

*Arkusze zawiera informacje prawnie
chronione do momentu rozpoczęcia egzaminu*

Układ graficzny © CKE 2016



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

Oznaczenie kwalifikacji: **A.26**

Wersja arkusza: **X**

A.26-X-17.01

Czas trwania egzaminu: **60 minut**

EGZAMIN POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE W ZAWODZIE
Rok 2017
CZĘŚĆ PISEMNA

Instrukcja dla zdającego

1. Sprawdź, czy arkusz egzaminacyjny zawiera 13 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	☒
-------------------------------------	---	---	-------------------------------------

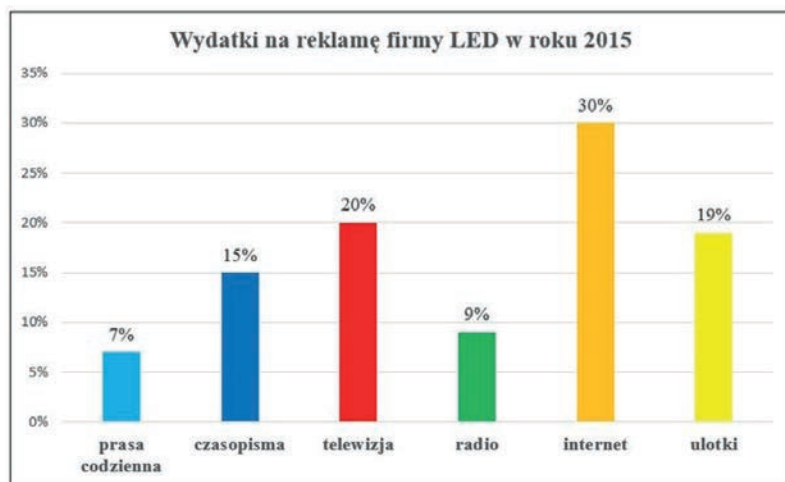
12. Po rozwiązaniu testu sprawdź, czy zaznaczyłeś wszystkie odpowiedzi na KARCIE ODPOWIEDZI i wprowadziłeś wszystkie dane, o których mowa w punkcie 2 tej instrukcji.

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.

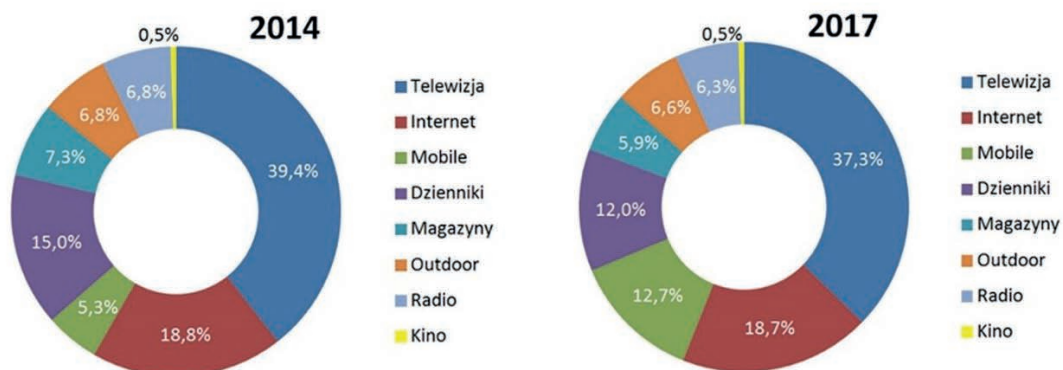


Jaki procent budżetu firma LED przeznaczyła w roku 2015 na reklamę wydawniczą?

- A. 19%
- B. 22%
- C. 41%
- D. 69%

Zadanie 2.

Udział mediów w globalnych wydatkach [%]



Na podstawie danych przedstawionych na wykresie wskaż, dla którego medium przewiduje się największy spadek (wyrażony w punktach procentowych) udziału w globalnych wydatkach w roku 2017 w stosunku do roku 2014.

- A. Internet.
- B. Telewizja.
- C. Dzienniki.
- D. Magazyny.

