

Zawód: technik organizacji reklamy

Symbol cyfrowy: 342[01]

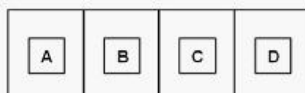
Wersja arkusza: GR2XNLPK

Czas trwania egzaminu: **120 minut**

**EGZAMIN
POTWIERDZAJĄCY KWALIFIKACJE ZAWODOWE
PRÓBNY 2013/2014
ETAP PISEMNY**

Instrukcja dla zdającego:

1. Sprawdź czy arkusz egzaminacyjny zawiera odpowiednią ilość stron. Ewentualny brak stron lub inne usterki zgłoś przewodniczącemu zespołu nadzorującego.
2. Do arkusza dołączona jest KARTA ODPOWIEDZI, na której:
 - wpisz symbol cyfrowy zawodu,
 - zamaluj kratkę z oznaczeniem wersji arkusza,
 - wpisz swój numer PESEL,
 - wpisz swoją datę urodzenia,
 - przyklej naklejkę ze swoim numerem PESEL w oznaczonym miejscu na karcie.
3. Arkusz egzaminacyjny składa się z dwóch części. Część I zawiera 50 zadań, część II 20 zadań.
4. Za każde poprawnie rozwiązane zadanie możesz uzyskać 1 punkt.
5. Aby zdać etap pisemny egzaminu musisz uzyskać co najmniej 25 punktów z części I i co najmniej 6 punktów z części II.
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 na KARCIE ODPOWIEDZI:



9. Tylko jedna odpowiedź jest poprawna.
10. Wybierz właściwą odpowiedź i zamaluj kratkę z odpowiadającą jej literą - np. gdy wybrałeś odpowiedź "A":



11. Staraj się wyraźnie zaznaczać odpowiedzi. Jeżeli się pomylisz i błędnie zaznaczysz odpowiedź, otocz ją kółkiem i zaznacz odpowiedź, którą uważasz za poprawną, np.



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!

CZĘŚĆ I

Zadanie 1.

Dokonując analizy efektywności kampanii reklamowej, należy oceniać zależność pomiędzy

- A. budżetem promocyjnym a medialnym.
- B. nakładami finansowymi a wynikiem kampanii.
- C. celami a grupą docelową.
- D. segmentami rynkowymi a strategią.

Zadanie 2.

Kodeks etyki reklamy określa, że działania związane z marketingiem bezpośrednim muszą

- A. dostarczać produkty, za które żądana jest opłata bez uprzedniego ich zamówienia.
- B. zawierać informacje o nazwach, adresach i numerach telefonu sprzedającego oraz reklamodawcy.
- C. być skierowane do ogółu społeczeństwa.
- D. trwać 24 godziny na dobę w przypadku telemarketingu.

Zadanie 3.

Największy kontrast w projektowanych środkach reklamowych uzyskuje się, stosując kolory

- A. należące do gamy ciepłej.
- B. należące do gamy zimnej.
- C. leżące obok siebie w kręgu barw.
- D. dopełniające.

Zadanie 4.

Jaka reklama jest najbardziej skuteczna dla produktu znajdującego się w trzeciej fazie cyklu życia (fazie dojrzałości)?

- A. Informacyjna.
- B. Defensywna.
- C. Nakłaniająca.
- D. Przypominająca.

Zadanie 5.

Corporate identity oznacza

- A. innowacyjność marki.
- B. standardy obsługi klienta.
- C. tożsamość wizualną firmy.
- D. tożsamość marki.

Zadanie 6.

Zamieszczone zdjęcie przedstawia okno wystawowe typu



www.aplusc.pl/posm/neon-dockers
www.EgzaminZawodowy.info

- A. otwartego.
- B. okolicznościowego.
- C. zamkniętego.
- D. półzamkniętego.

Zadanie 7.

Przepisy prawa dotyczące reklamy produktów tytoniowych dopuszczają możliwość

- A. reklamy produktów tytoniowych w prasie.
- B. umieszczania w punktach sprzedaży informacji o wyrobach tytoniowych.
- C. sponsorowania przez firmy tytoniowe działalności sportowej.
- D. umieszczania spotów reklamowych produktów tytoniowych w TV.

