



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

Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**

Wersja arkusza: **SG**

A.26-SG-20.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE

Rok 2020

CZĘŚĆ PISEMNA

**PODSTAWA PROGRAMOWA
2012**

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”:

	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.

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.

Efektem 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. Teczke 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. Korálowa 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. Koralewa 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 przygotujemy 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