Zadanie 3.

Agencja reklamowa ma za zadanie przygotować ofertę handlową dla producenta sprzętu do nurkowania. W tym celu dokonała analizy rynku biorąc pod uwagę: styl życia, osobowość i zainteresowania konsumentów wchodzących w skład grupy docelowej. Jaki rodzaj kryteriów zastosowała agencja?

- A. Ekonomiczne.
- B. Behawioralne.
- C. Demograficzne.
- D. Psychograficzne.

Zadanie 4.

Z jakim rodzajem konkurencji mamy do czynienia, jeśli na rynku występuje duża liczba przedsiębiorstw o niewielkim udziale w rynku, niemających większego wpływu na kształtowanie cen rynkowych?

- A. Oligopolem.
- B. Monopolem.
- C. Konkurencją doskonałą.
- D. Konkurencją monopolistyczną.

Zadanie 5.

Agencja reklamowa realizuje zamówienie na projekt opakowania soku owocowego dla dzieci. W tym celu zamierza rozpoznać oczekiwania klientów, przeprowadzając wywiady techniką CAWI. Którą ankietę powinna zastosować agencja?

- A. Internetową.
- B. Audytoryjną.
- C. Telefoniczną.
- D. Opakowaniową.

Zadanie 6.

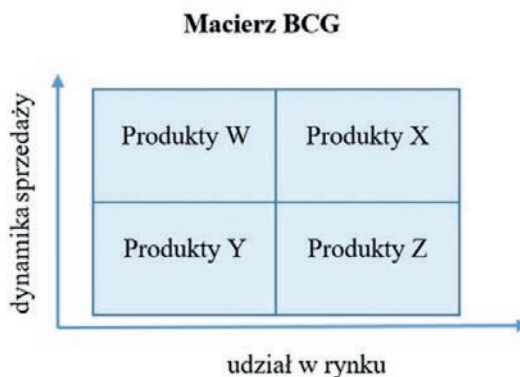
W skład rozszerzonej formuły 7P, oprócz tradycyjnej mieszanki marketingowej 4P, wchodzi także następujące elementy:

- A. ludzie, procesy, jakość.
- B. świadectwo materialne, ludzie, jakość.
- C. ludzie, procesy, świadectwo materialne.
- D. jakość, świadectwo materialne, procesy.

Zadanie 7.

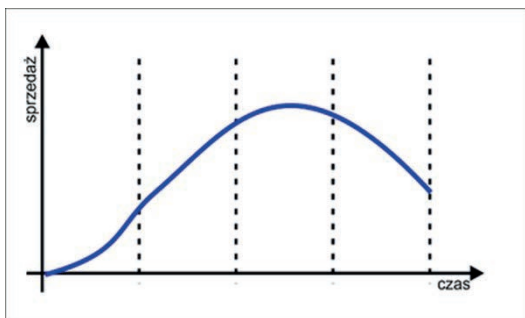
W agencji reklamowej dokonano analizy portfelowej BCG. Do której grupy należą produkty Y?

- A. Do psów.
- B. Do gwiazd.
- C. Do dojnych krów.
- D. Do znaków zapytania.

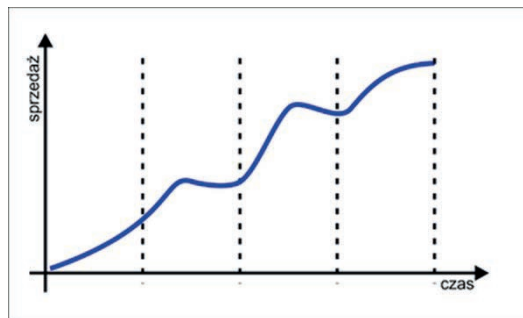


Zadanie 8.

