

Nazwa kwalifikacji: Wykonywanie przekazu reklamowego

Oznaczenie kwalifikacji: PGF.7

Wersja arkusza: ILV3W8HB

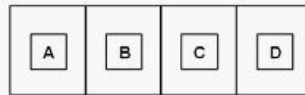
Czas trwania egzaminu: **60 minut**

TEST WIEDZY Z KWALIFIKACJI PGF.7

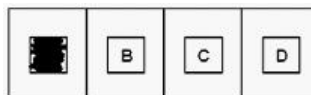
ETAP PISEMNY

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 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 50% 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 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!

Zadanie 1.

Wybierz medium, które jest najbardziej efektywne pod względem kosztów dla start-upu z ograniczonym budżetem na reklamę.

- A. Internet
- B. Prasa
- C. Telewizja
- D. Kino

Zadanie 2.

Rozważasz wykorzystanie narzędzi do automatycznego segmentowania odbiorców e-mail. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe na temat tego procesu?

- A. Automatyczna segmentacja zawsze daje lepsze wyniki niż ręczna.
- B. Automatyczna segmentacja nie wymaga żadnej interwencji człowieka.
- C. Automatyczna segmentacja może pomóc w identyfikacji wzorców, które mogą nie być oczywiste dla człowieka.
- D. Automatyczna segmentacja jest zawsze tańsza niż ręczna.

Zadanie 3.

Pracujesz nad zdjęciem produktu do kampanii reklamowej i chcesz dodać tekst do zdjęcia w Adobe Photoshop. Które narzędzie powinieneś użyć?

- A. Narzędzie "Tekst"
- B. Narzędzie "Wybierz"
- C. Narzędzie "Pędzel"
- D. Narzędzie "Rysunek"

Zadanie 4.

Jesteś odpowiedzialny za produkcję 30-sekundowego spotu radiowego dla nowego produktu. Który z poniższych elementów jest najmniej istotny do uwzględnienia w twoim przekazie?

- A. Nazwa produktu
- B. Korzyści z używania produktu
- C. Historia firmy producenta
- D. Informacje o tym, gdzie można kupić produkt

Zadanie 5.

Przyjrzyj się poniższej tabeli, która przedstawia różne typy drukowanej reklamy i ich cechy. Który z poniższych typów reklamy został źle opisany?

Typ reklamy	Cechy
Ogłoszenie prasowe	Reklama zamieszczona w gazecie lub czasopiśmie
Plakat	Reklama wyświetlana na ścianach budynków lub billboardach
Opakowanie	Reklama umieszczona na produkcie, który jest sprzedawany
Druk adresowy	Reklama wysyłana pocztą do losowo wybranych osób

- A. Plakat
- B. Opakowanie
- C. Ogłoszenie prasowe
- D. Druk adresowy

Zadanie 6.

Rozważ następującą tabelę zawierającą różne typy plików graficznych:

Typ pliku	Obsługuje przezroczystość	Obsługuje warstwy
A. JPEG	Nie	Nie
B. GIF	Tak	Nie
C. PNG	Tak	Nie
D. PSD	Tak	Tak

Który typ pliku powinieneś wybrać, jeśli chcesz zachować przezroczystość i warstwy w swoim projekcie graficznym?

- A. PNG
- B. GIF
- C. PSD
- D. JPEG

Zadanie 7.

Zakładasz kampanię reklamową dla nowego produktu. Jaki typ reklamy zewnętrznej byłby najbardziej efektywny, jeśli chcesz dotrzeć do młodych ludzi, którzy dużo podróżują i często korzystają z technologii?

- A. Reklama na billboardach przy autostradach
- B. Reklama w gazetach i czasopismach
- C. Reklama na banerach na stronach internetowych
- D. Reklama na ekranach cyfrowych w miejscach publicznych

Zadanie 8.

Poniżej znajduje się tabela przedstawiająca różne formaty reklam drukowanych oraz ich typowe zastosowania. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe na podstawie tej tabeli?

