

# Oefenmateriaal NIMA A1 Marketing

Vakgebied: A A1 Marketing

---

## - OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA Examen Marketing, examenmodule A1.

Dit examen bevat 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten.

U dient uit de vier of soms drie antwoordmogelijkheden het meest juiste antwoord te kiezen. Er is maar één antwoord juist.

Als u vragen heeft of afwijkingen in het examen ziet, raadplaag de surveillant.

Veel succes!

**Aantal vragen:** 45

- 1** 1 pt. Voor popfestivals is het creëren van contact tussen optredende artiesten en hun publiek van essentieel belang. Om zich goed te kunnen focussen op die taak hebben steeds meer festivals subactiviteiten zoals catering, overnachting en beveiliging aan andere bedrijven uitbesteed. Op welk onderdeel van marketingplanning heeft deze beslissing betrekking?
- a. Core business
  - b. Missie
  - c. Visie
  - d. Business definition
- 2** 1 pt. In het jubileumboek ter ere van het 100-jarig bestaan van een Nederlandse staal- en aluminiumfabrikant lezen we dat de marktbenadering van het bedrijf door de jaren heen precies die ontwikkeling heeft gekend die in de marketingboeken wordt beschreven. In welke volgorde heeft de marktbenadering van het bedrijf zich vanaf de oprichting ontwikkeld?
- a. Productie-oriëntatie, verkooporiëntatie, marketingoriëntatie, maatschappelijke oriëntatie
  - b. Maatschappelijke oriëntatie, productie-oriëntatie, verkooporiëntatie, marketingoriëntatie
  - c. Productie-oriëntatie, verkooporiëntatie, maatschappelijke oriëntatie, marketingoriëntatie
  - d. Verkooporiëntatie, productie-oriëntatie, marketingoriëntatie, maatschappelijke oriëntatie
- 3** 1 pt. In welk onderdeel van het marketingplan wordt de interne en externe analyse gemaakt?
- a. Situatieanalyse
  - b. Probleemstelling
  - c. Strategie
  - d. Prognose
- 4** 1 pt. In de snel groeiende markt voor maaltijdboxen heeft marktleider HelloFresh een marktaandeel van circa 70%. Met welke soort vraag wordt het marktaandeel van HelloFresh aangeduid?
- a. Secundaire vraag
  - b. Selectieve vraag
  - c. Generieke vraag
  - d. Primaire vraag

- 5** De grote Nederlandse dagbladen openden onlangs met de volgende krantenkop: 'Gekte op huizenmarkt in 2018 voorbij'. Van welk marktbegrip is hier sprake?  
1 pt.
- a. Abstracte markt
  - b. Industriële markt
  - c. Concrete markt
  - d. Technische markt
- 6** Welke schakel in de bedrijfskolom verkoopt zijn producten in kleine hoeveelheden of per stuk aan de consument?  
1 pt.
- a. Oerproducent
  - b. Distribuant
  - c. Detaillist
  - d. Exporteur
- 7** Het kledingmerk Calvin Klein werd in eerste instantie groot door zijn collecties merkjeans en -ondergoed. Later introduceerde het bedrijf ook een exclusieve parfumlijn op de markt. Hoe wordt deze beweging in de bedrijfskolom genoemd?  
1 pt.
- a. Specialisatie
  - b. Integratie
  - c. Parallellisatie
  - d. Differentiatie
- 8** In het kader van een assortimentsanalyse is een wijnimporteur geïnteresseerd in het percentage volwassen consumenten dat in de zomer van 2017 minimaal één keer wijn uit een Oost-Europees land heeft gekocht. In welk vraagbegrip is de importeur geïnteresseerd?  
1 pt.
- a. Marktpotentieel
  - b. Penetratiegraad
  - c. Marktaandeel
  - d. Vervangingsvraag