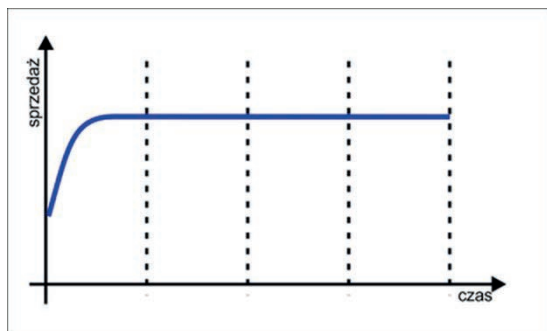
Który wykres przedstawia cykl życia produktu modernizowanego co pewien czas, co wpływa pozytywnie na wyniki sprzedaży?



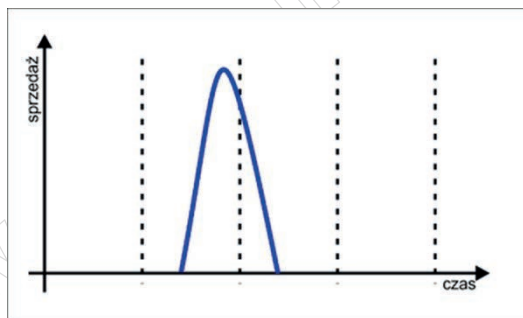
A.



B.



C.



D.

Zadanie 9.

Agencja reklamowa po dokonaniu analizy rynku doradziła firmie korzystającej z jej usług skierowanie promocji swoich produktów bezpośrednio do finalnych nabywców. Agencja zaleciła zastosowanie

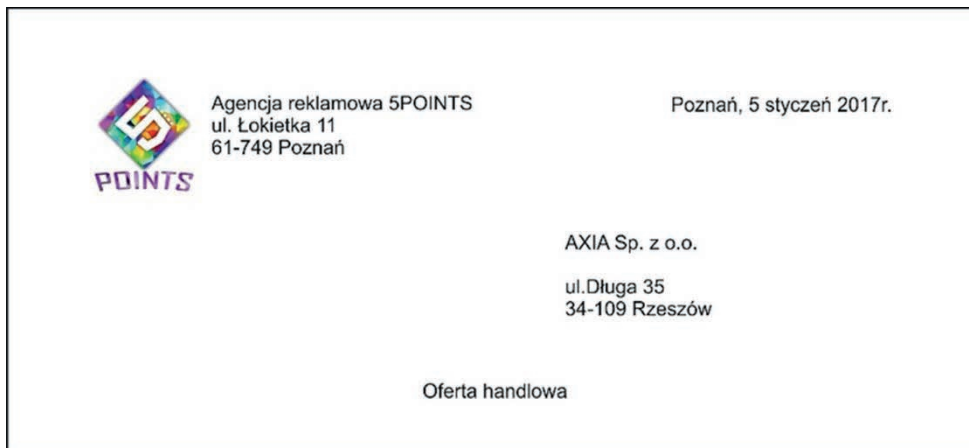
- A. strategii pull.
- B. strategii push.
- C. merchandisingu.
- D. penetracji rynku.

Zadanie 10.

Agencja reklamowa wysyłając ofertę handlową do firmy, dołączyła do niej teczkę z pracami grafików oraz przykłady dotychczas zrealizowanych projektów, które pozwolą ocenić przyszłym klientom kreatywność zespołu oraz styl i różnorodność wykonywanych usług. Jak nazywa się załącznik, zawarty w ofercie?

- A. Layout.
- B. Portfolio.
- C. Case study.
- D. Brief kreatywny.

Zadanie 11.



Który element w załączonym fragmencie oferty handlowej, przygotowanej zgodnie z modelem AIDA, ma przyciągnąć uwagę?

- A. Tytuł dokumentu.
- B. Dane adresata oferty.
- C. Dane adresowe agencji.
- D. Logo agencji reklamowej.

Zadanie 12.

Firma produkcyjna, aby zachęcić swoich potencjalnych klientów do zakupów, chce aby mogli oni usłyszeć spójny komunikat w wielu różnych mediach: zobaczyć spot w telewizji, otrzymać katalog i odebrać komunikat przez pocztę elektroniczną. Którą strategię powinna zaproponować agencja reklamowa w ofercie handlowej dla tej firmy?

