D. Program do prezentacji multimedialnych.

Zadanie 17.

Reklama eksponowana na tylnej powierzchni blacharskiej autobusu łącznie z szybą to

- A. halfback.
- B. fullback.
- C. busboard.
- D. mini standard.



Zadanie 18.

Zaprezentowany na rysunku element smyczy reklamowej to

- A. karabińczyk.
- B. łącznik smyczy.
- C. zaczep do telefonu.
- D. bezpiecznik smyczy.



Zadanie 19.

Klient agencji reklamowej zainteresowany reklamą w formie prezentacji wyświetlanej na monitorze przy kasie w kinie powinien wybrać

- A. mobile.
- B. banner.
- C. infotix.
- D. totem.

Zadanie 20.

Nośnik reklamy internetowej w formie całostronicowej reklamy, wyświetlanej zanim użytkownik dotrze do pierwotnego adresu, przerywający na moment możliwość oglądania strony i zmuszający w ten sposób użytkownika do zapoznania się z treścią, to

- A. pop up.
- B. interstitial.
- C. floating ad.
- D. tapeta reklamowa.

Zadanie 21.

Reklama zewnętrzna umieszczona przy bramie wjazdowej do firmy, na stałe osadzona w gruncie i zawierająca logotyp firmy, to

- A. szyld.
- B. kaseton.
- C. banner reklamowy.
- D. pylon reklamowy.



Zadanie 22.

Którą formę uszlachetniania druku należy wybrać, aby papier posiadał trójwymiarową strukturę Inu?

- A. Laminowanie.
- B. Lakierowanie.
- C. Hot-stamping.
- D. Kalandrowanie.

Zadanie 23.

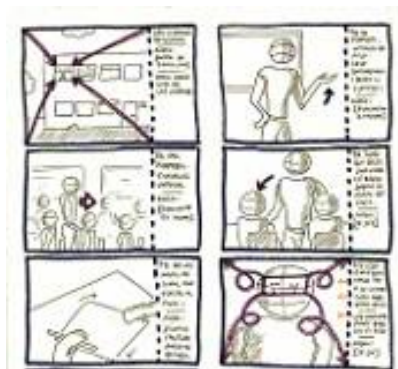
Przykładem reklamy w zakresie ATL (above the line) **nie jest** reklama

- A. w telewizji ogólnokrajowej.
- B. w dzienniku ogólnopolskim.
- C. na portalu społecznościowym.
- D. na ulotkach rozdawanych w punkcie sprzedaży.

Zadanie 24.

Do którego etapu tworzenia spotu reklamy telewizyjnej zalicza się zamieszczony rysunek?

- A. Master.
- B. Betacam.
- C. Animatic.
- D. Storyboard.



Zadanie 25.

Strumieniowe, obiektowe, relacyjno-obiektowe i nierelacyjne to rodzaje

- A. baz danych.
- B. systemów CRM.
- C. marketingu mobilnego.
- D. marketingu internetowego.

Zadanie 26.

Do zadań i kompetencji GIODO, według ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych, należy

- A. praca nad kodeksem etyki reklamy.
- B. monitorowanie standardów reklamy bezpośredniej.
- C. opiniowanie projektów ustaw i rozporządzeń dotyczących nieuczciwej konkurencji.
- D. kontrola zgodności przetwarzania danych z przepisami o ochronie danych osobowych.

Zadanie 27.

Klient, u którego należy bacznie obserwować mimikę, ruchy i reagować stosownym postępowaniem, nie być natarczywym, zachęcić do wyrażania swoich opinii i zadawać pytania otwarte, to klient

- A. milczący.
- B. dominujący.
- C. niecierpliwy.
- D. samodzielny.

Zadanie 28.

Klient towarzyski, sympatyczny, pełen energii i entuzjazmu, który łatwo ulega emocjom, to klient

- A. choleryk.
- B. flegmatyk.
- C. sangwinik.
- D. melancholik.

Zadanie 29.

Klient: od pewnego czasu obserwujemy ciągły spadek liczby odwiedzających naszą stronę internetową.