Zadanie 8.

Jaką techniką reklamową należy się posłużyć, adresując reklamę do osób kierujących się zachowaniem innych i ich naśladowujących?

- A. Owczego pędu.
- B. Demonstracji działania.
- C. Rekomendacji.
- D. Sprawdzianu naukowego.

Zadanie 9.

Perspektywę linearną, zbieżną po raz pierwszy zastosowano

- A. w XX wieku.
- B. w renesansie.
- C. w malowidłach prehistorycznych.
- D. w baroku.

Zadanie 10.

Jaka forma reklamy została przedstawiona na zamieszczonym zdjęciu?



www.EgzaminZawodowy.info

- A. Diapazon.
- B. Billboard
- C. Citylight.
- D. Twin.

Zadanie 11.

Jaką technikę druku należy zastosować do druku banerów reklamowych w nakładzie 20 sztuk?

- A. Offset.
- B. Tamponodruk.
- C. Solwent.
- D. Sitodruk.

Zadanie 12.

Firma komputerowa chce zawrzeć w nagłówku ogłoszenia prasowego, w którym reklamuje swoje usługi, informacje o korzyściach ważnych z punktu widzenia klienta. Który z proponowanych nagłówków spełnia te warunki?

- A. Dlaczego miałbyś płacić za komputer?
- B. Na nasz sprzęt dajemy 5 lat gwarancji.
- C. Dla wszystkich mężczyzn.
- D. Biznesmenie, zajrzyj do nas!

Zadanie 13.

Najważniejszą zasadą stosowaną podczas projektowania nowego opakowania produktu do serii produktów już istniejących jest wykorzystanie

- A. przyciągających wzrok ilustracji.
- B. powtarzających się elementów graficznych.
- C. dużego liternictwa.
- D. dużej ilości intensywnych kolorów.

Zadanie 14.

Elementami marketingu mix 4P są:

- A. produkt, cena, promocja, dystrybucja.
- B. produkt, promocja, reklama, dystrybucja.

- C. dystrybucja, public relations, cena, produkt.
- D. cena, rabat, produkt, dystrybucja.

Zadanie 15.

Zamieszczona seria szkiców będących wskazówkami przy realizacji reklamy telewizyjnej to

Dworzec Centralny. Peron po-
grążony w trupim świetle. Młody
człowiek (chłopak 16 -18 lat)
wyglądający normalnie (czysty,
dobrze ubrany) osuwa się pod
ścianą.



Przechodzą ludzie nie zwraca-
jąc na chłopaka najmniejszej
uwagi.



Chłopak upada. Ludzie nadal
nie interesują się nim. Być mo-
że słychać nawet cyniczne uwa-
gi: „Narkoman”, „Ćpun”. Należą
one jednak do ogólnego planu
dźwiękowego.



Źródło: Anna Murdoch *Kreatywność w reklamie*,
Warszawa 2005

www.EgzaminZawodowy.info

- A. master.
- B. teaser.
- C. twin.
- D. storyboard.

Zadanie 16.

Do gaszenia pożarów urzędzeń pod napięciem służą gaśnice:

- A. pianowa i halonowa.
- B. proszkowa i śniegowa.
- C. pianowa i śniegowa.
- D. proszkowa i pianowa.

Zadanie 17.

Sytuację, w której jednostka uświadamia sobie sprzeczność pomiędzy informacjami posiadanymi a informacjami odbieranymi w tej samej sprawie, na przykład szkodliwości palenia, opisuje teoria

- A. motywacji.
- B. samoświadomości.
- C. dysonansu poznawczego.
- D. antycypacji.

Zadanie 18.

Który z przedstawionych sloganów jest sloganem kontrastowym?

- A. Naturalnie piękne i delikatne.
- B. Samochód, który obudzi Twoje zmysły.
- C. Najmniejsza z największych przyjemności.
- D. Zapnij pasy. Włącz Radio ZET!

Zadanie 19.

Badanie marketingowe przeprowadzone przy użyciu kwestionariusza badawczego, którego wynik ma wymiar liczbowy, to badanie

- A. wtórne.
- B. panelowe.
- C. jakościowe.
- D. ilościowe.