- A. ATL (*Above The Line*).
- B. BTL (*Below The Line*).
- C. SLB (*Stay Look Buy*).
- D. TTL (Marketing zintegrowany *Through The Line*).

Zadanie 13.

Jeżeli cena brutto spotu reklamowego o długości 15 sekund wyświetlanego w pętli 5 minutowej na ekranach LCD w centrum miasta wynosi 2 583,00 zł, to ile wynosi jego cena netto (stawka VAT 23%)?

- A. 483,00 zł
- B. 594,09 zł
- C. 1 988,91 zł
- D. 2 100,00 zł

Zadanie 14.

Agencja reklamowa zajmująca się sprzedażą reklamy zewnętrznej obniżyła cenę citylight z 200,00 zł na 120,00 zł, czyli o

- A. 20%
- B. 40%
- C. 60%
- D. 80%

Zadanie 15.

Agencja reklamowa ustalając cenę billboardu zastosowała metodę kosztową, biorąc pod uwagę pozycje umieszczone w załączonej tabeli. Agencja pobiera z tytułu swoich usług marżę w wysokości 30%. Jaka powinna być cena netto billboardu?

- A. 102,00 zł
- B. 238,00 zł
- C. 340,00 zł
- D. 442,00 zł

nazwa	cena netto
Projekt	100,00 zł
Tkanina winylowa	150,00 zł
Oczka umieszczone co 30 cm	15,00 zł
Wydruk	75,00 zł

Zadanie 16.

zdjęcie produktu				
materiał	plastikowy	metalowy	metalowy	metalowy
możliwość graweru	brak	brak	jednostronny	dwustronny
ilość/ cena netto	100 - 499 szt.	100 - 499 szt.	100 - 499 szt.	100 - 499 szt.
	1,00 zł	1,40 zł	1,70 zł	1,90 zł
	500 - 1000 szt.	500 - 1000 szt.	500 - 1000 szt.	500 - 1000 szt.
	0,80 zł	1,20 zł	1,50 zł	1,70 zł

Klient agencji reklamowej złożył zamówienie na 550 sztuk długopisów reklamowych, na których z dwóch stron chciałby wygrawerować logo i adres firmy. Na podstawie załączonego cennika ustal wartość netto tego zamówienia.

- A. 770,00 zł
- B. 825,00 zł
- C. 935,00 zł
- D. 1 045,00 zł

Zadanie 17.

Agencja reklamowa przygotowała dla firmy X ofertę kalendarzy reklamowych. Wartość oferty wynosi 1500,00 zł netto plus podatek VAT w wysokości 23%. Kontrahentowi przysługuje rabat w wysokości 4% od wartości netto oferty. Jaka powinna być ostateczna kwota brutto całego zamówienia po uwzględnieniu rabatu?

- A. 1 771,20 zł
- B. 1 845,00 zł
- C. 1 460,00 zł
- D. 1 918,80 zł

Zadanie 18.

Na podstawie danych zamieszczonych w cenniku oblicz ile wyniesie wartość brutto zamówienia 50 sztuk kubków reklamowych o pojemności 250 ml, wykonanych z porcelany, na których z jednej strony zostanie nadrukowane logo firmy. Stawka podatku VAT wynosi 23%.

- A. 170,00 zł
- B. 209,10 zł
- C. 264,45 zł
- D. 338,25 zł

Rodzaj kubka	porcelanowe	porcelitowe	szklane półprzeźroczyste
Nadruk	jednostronny, dwustronny	jednostronny, dwustronny	jednostronny, dwustronny, wokół
Pojemność	200 ml, 250 ml	250 ml, 300 ml	300 ml, 350 ml
Cena netto za szt.	3,40 zł	4,30 zł	5,50 zł

Zadanie 19.

Który z wymienionych programów służy przede wszystkim do przygotowywania prezentacji i pokazu slajdów?

- A. Flash Player
- B. Power Point
- C. Movie Maker
- D. Adobe Acrobat

Zadanie 20.

Który z wymienionych systemów informatycznych wspomaga zarządzanie kontaktami z klientami?

