

Nazwa kwalifikacji: **Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej**

Oznaczenie kwalifikacji: **AU.30**

Wersja arkusza: **AG**

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

AU.30-AG-21.06

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2021

CZĘŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2017**

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 17 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.

** w przypadku braku numeru PESEL – seria i numer paszportu lub innego dokumentu potwierdzającego tożsamość*

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”:

	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!

Zadanie 1.

Do narzędzi promocji **nie zalicza się**

- A. reklamy.
- B. marketingu.
- C. public relations.
- D. sprzedaży osobistej.

Zadanie 2.

Producent garniturów męskich chciałby skierować swoją promocję do hurtowników. W tym celu powinien zastosować

- A. sponsoring.
- B. promocję skierowaną do detalisty.
- C. wewnętrzne działania public relations.
- D. promocję skierowaną do pośredników handlowych.

Zadanie 3.

Właściciele lokalnego zakładu fryzjerskiego chcą promować nową usługę wśród własnych klientek oraz wśród okolicznych mieszkańców.

Najskuteczniejszym działaniem będzie

- A. emisja spotu w ogólnopolskiej stacji telewizyjnej.
- B. zamieszczenie emisji reklamy na billboardach.
- C. zamieszczenie emisji reklamy na portalu społecznościowym.
- D. rozdawanie ulotek klientkom salonu oraz wrzucanie ich do skrzynek pocztowych.

Zadanie 4.

AIDCAS, to model oddziaływania reklamy na który składają się:

- A. Attention, Interest, Desire, Conviction, Action, Satisfaction.
- B. Attention, Interest, Definition, Conviction, Action, Satisfaction.
- C. Attention, Interest, Desire, Comprehension, Action, Satisfaction.
- D. Attention, Interest, Desire, Comprehension, Awareness, Satisfaction.

Zadanie 5.

Producent wody mineralnej chce umieścić reklamę swojego produktu na oświetlonej, wolnostojącej tablicy przy drodze szybkiego ruchu. Agencja reklamowa powinna zaproponować

- A. strip.
- B. diapazon.
- C. sandwich.
- D. cityboard.

Zadanie 6.

Czym jest merchandising?

- A. Formą badania i analizowania rynku.
- B. Sposobem kształtowania wizerunku przedsiębiorstwa.
- C. Dotarciem z promocją do specyficznej grupy odbiorców.
- D. Sposobem prezentacji produktów w punktach sprzedaży.

Zadanie 7.

Największy zasięg firmowej strony internetowej nazywany jest zasięgiem

- A. lokalnym.
- B. globalnym.
- C. regionalnym.
- D. międzynarodowym.

Zadanie 8.

Do tworzenia i edycji prostej bazy danych służy

- A. program do prezentacji multimedialnych.
- B. program do grafiki wektorowej.
- C. program do składu publikacji.
- D. arkusz kalkulacyjny.

Zadanie 9

Informację o tym, że reklamy nie mogą zawierać treści oraz elementów dyskryminujących, zachęcać do przemocy oraz bez uzasadnienia wywoływać poczucia lęku lub strachu, znajdują się w Kodeksie

- A. cywilnym.
- B. wykroczeń.
- C. Etyki Reklamy.
- D. rodzinnym i opiekuńczym.

Zadanie 10.

Którą nazwę nosi ostatni etap strategii reklamy 6M?

- A. Master.
- B. Mailing.
- C. Morfing.
- D. Measurement.

Zadanie 11.

Którego z nagłówków należy użyć podczas kampanii reklamowej informującej o nowych wcześniejszych godzinach otwarcia biblioteki?

- A. Czego jeszcze nie przeczytałeś?
- B. Tutaj nie musisz płacić za książkę.
- C. Nowe książki w zasięgu Twojej ręki.
- D. Teraz możesz wstąpić po książki jeszcze wcześniej niż zwykle!

Zadanie 12.

Przedstawiony projekt logo składa się z dwóch elementów. Jednym z nich jest logotyp, a drugi to

- A. plugin.
- B. sygnet.
- C. tagline.
- D. ligatura.



Zadanie 13.

Który typ reklamy należy zastosować dla produktów wprowadzanych na rynek?

- A. Nakłaniającą.
- B. Informacyjną.
- C. Konkurencyjną.
- D. Przypominającą.

Zadanie 14.

Agencja reklamowa bez wiedzy autorów piosenki znacząco zmodyfikowała i wykorzystała jej fragment w spocie telewizyjnym. Które prawa zostały naruszone?