Zadanie 20.

Tendencja do automatycznego, pozytywnego oceniania produktu przed zakupem, na podstawie nastroju wywołanego reklamą znanej firmy określana jest jako

- A. efekt satysfakcji.
- B. efekt halo.
- C. efekt defensywności.
- D. dysonans pozakupowy.

Zadanie 21.

Zorganizowanie i przeprowadzenie konferencji prasowej zalicza się do działań z zakresu

- A. publicity.
- B. media relations.
- C. corporate design.
- D. customer relations.

Zadanie 22.

Głównym celem firmy farmaceutycznej jest przekonanie klientów do wypróbowania nowego produktu wchodzącego na rynek - maści przeciwbólowej. W przygotowywanej reklamie firma powinna zastosować apel

- A. seksualny.
- B. racjonalny.
- C. moralny.
- D. emocjonalny.

Zadanie 23.

Projektowanie ogłoszenia z uwzględnieniem wizualnej ścieżki patrzenia, polegającej na rozmieszczeniu elementów reklamy w układzie "Z" lub "S" związane jest z zastosowaniem reguły

- A. harmonii.
- B. kolejności.
- C. kontrastu.
- D. spójności.

Zadanie 24.

W badaniach rynkowych, których celem jest przeanalizowanie zachodzących w czasie zmian w zachowaniach konsumentów, należy zastosować metodę

- A. introspekcyjną.
- B. panelową.
- C. heurystyczną.
- D. projekcyjną.

Zadanie 25.

Planując kampanię reklamującą sportowe obuwie młodzieżowe należy wybrać reklamę

- A. radiową.
- B. targową.
- C. kinową.
- D. pocztową.

Zadanie 26.

Media, na które przeznaczona jest największą część budżetu kampanii reklamowej, to media

- A. kierunkowe.
- B. tradycyjne.
- C. podstawowe.
- D. wspomagające.

Zadanie 27.

Bardzo często w kampaniach społecznych stosuje się apel mający na celu odwołanie się do tego, co jest dobre, a co złe. Jaki to rodzaj apelu?

- A. Emocjonalny.
- B. Racjonalny.
- C. Rekomendacji.
- D. Moralny.

Zadanie 28.

Jaki rodzaj kompozycji należy zastosować przy projektowaniu tradycyjnego szyldu apteki, w którym wszystkie elementy graficzne mają stworzyć jasny, przejrzysty, skończony i logiczny układ?

- A. Zamkniętą.
- B. Odśrodkową.
- C. Otwartą.
- D. Dośrodkową.

Zadanie 29.

Podczas sesji fotograficznej należy wykonać zdjęcie reklamowanego produktu tak, aby uzyskać efekt powiększenia produktu w stosunku do jego rzeczywistych rozmiarów. Jaki rodzaj perspektywy trzeba zastosować podczas jego fotografowania?

- A. Linearną.

- B. Powietrzną.
- C. Ptasią.
- D. Żabią.

Zadanie 30.

Przedstawiony znak stosuje się do oznaczenia



www.EgzaminZawodowy.info

- A. silnego pola magnetycznego.
- B. substancji radioaktywnych.
- C. prądu elektrycznego.
- D. promieniowania laserowego.

Zadanie 31.

Jak nazywa się forma reklamy zewnętrznej wykonana na specjalnym materiale elastycznym lub siatkowym, rozwieszana na przykład na budynkach, za pomocą lin i mocowań?

- A. Baner.
- B. Billboard.
- C. Kaseton.
- D. Diapazon.

Zadanie 32.

Firma OLGA zajmuje się sprzedażą olejków do opalania - produktów sezonowych. Najlepszym dla tej firmy sposobem rozłożenia reklamy w czasie jest zastosowanie kampanii

- A. okresowej.
- B. ciągłej.
- C. równomiernego rozkładu.
- D. pulsacyjnej.

Zadanie 33.

Jaką technikę uszlachetniania druku należy zastosować w procesie druku folderów reklamowych A4, 4+4 w nakładzie 1 tys. sztuk?