- A. CRM
- B. POS
- C. POP
- D. POSM

Zadanie 21.

Klient agencji reklamowej, który jest przekonany, że wszyscy chcą go oszukać, doszukuje się wad i obawia się, że reklama nie przyniesie oczekiwanych rezultatów, to klient

- A. nieufny.
- B. niezgodny.
- C. niecierpliwy.
- D. niezdecydowany.

Zadanie 22.

W jaki sposób pracownik agencji reklamowej powinien postępować z klientem, który często zmienia temat i sprawia wrażenie osoby, która nie wie czego potrzebuje?

- A. Zignorować klienta.
- B. Okazać klientowi zniecierpliwienie.
- C. Podejmować dyskusje na każdy temat.
- D. Powracać do głównego tematu rozmowy.

Zadanie 23.

Konsumenci, którzy jako pierwsi akceptują pojawiające się na rynku nowości i podejmują ryzyko zakupu, to

- A. pionierzy.
- B. adaptatorzy.
- C. wczesna większość.
- D. wcześnie naśladowcy.

Zadanie 24.

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 25.

Mamy przyjemność zaproponować Państwu współpracę z naszą agencją reklamową. Nasza agencja pomaga przedsiębiorcom osiągnąć sukces. O naszych kompetencjach świadczą opinie zadowolonych klientów.

Dla którego etapu telefonicznej rozmowy handlowej charakterystyczne są sformułowania podane w ramce?

- A. Powitania.
- B. Wywarcia pozytywnego wrażenia.
- C. Przedstawienia oferty.
- D. Zakończenia sprzedaży.

Zadanie 26.

Które z pokazanych na rysunkach urządzeń jest najbardziej przydatne do prezentacji oferty produktów reklamowych na spotkaniu z potencjalnym klientem?



A.



B.



C.



D.

Zadanie 27.

Pracownik agencji reklamowej prezentując ofertę produktów reklamowych zadaje, klientowi pytania alternatywne, które prowadzą do zawężenia tematu rozmowy, dają klientowi co najmniej dwie opcje do wyboru i pomagają w podjęciu ostatecznej decyzji. Wskaż, które z pytań jest alternatywne.

- A. Co Pani sądzi o reklamie w Internecie?
- B. Chciałby Pan zareklamować się w Telewizji Regionalnej?
- C. Czy podoba się Pani taka kolorystyka torby reklamowej?
- D. Interesuje Pana szyld podświetlany czy kaseton świetlny?

Zadanie 28.

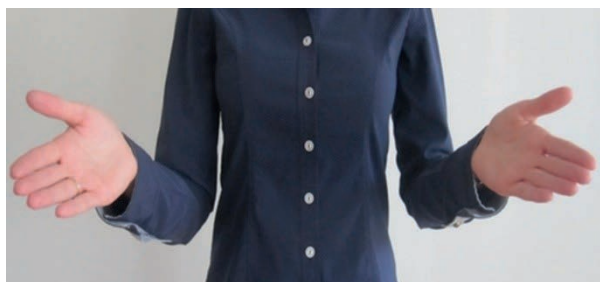
Prezentując ofertę sprzedażową, pracownik agencji powinien być przyjaźnie nastawiony do klienta. Którą z pokazanych na rysunkach postaw powinien przyjąć?



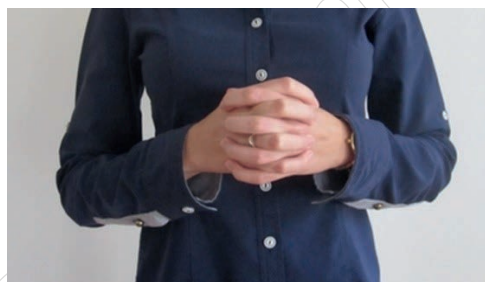
A.



B.



C.



D.

Zadanie 29.

Agencja reklamowa przy rozliczaniu reklamy internetowej pobiera opłatę za pojedyncze kliknięcie w baner. Którą metodę rozliczeń stosuje?