- A. Osobiste prawa autorskie.
- B. Majątkowe prawa autorskie.
- C. Szczegółowe prawa reklamy.
- D. Prawa własności intelektualnej.

Zadanie 15.

Nowy dokument

Predefiniowane ustawienia dokumentu: [Domyślne]

Metoda konwersji: Druk

Liczba stron: 1 ☒ Strony widzące

Nr strony początkowej: 1 ☐ Główna ramka tekstowa

Rozmiar strony: A4

Szerokość: 210 mm

Wysokość: 297 mm

Orientacja:  

Łamy

Liczba: 1 Odstęp między łamami: 4,233 mm

Marginesy

Górny: 12,7 mm Wewnętrzny: 12,7 mm

Dolny: 12,7 mm Zewnętrzny: 12,7 mm

Spad i Informacje o pracy

	Górny	Dolny	Wewnętrzny	Zewnętrzny	
Spad:	0 mm	0 mm	0 mm	0 mm	
Informacje o pracy:	0 mm	0 mm	0 mm	0 mm	

Do czego służy program komputerowy, którego okno dialogowe zostało przedstawione na rysunku?

- A. Montażu wideo.
- B. Projektowania animacji.
- C. Tworzenia stron internetowych.
- D. Przygotowywania publikacji wielostronicowych.

Zadanie 16.

Którą techniką prezentacji reklamy należy się posłużyć, aby pokazać zalety nowego odkurzacza?

- A. Fantazją.
- B. Stylem życia.
- C. Kawałkiem życia.
- D. Demonstracją działania.

Zadanie 17.

Za pomocą której formy reklamy lokalna piekarnia może niskim nakładem finansowym zaprezentować ofertę dnia wraz z ceną?

- A. Spotu w telewizji.
- B. Potykacza przed sklepem.
- C. Rollupu z ofertą na terenie sklepu.
- D. Backlightu umieszczonego przy drodze.

Zadanie 18.



Ilustracja 1.



Ilustracja 2.



Ilustracja 3.



Ilustracja 4.

Na której ilustracji przedstawiono kaseton?

- A. Na ilustracji 1.
- B. Na ilustracji 2.
- C. Na ilustracji 3.
- D. Na ilustracji 4.

Zadanie 19.

Które z mediów cechuje się w Polsce najwyższym współczynnikiem zapamiętywalności?

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

Zadanie 20.

Celem kampanii reklamowej jest poinformowanie klientek zakładu fryzjerskiego o nowych zabiegach na włosy. Która z wymienionych form reklamy zapewni najlepsze dotarcie do grupy docelowej, którą są kobiety na co dzień korzystające z samochodu, słuchające przy okazji lokalnych rozgłośni radiowych?

- A. Spot w lokalnym radiu.
- B. Spot w lokalnej telewizji.
- C. Plakat umieszczony w oknie wystawowym.
- D. Ogłoszenie modułowe w lokalnym dzienniku.

Zadanie 21.

Producent ma na celu zwiększenie efektywności kampanii reklamowej poprzez odpowiedni dobór mediów do przyjętej strategii reklamy, która zakłada osiągnięcie efektu synergii poprzez wykorzystane minimum dwóch różnych środków masowego przekazu. Producent zastosuje zatem

- A. media BTL.
- B. mnożnik mediów.
- C. ekwiwalent reklamowy.
- D. współczynnik wiarygodności.

Zadanie 22.

Lokalny zakład kosmetyczny w przeciągu ostatniego półrocza wydał na materiały promocyjne następujące kwoty netto: ulotki – 320,00 zł, wizytówki – 50,00 zł, ubrania firmowe – 435,00 zł oraz próbki kosmetyków – 650,00 zł. Ile wynosiła kwota brutto przeznaczona na materiały przy założeniu, że stawka podatku VAT wynosi 23%?

- A. 1455,00 zł
- B. 1527,75 zł
- C. 1723,31 zł
- D. 1789,65 zł

Zadanie 23.

Specjalistą od zakupu mediów w agencji reklamowej jest

- A. Media Buyer.
- B. Traffic Executive.
- C. Broadcast Producer.
- D. Production Manager.

Zadanie 24.

Graficzna część media planu, zawierająca podział na dni, tygodnie lub miesiące i przedstawiająca okresy aktywności w poszczególnych mediach określana jest jako

- A. cash flow.
- B. flowchart.
- C. brief kreatywny.
- D. brief reklamowy.

Zadanie 25

Reklama piwa w telewizji, radiu, kinie i teatrze **nie może** być emitowana w godzinach pomiędzy

- A. 6:00 a 20:00
- B. 6:00 a 21:00
- C. 7:00 a 21:00
- D. 7:00 a 22:00

Zadanie 26.