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

Zadanie 34.

Do jakich potrzeb człowieka odwołuje się przekaz reklamowy przedstawiony na zamieszczonym plakacie?



- A. Bezpieczeństwa.
- B. Prestiżu.
- C. Fizjologicznych.
- D. Samorealizacji.

Zadanie 35.

Jaka technika reklamowa została zastosowana w spocie reklamowym, którego opis zamieszczono poniżej? "W reklamie znany kierowca rajdowy opowiada o rajdach samochodowych, w których brał udział. Wszystkie te rajdy zakończyły się jego sukcesem i podkreśla, iż zawdzięcza to między innymi olejowi firmy OLG."

- A. Rekomendacja.
- B. Styl życia.
- C. Kawałek życia.
- D. Demonstracja działania.

Zadanie 36.

Wykonując zdjęcie reklamowe aparatem cyfrowym przy świetle naturalnym należy funkcję "balans bieli - WB (white balance)" ustawić w pozycji

- A.  7000 K
 - B.  5500 K
 - C.  5500 K
 - D.  3200 K
- www.EgzaminZawodowy.info

- A. A
- B. B
- C. C
- D. D

Zadanie 37.

Skuteczność kampanii reklamowej jest ściśle powiązana

- A. z treścią reklam.
- B. z kosztami produkcji reklam.
- C. z kosztami emisji reklam.

D. z rodzajem produktu.

Zadanie 38.

Rejestracji znaku graficznego oraz nazwy firmy lub produktu dokonuje w Polsce

- A. Urząd Patentowy.
- B. Urząd Certyfikacji.
- C. Urząd Rejestracji Produktów.
- D. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zadanie 39.

Dzielenie obrazu na dziewięć pól za pomocą dwóch linii pionowych i dwóch linii poziomych jest zasadą kompozycji

- A. podziałowej.
- B. statycznej.
- C. zamkniętej.
- D. złotej.

Zadanie 40.

Slogan, który nie zawiera nazwy firmy, np. Już w porządku mój żołądek jest sloganem

- A. deklaratywnym.
- B. rozkazującym.
- C. porównawczym.
- D. niesamodzielnym.

Zadanie 41.

Do narzędzi promocji sprzedaży zalicza się:

- A. akcydensy, banery reklamowe.
- B. próbki, loterie, obniżki cen.
- C. mailing, reklamę alternatywną.
- D. sampling, targi, konferencje.

Zadanie 42.

Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji określa rodzaje reklam zakazanych. Zgodnie z tą ustawą niedozwolona jest reklama

- A. ukryta.
- B. defensywna.
- C. agresywna.
- D. modułowa.

Zadanie 43.

Firma JEVAL pragnie uatrakcyjnić swoją ofertę produktów w punkcie handlowym i przyciągnąć uwagę nabywców. W tym celu powinna zastosować

- A. ulotki w skrzynkach pocztowych.
- B. wszywki prasowe.
- C. baner internetowy.
- D. standy reklamowe w miejscu sprzedaży.

Zadanie 44.

Jaki rodzaj kompozycji zastosowano na zamieszczonym rysunku?



- A. Dynamiczna, otwarta.
- B. Statyczna, zamknięta.
- C. Statyczna, otwarta.
- D. Dynamiczna, zamknięta.

Zadanie 45.

Badanie rynkowe, którego wyniki zaprezentowano na wykresie, wykazało, że skuteczność kampanii reklamowej w największym stopniu zależała od



- A. częstotliwości emisji reklam.
- B. czasu trwania kampanii.
- C. budżetu kreacji.
- D. pory emisji spotów reklamowych.

Zadanie 46.

Pracownik obsługujący ploter tnący jest narażony na

- A. przecięcie palców dłoni.
- B. podrażnienie dróg oddechowych.
- C. uszkodzenie wzroku.
- D. poparzenie dłoni.

Zadanie 47.

Pisemna weryfikacja hipotez badawczych zawarta jest

- A. w projekcie badań.
- B. w raporcie końcowym badania.
- C. w briefie kreatywnym.
- D. w harmonogramie badań.

Zadanie 48.