- A. CPC
- B. CPA
- C. CPL
- D. CPS

Zadanie 30.

Kiedy najpóźniej należy dokonać zapłaty za fakturę wystawioną w dniu 5 stycznia 2017 roku, której termin płatności wynosi 10 dni od daty jej wystawienia, przy założeniu, że w przypadku, gdy termin płatności przypada w dniu wolnym od pracy, płatność powinna nastąpić w pierwszym dniu roboczym po tym dniu?

- A. 13 stycznia 2017 r.
- B. 14 stycznia 2017 r.
- C. 15 stycznia 2017 r.
- D. 16 stycznia 2017 r.

STYCZEŃ 2017						
PON.	WT.	ŚR.	CZW.	PT.	SOB.	NIEDZ.
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Zadanie 31.

1.	Projekt strony www	500,00 zł
2.	Wykonanie strony www	1 500, 00 zł
3.	Pozycjonowanie strony www	300,00 zł
4.	Projekt strony www + wykonanie strony www + pozycjonowanie strony www	2 000,00 zł

Agencja reklamowa oferuje swoim klientom usługi zgodnie z załączoną tabelą. Jaka strategię cenową zastosowano przy ustaleniu ceny podanej w wierszu czwartym?

- A. Linii cenowej.
- B. Cen wiązanych.
- C. Cen wygodnych.
- D. Cen kompensacyjnych.

Zadanie 32.

Który pracownik agencji reklamowej zajmuje się zakupem mediów na potrzeby kampanii reklamowych i dokumentowaniem wydatków ponoszonych na media?

- A. Media buyer.
- B. Media planner.
- C. Account manager.
- D. Account supervisor.

Zadanie 33.

1. Wykonawca – Agencja Reklamowa Pixel zobowiązuje się wykonać dzieło w postaci projektów logotypu Przedsiębiorstwa Axa, a Zamawiający do zapłaty wynagrodzenia.
2. Projekty logotypów obejmować będą opracowanie poniższych wersji:
 - kolorowej i monochromatycznej,
 - wektorowej i rastrowej,
 wraz z księgą znaku i w rozmiarach oraz rozdzielczości opisanych szczegółowo w Załączniku do niniejszej Umowy.

Którego zagadnienia dotyczy załączony fragment umowy, zawartej pomiędzy agencją reklamową a Zamawiającym?

- A. Określenia przedmiotu umowy.
- B. Określenie stron zawierających umowę.
- C. Zasady współpracy przy realizacji umowy.
- D. Zastrzeżeń dotyczących autorskich praw majątkowych.

Zadanie 34.

Negocjacje charakteryzujące się postawieniem drugiej stronie zdecydowanych konkretnych wymagań to negocjacje

- A. twarde.
- B. miękkie.
- C. łagodne.
- D. integratywne.

Zadanie 35.

Agencja reklamowa w ciągu I kwartału wystawiła swoim klientom faktury VAT na łączną kwotę 50 000,00 zł netto. Jednocześnie otrzymała faktury VAT z tytułu zakupu towarów i usług na kwotę 20 000,00 zł netto. Stawki podatku VAT zarówno w przypadku zakupu jak i sprzedaży wynosiły 23%. Jaką kwotę podatku VAT powinna odprowadzić agencja do Urzędu Skarbowego za I kwartał?

- A. 4 600,00 zł
- B. 6 900,00 zł
- C. 11 500,00 zł
- D. 16 100,00 zł

Zadanie 36.

Który z przedstawionych dokumentów należy sporządzić, jeżeli wydaje się dyspozycję bankowi do przekazania określonej kwoty ze swego rachunku na rachunek sprzedawcy?

A.

B.

C.

D.

Zadanie 37.

Agencja reklamowa wystawiła fakturę za zakup 5 kasetonów świetlnych po 400,00 zł netto za 1 szt., w której nie uwzględniła należnego klientowi rabatu wartościowego w wysokości 200,00 zł. Który dokument powinna sporządzić agencja, aby naprawić ten błąd?