Format	Typowe zastosowanie
Billboard	Reklama na dużą skalę, widoczna z daleka
Ulotka	Promocja wydarzeń lub ofert specjalnych
Ogłoszenie prasowe	Reklama usług lub produktów w lokalnej społeczności
Broszura	Szczegółowa prezentacja produktu lub usługi

- A. Ogłoszenia prasowe są zazwyczaj używane do reklamy usług lub produktów w lokalnej społeczności.
- B. Broszury są zazwyczaj używane do promowania wydarzeń lub ofert specjalnych.
- C. Billboardy są zazwyczaj używane do promowania wydarzeń lub ofert specjalnych.
- D. Ulotki są zazwyczaj używane do reklamy na dużą skalę, widocznej z daleka.

Zadanie 9.

Rozważ następującą sytuację: Tworzysz reklamę dla nowego smartfona. Wybierz, który z poniższych elementów jest najważniejszy do skoncentrowania się na nim podczas tworzenia przekazu reklamowego.

- A. Główny komunikat
- B. Kolor smartfona
- C. Miejsce produkcji smartfona
- D. Cena smartfona

Zadanie 10.

Wybierz technikę grafiki komputerowej, która jest najbardziej odpowiednia do tworzenia realistycznych obrazów 3D.

- A. Rysowanie wektorowe
- B. Rysowanie pikselowe
- C. Modelowanie 3D
- D. Fotomanipulacja

Zadanie 11.

Zakładasz agencję reklamową i chcesz stworzyć strategię przekazu reklamowego dla swojej firmy. Co powinieneś uwzględnić, aby twoja strategia była efektywna?

- A. Cele biznesowe, grupę docelową, kanały komunikacji i metryki do oceny skuteczności
- B. Koszt kampanii reklamowej
- C. Najnowsze trendy w branży reklamowej
- D. Twoje ulubione kanały komunikacji

Zadanie 12.

Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe w kontekście wykorzystania mediów cyfrowych w wytwarzaniu elementów przekazu reklamowego?

- A. Media cyfrowe nie pozwalają na interakcję z odbiorcą.
- B. Media cyfrowe są mniej efektywne niż tradycyjne media.
- C. Media cyfrowe pozwalają na precyzyjne targetowanie odbiorców.
- D. Media cyfrowe są zbyt skomplikowane do wykorzystania w reklamie.

Zadanie 13.

Poniżej znajduje się tabela z różnymi technikami retuszu cyfrowego stosowanymi w Adobe Photoshop.

Technika	Opis
A. Dodging and Burning	Zwiększa kontrast poprzez jasne i ciemne obszary
B. Frequency Separation	Oddziela teksturę od koloru dla łatwiejszego retuszu
C. Inpainting	Automatycznie wypełnia obszar zgodnie z otoczeniem
D. Clone Stamp	Kopiuje piksele z jednego obszaru do innego

Która technika byłaby najbardziej odpowiednia do usunięcia niechcianego obiektu z tła zdjęcia?

- A. Clone Stamp
- B. Inpainting

- C. Dodging and Burning
- D. Frequency Separation

Zadanie 14.

Przyjrzyj się poniższej tabeli przedstawiającej cele strategiczne dla kampanii reklamowej. Który z celów nie jest zgodny z zasadą długoterminowości?

Cel
A. Zwiększenie rozpoznawalności marki o 20% w ciągu najbliższych 5 lat
B. Zdobycie 1000 nowych subskrybentów newslettera w ciągu najbliższego miesiąca
C. Zwiększenie sprzedaży o 15% w ciągu najbliższych 3 lat
D. Budowanie pozytywnego wizerunku marki w ciągu najbliższych 5 lat

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

Zadanie 15.

Zakładasz agencję reklamową i chcesz stworzyć efektywną strategię przekazu reklamowego dla nowego produktu. Który z poniższych elementów **NIE** powinien być brany pod uwagę podczas tworzenia tej strategii?

- A. Reklama powinna być skierowana do młodych osób w wieku 18-25 lat.
- B. Celem komunikacji jest zwiększenie sprzedaży produktu.
- C. Reklama powinna być emitowana tylko w godzinach wieczornych.
- D. Reklama powinna wykorzystywać język i symbole zrozumiałe dla docelowej grupy odbiorców.

Zadanie 16.

Wybierz prawidłowe stwierdzenie dotyczące funkcji perswazyjnej przekazu reklamowego.