Metoda planowanego i systematycznego badania marketingowego polegająca na gromadzeniu informacji o danym zjawisku bez ingerencji w jego przebieg to

- A. obserwacja.

- B. wywiad.
- C. metoda projekcyjna.
- D. eksperyment.

Zadanie 49.

Model oddziaływania reklamy zawierający następujące etapy: zwrócenie uwagi, wzbudzenie zainteresowania, wywołanie pragnienia posiadania, zakup to

- A. Model AIDA
- B. Model DIPADA
- C. Model DAGMAR
- D. Model ANSOFFA

Zadanie 50.

Przepisy której ustawy należy stosować podczas tworzenia baz danych i ich wykorzystywania w działalności reklamowej?

- A. Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
- B. Ustawy o ochronie danych osobowych.
- C. Ustawy Prawo autorskie.
- D. Ustawy Prawo własności prywatnej.

KARTA ODPOWIEDZI

PESEL

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nr zad.	Odpowiedzi			
1	A	B	C	D
2	A	B	C	D
3	A	B	C	D
4	A	B	C	D
5	A	B	C	D
6	A	B	C	D
7	A	B	C	D
8	A	B	C	D
9	A	B	C	D
10	A	B	C	D
11	A	B	C	D
12	A	B	C	D
13	A	B	C	D
14	A	B	C	D
15	A	B	C	D
16	A	B	C	D
17	A	B	C	D
18	A	B	C	D
19	A	B	C	D
20	A	B	C	D
21	A	B	C	D
22	A	B	C	D
23	A	B	C	D
24	A	B	C	D
25	A	B	C	D

Nr zad.	Odpowiedzi			
26	A	B	C	D
27	A	B	C	D
28	A	B	C	D
29	A	B	C	D
30	A	B	C	D
31	A	B	C	D
32	A	B	C	D
33	A	B	C	D
34	A	B	C	D
35	A	B	C	D
36	A	B	C	D
37	A	B	C	D
38	A	B	C	D
39	A	B	C	D
40	A	B	C	D
41	A	B	C	D
42	A	B	C	D
43	A	B	C	D
44	A	B	C	D
45	A	B	C	D
46	A	B	C	D
47	A	B	C	D
48	A	B	C	D
49	A	B	C	D
50	A	B	C	D

Miejsce na naklejkę z nr PESEL

Data urodzenia zdającego

dzień				miesiąc		rok	

Nr zad.	Odpowiedzi			
51	A	B	C	D
52	A	B	C	D
53	A	B	C	D
54	A	B	C	D
55	A	B	C	D
56	A	B	C	D
57	A	B	C	D
58	A	B	C	D
59	A	B	C	D
60	A	B	C	D
61	A	B	C	D
62	A	B	C	D
63	A	B	C	D
64	A	B	C	D
65	A	B	C	D
66	A	B	C	D
67	A	B	C	D
68	A	B	C	D
69	A	B	C	D
70	A	B	C	D

KLUCZ ODPOWIEDZI

Zawód: technik organizacji reklamy

Symbol cyfrowy: 342[01]

Wersja arkusza: GR2XNLPK

Nr zad.	Poprawna odpowiedź
1	B
2	B
3	D
4	D
5	C
6	A
7	B
8	A
9	B
10	C
11	C
12	B
13	B
14	A
15	D
16	B
17	C
18	C
19	D
20	B
21	B
22	B
23	B
24	B
25	C

Nr zad.	Poprawna odpowiedź
26	C
27	D
28	A
29	D
30	D
31	A
32	A
33	C
34	D
35	A
36	B
37	A
38	A
39	D
40	D
41	B
42	A
43	D
44	B
45	A
46	A
47	B
48	A
49	A
50	B

MEMOKARTY MATURALNE

Czy zdajesz maturę? Jeżeli tak, to na pewno przydadzą ci się notatki opracowane przez specjalistów, dzięki którym w łatwy i szybki sposób powtórzysz cały materiał do matury. Poznaj najlepszy system powtórek MEMOKARTY.



ZOBACZ WIĘCEJ NA STRONIE:

www.testy.egzaminzawodowy.info/memokarty.php