- A. Notę korygującą.
- B. Fakturę Proforma.
- C. Fakturę korygującą.
- D. Fakturę zaliczkową.

Zadanie 38.

Oryginał / Kopia				Kraków 2017-01-04				
FAKTURA ZALICZKOWA VAT NR 001/2017								
Sprzedawca: Agencja reklamowa Kreator Bracka 4 31-005 Kraków NIP: 676-48-37-879				Nabywca: Firma Transportowa TransBag aleja 29 Listopada 34 31-401 Kraków NIP: 656-23-56-987				
Lp.	Nazwa towaru lub usługi (symbol PKWiU)	Jednostka miary	Ilość towaru/ usługi	Zaliczka netto	Podatek		Zaliczka brutto	
					Stawka %	Kwota netto		
1	zaliczka	szt.		2 000,00 zł	23	460,00 zł	2 460,00 zł	
Sposób zapłaty: gotówka				Razem	2 000,00 zł	X	460,00 zł	2 460,00 zł
Termin zapłaty: 2017-01-04				W tym	2 000,00 zł	23%	460,00 zł	2 460,00 zł
Jan Nowak				Krystyna Zagórska				
imię i nazwisko, podpis osoby upoważnionej do odbioru dokumentu				imię i nazwisko, podpis osoby upoważnionej do wystawienia dokumentu				
ZAMÓWIENIE								
Lp.	Nazwa towaru lub usługi (symbol PKWiU)	Jednostka miary	Ilość towaru/ usługi	Cena za jednostkę netto	Wartość netto	Podatek		Wartość brutto
						Stawka %	Kwota netto	
1	projekt i oklejenie samochodu firmowego	szt.	1	10 000,00 zł	10 000,00 zł	23	2 300,00 zł	12 300,00 zł
Razem					10 000,00 zł	X	2 300,00 zł	12 300,00 zł
W tym					10 000,00 zł	23%	2 300,00 zł	12 300,00 zł

Umowa między agencją reklamową a firmą transportową na oklejenie samochodu firmowego opiewa na 10 000,00 zł netto. Agencja otrzymała zaliczkę, udokumentowaną fakturą zaliczkową zamieszczoną obok. Jaką kwotę brutto powinna dopłacić firma transportowa po zrealizowaniu zamówienia, uwzględniając wpłaconą już zaliczkę?

- A. 7 540,00 zł
- B. 8 000,00 zł
- C. 9 840,00 zł
- D. 10 300,00 zł

Zadanie 39.

Która z wymienionych form zapłaty za produkty i usługi reklamowe jest formą gotówkową?

- A. Karta płatnicza.
- B. Przelew na konto.
- C. Przekaz pocztowy.
- D. Czek rozrachunkowy.

Zadanie 40.

W przedstawionym fragmencie faktury sprzedaży usług nie figuruje kwota VAT, ponieważ

Faktura		Nr 2/03/2014							
		2014-03-07 Data wystawienia							
		2014-03-07 Data zakończenia dostawy towarów							
pieczęć firmy Sprzedawca: Jan Kowalski Dobra Firma Adres: Testowa 123 1, 30-668 Kraków NIP: 7327755267 Numer telefonu: 123456789 Nabywca: F.H.U Firmax Adres: Gołębia 12, 30-302 Kraków NIP:									
Sposób płatności: Przelew Termin płatności: 2014-03-21 Bank: mBank Numer konta: 416355168211121681051793368481									
Lp.	Nazwa	PKWU	Ilość	Jm	Cena netto	Wartość netto	Stawka VAT	Kwota VAT	Wartość brutto
1	Lekcje j. angielskiego		1		300,00	300,00	zw.	0,00	300,00
RAZEM:						300,00	X	0,00	300,00
W tym						300,00	zw.	0,00	300,00

Razem do zapłaty: 300,00 PLN

Zapłacono: 0,00 PLN

Pozostało do zapłaty: 300,00 PLN

- A. jest to faktura korekta.
- B. stawka VAT wyniosła 0%.
- C. działalność jest zwolniona z VAT.
- D. działalność nie podlega opodatkowaniu w Polsce.