- A. Funkcja perswazyjna polega na informowaniu odbiorcy o produkcie bez próby przekonania go do zakupu.
- B. Funkcja perswazyjna polega na przedstawieniu jak największej ilości informacji o produkcie, niezależnie od ich znaczenia dla odbiorcy.
- C. Funkcja perswazyjna polega na przekonaniu odbiorcy do zakupu produktu poprzez przedstawienie jego korzyści i zalet.
- D. Funkcja perswazyjna polega na przedstawieniu negatywnych aspektów konkurencyjnych produktów.

Zadanie 17.

Tworzysz tekst reklamowy dla nowego produktu. Która z poniższych zasad jest najważniejsza podczas tworzenia efektywnego tekstu reklamowego?

- A. Tworzenie długiego tekstu, aby zawrzeć jak najwięcej informacji
- B. Koncentracja na cechach produktu, nie na korzyściach dla klienta
- C. Skupienie się na korzyściach, które klient otrzyma z produktu
- D. Używanie skomplikowanego języka, aby pokazać ekspertyzę firmy

Zadanie 18.

Rozważasz wykorzystanie e-mailingu w swojej kampanii reklamowej. Które z poniższych

stwierzeń jest prawdziwe na temat e-mailingu?

- A. E-mailing jest skuteczny tylko w przypadku dużych firm.
- B. E-mailing powinien zawierać spersonalizowane i segmentowane treści.
- C. E-mailing jest skuteczny tylko dla starszych grup demograficznych.
- D. E-mailing jest najskuteczniejszy, gdy jest wysyłany w godzinach szczytu.

Zadanie 19.

Rozważasz wykorzystanie poniższych kolorów w projekcie plakatu reklamowego. Który zestaw kolorów będzie najbardziej odpowiedni do promowania produktu dla młodzieży?

Zestaw A	Zestaw B	Zestaw C	Zestaw D
Czerwony, żółty, niebieski	Czarny, biały, szary	Różowy, fioletowy, błękitny	Zielony, brązowy, pomarańczowy

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

Zadanie 20.

Tworzysz scenariusz dla reklamy radiowej promującej lokalną restaurację. Który z poniższych elementów jest najważniejszy do uwzględnienia w twoim scenariuszu?

- A. Lokalizacja zdjęć produktów na stronie internetowej restauracji
- B. Opis smaku potraw
- C. Wygląd restauracji
- D. Kolorystyka menu

Zadanie 21.

Które medium reklamowe daje możliwość najbardziej precyzyjnego targetowania reklam?

- A. Internet
- B. Telewizja
- C. Kino
- D. Prasa

Zadanie 22.

Przygotowujesz przekaz reklamowy dla nowego suplementu diety. Które z poniższych stwierżeń jest prawdziwe?

- A. Możesz używać dowolnych obrazów i tekstów w swoim przekazie reklamowym
- B. Musisz przestrzegać norm i procedur oceny zgodności dotyczących reklamy suplementów diety
- C. Możesz obiecać, że suplement diety wyleczy wszystkie choroby
- D. Możesz twierdzić, że suplement diety zapobiega chorobom serca bez dowodów naukowych

Zadanie 23.

Wyobraź sobie, że masz za zadanie wysłać e-mail marketingowy do bazy odbiorców. Które z poniższych narzędzi byłoby najbardziej odpowiednie do tego zadania?

- A. Google Docs
- B. MailChimp
- C. Microsoft Word

D. Adobe Photoshop

Zadanie 24.

Przygotowujesz kampanię e-mail marketingową dla firmy, która sprzedaje produkty do pielęgnacji skóry. Chcesz podzielić swoją bazę odbiorców na segmenty, aby dostosować treść wiadomości do różnych grup. Które z poniższych kryteriów mogą być najbardziej przydatne w tym przypadku?

- A. Nazwisko i adres e-mail
- B. Płeć i wiek
- C. Ulubiony kolor i numer buta
- D. Kolor włosów i wzrost

Zadanie 25.

Rozważasz wykorzystanie filmu reklamowego jako elementu przekazu dla swojego klienta. Który z poniższych formatów plików będzie najbardziej odpowiedni do publikacji filmu w mediach cyfrowych?