Pracownik agencji: Proszę mnie poprawić jeśli się mylę, poszukuję Państwo sposobu na zwiększenie liczby wejść na Państwa stronę internetową?

Określ na podstawie fragmentu rozmowy sprzedażowej, którą technikę aktywnego słuchania zastosował sprzedawca?

- A. Parafrazę.
- B. Klaryfikację.
- C. Precyzowanie.
- D. Odzwierciedlenie.

Zadanie 30.

W rozmowie sprzedażowej spójność pomiędzy wypowiedzianymi słowami a towarzyszącymi im gestami nazywana jest

- A. proksemiką.
- B. kongruencją.
- C. pantomimiką.
- D. paralingwistyką.

Zadanie 31.

Przedstawiony na rysunku gest oznacza

- A. pewność lub zadowolenie z siebie.
- B. wycofanie, wrogość i chęć obrony.
- C. wątpliwości, niedowierzanie, kłamanie.
- D. ukrywanie czegoś, chęć opanowania emocji, a nawet agresji.



Zadanie 32.

Podczas rozmowy sprzedażowej według pro klienckiego modelu sprzedaży, niezależnie od długości jej trwania, najwięcej czasu powinno poświęcić się na

- A. Etap I. Wzbudzenie zaufania.
- B. Etap II. Zbieranie informacji i uświadamianie potrzeb.
- C. Etap III. Prezentacja produktu i korzyści.
- D. Etap IV. Zamknięcie sprzedaży i utwierdzenie klienta w decyzji.

Zadanie 33.

Który rodzaj umowy powinna wybrać agencja reklamowa, nawiązując współpracę z grafikiem, na podstawie tak zwanej umowy projektowej?

- A. Umowę o pracę.
- B. Umowę o dzieło.
- C. Umowę agencyjną.
- D. Umowę kupna-sprzedaży.

Zadanie 34.

Który rodzaj faktury powinien otrzymać klient agencji reklamowej po wpłaceniu zaliczki na poczet przyszłego zlecenia?

- A. Fakturę VAT.
- B. Fakturę pro-forma.
- C. Fakturę zaliczkową.
- D. Fakturę wewnętrzną.

Zadanie 35.

Przez który okres czasu, przedsiębiorca zobowiązany jest przechowywać fakturę VAT w swojej dokumentacji?

- A. 5 lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku VAT.
- B. 10 lat, licząc od końca roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku VAT.
- C. 5 lat, licząc od początku roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku VAT.
- D. 10 lat, licząc od początku roku kalendarzowego, w którym upłynął termin płatności podatku VAT.

Zadanie 36.

Do bezgotówkowych form rozliczeń zalicza się:

- A. czek gotówkowy, polecenie przelewu, weksel.
- B. czek rozrachunkowy, weksel, przekaz pocztowy.
- C. czek rozrachunkowy, kartę płatniczą, przekaz pocztowy.
- D. czek rozrachunkowy, kartę płatniczą, polecenie przelewu.

Zadanie 37.

Dokument magazynowy wystawiany przy wydaniu materiałów, bądź towarów na zewnątrz, to dokument

- A. PZ
- B. KP
- C. WZ
- D. MM

Zadanie 38.

Agencja reklamowa wystawiła klientowi fakturę VAT potwierdzającą sprzedaż 500 sztuk teczek reklamowych. Po dokonaniu transakcji klient zmienił zdanie i obniżył zamówienie do 400 sztuk. Który dokument powinna wystawić agencja, aby wpisać poprawnie dane?

- A. Notę korygującą.
- B. Fakturę pro-forma.
- C. Fakturę korygującą.
- D. Fakturę zaliczkową.

Zadanie 39.

Oblicz brakującą kwotę podatku VAT.

- A. 56,10 zł
- B. 69,00 zł
- C. 243,90 zł
- D. 369,00 zł

Stawka VAT [%]	Kwota podatku VAT	Wartość brutto
23%	?	300,00 zł

Zadanie 40.

Symbol klasyfikacji statystycznej umieszczany na fakturze VAT to

- A. numer NIP.
- B. kod PKWiU.
- C. numer faktury.
- D. stawka podatku VAT.