- 9** De belangrijkste grondstof van zonnepanelen is zand. Als gevolg van de almaar stijgende consumentenvraag kopen zonnepaneelfabrikanten steeds meer zand in. Hoe wordt de vraag naar zand genoemd?  
1 pt.
- a. Finale vraag
  - b. Additionele vraag
  - c. Afgeleide vraag
  - d. Potentiële vraag
- 10** Op de valutamarkt verloopt de wisselkoers van de Bitcoin cryptomunt vaak grillig. Van welke marktform is hier sprake?  
1 pt.
- a. Volledige mededinging
  - b. Oligopolie
  - c. Monopolie
  - d. Monopolistische concurrentie
- 11** Met de slogan 'The best a man can get' en commercials met bekende sporters richt scheermessenfabrikant Gillette haar promotie vooral op het segment jonge scheerders, die graag experimenteren met nieuwe producten. Welke categorieën uit het adoptiemodel van Rogers staan centraal in het marketingbeleid van Gillette?  
1 pt.
- a. Innovators en early adopters
  - b. Late majority en laggards
  - c. Early majority en late majority
  - d. Early adopters en early majority
- 12** Op welk onderdeel van het beslissingsproces heeft het koopgedrag van consumenten betrekking?  
1 pt.
- a. Respons
  - b. Stimulus
  - c. Perceptie
  - d. Black box

- 13** 1 pt. Cosmeticsfabrikant Kao test nieuwe producten altijd eerst in een klein, nauwkeurig gespecificeerd marktgebied binnen een land. Op basis van de ervaringen van retailers en consumenten worden nieuwe cosmeticaproducten eventueel aangepast en vervolgens gedistribueerd over het gehele land. Welke methode van marktonderzoek hanteert Kao?
- a. Enquête
  - b. Experiment
  - c. Observatie
  - d. Desk research
- 14** 1 pt. Een marktleider in automatenkoffie en toebehoren is op zoek naar een marketingfunctionaris die “specifiek verantwoordelijk is voor een van onze grote klanten, het Academisch Medisch Centrum (AMC) in Amsterdam. Op basis van regelmatig klantcontact stemt de functionaris het marketingbeleid zo optimaal mogelijk af op de wensen van het AMC”. Van welke marketingfunctie is hier sprake?
- a. Productmanager
  - b. Accountmanager
  - c. Brandmanager
  - d. Category manager
- 15** 1 pt. In de inhoudsopgave van een marketingplan komen we de afkorting SDP tegen. Op welke marketingactiviteiten heeft deze afkorting betrekking?
- a. Specialiseren, doelgroepbepaling, positioneren
  - b. Selecteren, doelgroepbepaling, positioneren
  - c. Segmenteren, doelgroepbepaling, positioneren
  - d. Specificeren, doelgroepbepaling, positioneren
- 16** 1 pt. In het najaar van 2017 heeft Albert Heijn sommige verpakkingen van het huismerk AH Zoete Chilisaus teruggehaald, omdat een productiefout ervoor zorgde dat er teveel druk op de fles stond zodat na opening alle saus eruit stroomde. Tot welk onderdeel van de productmix kunnen terugroepacties worden gerekend?
- a. Productlevenscyclus
  - b. Service
  - c. Assortiment
  - d. Productaansprakelijkheid

- 17** 1 pt. Dierenspeciaalzaak Ploumen maakt moeilijke tijden door. De speciaalzaak ondervindt veel concurrentie van de dichtbijgelegen supermarkt en van het tuincentrum, dat onlangs is gestart met de verkoop van dierbenodigdheden. Mevrouw Ploumen denkt erover de formule van de winkel te veranderen. Zo wil zij de service verbeteren. Daarnaast wil zij een ruimte in de winkel creëren voor een trimsalon.

Welke assortimentsstrategie past mevrouw Ploumen toe?

- a. Trading up
  - b. Up-grading
  - c. Down-grading
  - d. Restyling
- 18** 1 pt. De Bijenkorf besluit om tijdelijk een reeks producten in haar assortiment, zoals Avocado snacks, fruitrepen en notenmixen, onder de naam Healthy Food Stories op te nemen. Hiermee wil zij inspelen op de trend van gezonde voeding. Welk merktype hanteert de Bijenkorf hier?

- a. Fabrikantenmerk
- b. Collectief merk
- c. Fancymerk
- d. Paraplumerk

- 19** 1 pt. Janneke koopt uit inboedels van failliete winkels allerlei spullen op. Ze koopt alleen de beste kwaliteit voor een scherpe prijs. Vervolgens verkoopt ze de goederen los via haar website. Ze prijst zichzelf aan met: "Scherpe prijzen door slim inkopen en alleen de beste kwaliteit". Ze heeft op de voorpagina van haar website altijd een aantal producten staan voor superprijzen, zoals "Nieuwe bureaus € 29,95".

Op welke twee prijsprincipes mikt Janneke?