- A. .docx
- B. .mp4
- C. .avi
- D. .wav

Zadanie 26.

Podczas realizacji zadań zawodowych w dziedzinie reklamy, normy i procedury oceny zgodności są niezbędne. Wskaż, który z poniższych celów NIE jest celem normalizacji krajowej.

- A. Zwiększenie efektywności produkcji
- B. Zwiększenie zasięgu reklamy
- C. Zapewnienie bezpieczeństwa użytkownikom
- D. Ułatwienie wymiany handlowej

Zadanie 27.

Przypisz odpowiednią technikę perswazji do opisu jej stosowania w przekazie reklamowym. **1. Testimonial: 2. Porównanie: 3. Strach:**

- A. 1 - Przedstawienie produktu jako lepszego od konkurencyjnego; 2 - Wywołanie lęku związanego z nieposiadaniem produktu; 3 - Wykorzystanie opinii znanej osoby.
- B. 1 - Wywołanie lęku związanego z nieposiadaniem produktu; 2 - Wykorzystanie opinii znanej osoby; 3 - Przedstawienie produktu jako lepszego od konkurencyjnego.
- C. 1 - Wykorzystanie opinii znanej osoby; 2 - Przedstawienie produktu jako lepszego od konkurencyjnego; 3 - Wywołanie lęku związanego z nieposiadaniem produktu.
- D. 1 - Przedstawienie produktu jako lepszego od konkurencyjnego; 2 - Wykorzystanie opinii znanej osoby; 3 - Wywołanie lęku związanego z nieposiadaniem produktu.

Zadanie 28.

Zidentyfikuj, które z poniższych stwierdzeń dotyczących przekazu reklamowego są prawdziwe.

- A. Przekaz reklamowy powinien zawierać jak najwięcej informacji o produkcie, nawet jeśli nie są one bezpośrednio związane z jego użytkowaniem.
- B. Przekaz reklamowy powinien być zrozumiały dla odbiorcy i skupiać się na korzyściach płynących z użytkowania produktu.
- C. Przekaz reklamowy powinien skupiać się tylko na opisie produktu, ignorując potrzeby odbiorcy.
- D. Przekaz reklamowy powinien być skomplikowany i pełen technicznych szczegółów, aby

pokazać profesjonalizm firmy.

Zadanie 29.

Zidentyfikuj, która z poniższych opcji najlepiej opisuje strukturę przekazu reklamowego.

- A. Nagłówek, treść, podpis
- B. Nagłówek, treść, obrazek, podpis
- C. Nagłówek, wstęp, rozwinięcie, zakończenie
- D. Nagłówek, wstęp, rozwinięcie, obrazek, zakończenie

Zadanie 30.

Rozważ tabelę przedstawiającą wyniki sprzedaży firmy Y przed i po kampanii reklamowej:

Miesiąc	Wyniki sprzedaży (w tys.)
Styczeń (przed kampanią)	50
Luty (po kampanii)	80

Na podstawie powyższych danych, jakie jest prawdopodobne zadanie reklamy w kontekście firmy Y?

- A. Zwiększenie sprzedaży produktów firmy Y
- B. Zmniejszenie konkurencji na rynku
- C. Zmniejszenie sprzedaży produktów firmy Y
- D. Zwiększenie świadomości o istnieniu firmy Y

Zadanie 31.

Przygotowujesz scenariusz dla reklamy radiowej. Poniżej znajduje się tabela z czasami trwania poszczególnych segmentów. Który z segmentów jest nieodpowiednio zaplanowany?

Segment	Czas trwania
Wprowadzenie	10 sekund
Prezentacja produktu	30 sekund
Testimonial	15 sekund
Zakończenie i CTA	5 sekund

- A. Wprowadzenie
- B. Prezentacja produktu
- C. Testimonial
- D. Zakończenie i CTA

Zadanie 32.

Rozważasz wykorzystanie normy **ISO/IEC 27001** do zarządzania bezpieczeństwem informacji w kampanii reklamowej. Jakiego rodzaju jest ta norma?

- A. Norma krajowa
- B. Norma europejska
- C. Norma międzynarodowa
- D. Norma regionalna

Zadanie 33.