Do której grupy znaków zalicza się logo umieszczone na opakowaniu produktów?

- A. Zasadniczych.
- B. Pomocniczych.
- C. Informacyjnych.
- D. Manipulacyjnych.

Zadanie 27.

Którego pytania brakuje w zamieszczonym modelu strategicznego planowania mediów Stephena Kinga?

- A. Czy zbliżamy się do celu?
- B. Czy potrafimy wyliczyć zyski?
- C. Czy doszliśmy do konsensusu?
- D. Czy założenia kampanii są odpowiednie?



Zadanie 28

Na ilustracji przedstawiono

- A. master.
- B. casting.
- C. betacam.
- D. storyboard.



Zadanie 29.

Umieszczenie reklamy na samochodzie firmowym może odbywać się za pomocą

- A. fleksografii.
- B. termotransferu.
- C. druku offsetowego.
- D. druku solwentowego.

Zadanie 30.

Do wykonania trwałej, nieodcinającej dopływu światła reklamy na szybach samochodowych agencja reklamowa powinna zastosować

- A. siatkę mesh.
- B. siatkę winylową.
- C. folię mrożone szkło.
- D. folię One Way Vision.

Zadanie 31.

Ile arkuszy papieru formatu A3 o wymiarach: 297 x 420 mm należy zużyć, aby ekonomicznie wydrukować 1000 szt. ulotek A6 o wymiarach 105 x 148?

- A. 125 sztuk.
- B. 250 sztuk.
- C. 500 sztuk.
- D. 1000 sztuk.

Zadanie 32.

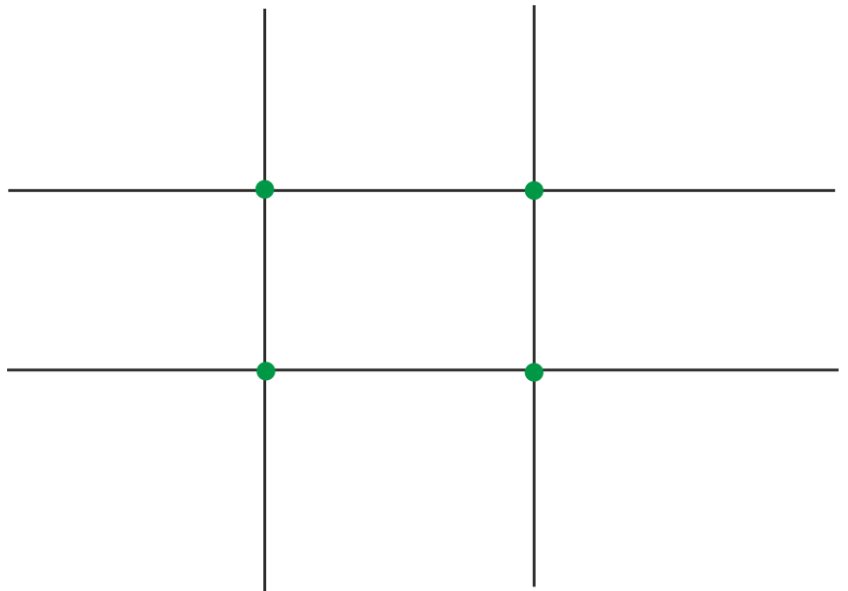
Której techniki należy użyć do wykonania jednokolorowego nadruku na drewnianych ołówkach?

- A. Fleksografii.
- B. Tampodruku.
- C. Rotograwiury.
- D. Termonadruku.

Zadanie 33.

Rysunek przedstawia zasadę

- A. asymetrii.
- B. równowagi.
- C. trójpodziału.
- D. złotej proporcji.



Zadanie 34.

Na wysokość budżetu reklamowego **nie wpływa**

- A. świadomość odbiorców.
- B. faza cyklu życia produktu.
- C. sytuacja wewnętrzna firmy.
- D. częstotliwość planowanych działań reklamowych.

Zadanie 35.

Spis niezbędnych materiałów do realizacji reklamy nazywa się

- A. kalkulacją ilościową.
- B. kalkulacją wartościową.
- C. zapotrzebowaniem sprzętowym.
- D. zapotrzebowaniem materiałowym.

Zadanie 36.

Nośnika reklamowego o powierzchni 12 m² **nie powinno się** umieszczać

- A. na terenie prywatnym.
- B. w okolicy placu zabaw.
- C. w odległości mniejszej niż 30 metrów od pomników przyrody.
- D. w odległości 25 metrów od budynków w terenie zabudowanym.