Przygotowujesz zdjęcie produktu do kampanii reklamowej. Produkt jest dobrze oświetlony, ale

tło jest zbyt ciemne. Które narzędzie w Adobe Photoshop pomoże Ci poprawić oświetlenie tła, nie wpływając na produkt?

- A. Narzędzie "Poziomy"
- B. Narzędzie "Ekspozycja"
- C. Narzędzie "Krzywe"
- D. Narzędzie "Balans bieli"

Zadanie 34.

Jaka jest główna różnica między marketingiem doświadczeń a tradycyjnym marketingiem?

- A. Marketing doświadczeń skupia się na tworzeniu unikalnych doświadczeń dla klientów, a tradycyjny marketing skupia się na promowaniu produktów lub usług
- B. Marketing doświadczeń skupia się na sprzedaży produktów, a tradycyjny marketing skupia się na budowaniu relacji z klientami
- C. Marketing doświadczeń skupia się na budowaniu relacji z klientami, a tradycyjny marketing skupia się na sprzedaży produktów
- D. Nie ma różnicy między marketingiem doświadczeń a tradycyjnym marketingiem

Zadanie 35.

Zastanawiasz się nad wykorzystaniem obrazów w projekcie reklamy. Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje zasadę wykorzystania obrazów w projektowaniu graficznym?

- A. Obrazy powinny być wykorzystywane tylko wtedy, gdy są konieczne do zrozumienia przekazu.
- B. Obrazy powinny być wykorzystywane do podkreślenia lub uzupełnienia treści przekazu.
- C. Obrazy powinny być wykorzystywane jak najczęściej, niezależnie od treści przekazu.
- D. Obrazy powinny być wykorzystywane tylko wtedy, gdy tekst nie jest wystarczająco jasny.

Zadanie 36.

Przygotowujesz kampanię reklamową dla produktu przeznaczonego dla młodzieży. Który z poniższych sposobów komunikacji będzie najbardziej efektywny?

- A. Używanie języka naukowego i skomplikowanych terminów technicznych.
- B. Używanie formalnego języka i tradycyjnych form przekazu.
- C. Używanie slangu młodzieżowego i nowoczesnych form przekazu.
- D. Używanie języka potocznego bez uwzględnienia specyfiki grupy docelowej.

Zadanie 37.

Zakładasz kampanię reklamową dla nowego produktu. Wybierz rodzaj reklamy zewnętrznej, który najbardziej nadaje się do promowania produktu w dużych miastach.

- A. Reklama w radiu lokalnym
- B. Reklama w prasie lokalnej
- C. Reklama w newsletterze
- D. Reklama na billboardach

Zadanie 38.

Przyjmij, że firma Z chce zwiększyć swoją bazę klientów. Które z poniższych działań reklamowych najprawdopodobniej podejmie?

- A. Przeprowadzi kampanię reklamową skierowaną do potencjalnych klientów
- B. Zwiększy produkcję swojego produktu
- C. Zmniejszy cenę swojego produktu
- D. Zmniejszy wydatki na działania marketingowe

Zadanie 39.

Rozważ różnice między reklamą a dziełem sztuki. Które z poniższych stwierdzeń jest prawdziwe?

- A. Nie ma żadnej różnicy między reklamą a dziełem sztuki.
- B. Reklama jest zawsze komercyjna, podczas gdy dzieło sztuki jest zawsze niekomercyjne.
- C. Reklama ma na celu przekonać odbiorcę do zakupu produktu lub usługi, podczas gdy dzieło sztuki ma na celu wyrazić emocje, idee lub wizję artysty.
- D. Reklama i dzieło sztuki mają ten sam cel - wywołać emocje u odbiorcy.

Zadanie 40.

Planujesz kampanię reklamową na Facebooku. Które z poniższych elementów powinieneś uwzględnić podczas tworzenia posta reklamowego, aby był on efektywny?

- A. Jasny i zrozumiały przekaz, odpowiednie formatowanie tekstu oraz atrakcyjne grafiki
- B. Wyłącznie tekst, ponieważ obrazy mogą odwrócić uwagę od przekazu
- C. Długie i skomplikowane zdania, aby pokazać profesjonalizm
- D. Wiele różnych kolorów, aby przyciągnąć uwagę

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