Zadanie 37.

Koszt dotarcia do tysiąca osób z grupy docelowej oblicza się, posługując się wskaźnikiem

- A. TRP
- B. CPP
- C. CPT
- D. GRP

Zadanie 38.

Którą metodę badania należy zastosować, aby wykazać, jak długo oraz jakich stacji słuchał respondent w dniu poprzedzającym badanie?

- A. rozpoznania.
- B. dzienniczkową.
- C. DayAfter Recall.
- D. VOPAN Marketing Research.

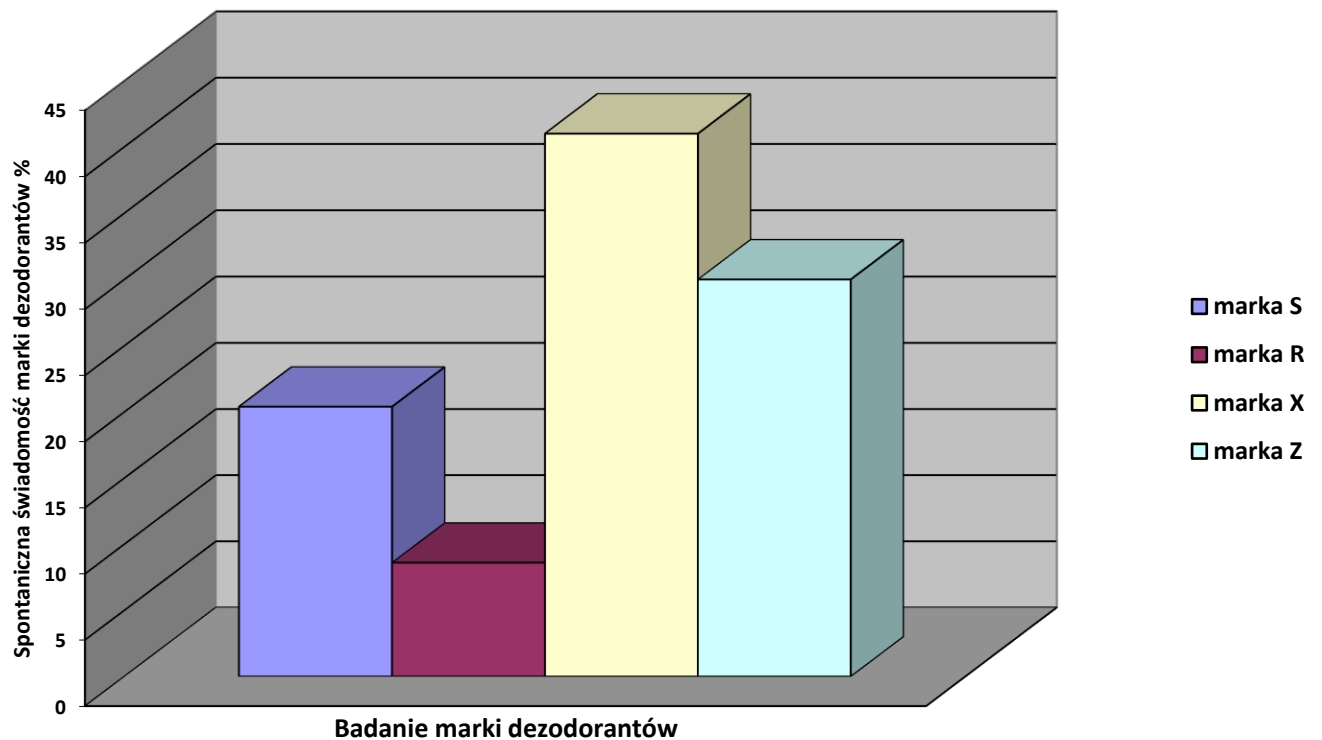
Zadanie 39.

W okresie trzech miesięcy po zakończeniu wizerunkowej kampanii reklamowej, odnotowano wzrost rozpoznawalności marki o 30%.

Przedstawiona informacja jest wynikiem badań

- A. ilościowych.
- B. panelowych.
- C. jakościowych.
- D. dzienniczkowych.

Zadanie 40.



Podczas badania internetowego zmierzono spontaniczną świadomość marki dezodorantów. Którą informację można odczytać z wykresu?

- A. Marka Z ma średni zasięg.
- B. Marka S ma przystępną cenę.
- C. Marka X jest najbardziej rozpoznawalna.
- D. Marka R odnotowała najniższą sprzedaż.