- a. Prijs-prestatie en psychologische prijsstelling
- b. Psychologische prijsstelling en prijselasticiteit
- c. Prijs-prestatie en prijselasticiteit
- d. Prijselasticiteit en prijs-afstandverhouding

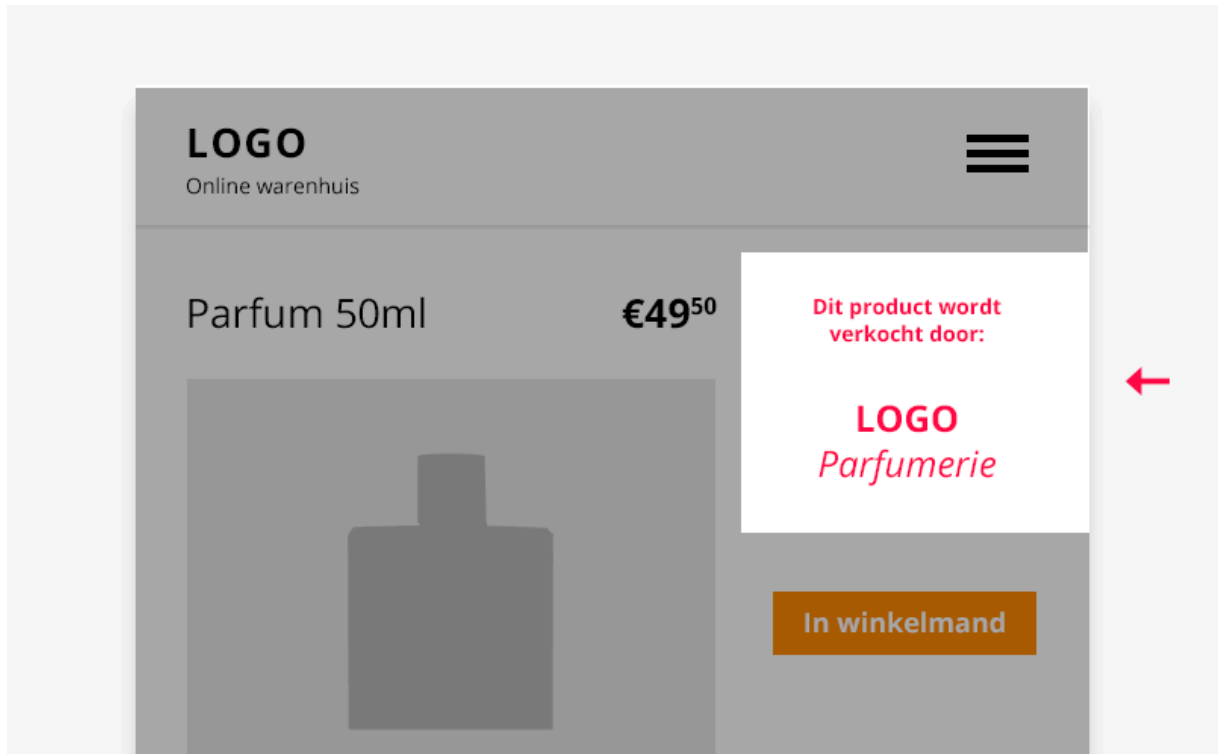
- 20** 1 pt. In december bakt de Nederlandse consument graag zelf oliebollen. Aan het einde van het jaar krijgen supermarkten een omzetbonus als het aantal verkochte pakken oliebollenmix meer is dan vooraf met de fabrikant was afgesproken. Welk type korting wordt hier door de fabrikant verleend?
- a. Prestatiekorting
  - b. Functionele korting
  - c. Actiekorting
  - d. Seizoenkorting
- 21** 1 pt. Tot welk marktinstrument binnen de marketingmix behoort de kanaalkeuze?
- a. Prijs
  - b. Distributie
  - c. Product
  - d. Communicatie
- 22** 1 pt. Landelijk opererende A-merk fabrikanten richten zich vaak via commercials op TV tot eindgebruikers. Zij prikkelen daarmee de nieuwsgierigheid van consumenten en met de te verwachten vraag van consumenten worden distributeurs ertoe bewogen het product in het assortiment op te nemen. Hoe wordt deze distributiestrategie genoemd?
- a. Pull-strategie
  - b. Exclusieve distributie
  - c. Selectieve distributie
  - d. Push-strategie
- 23** 1 pt. Een organisatie kiest ervoor het distributiekanaal uit te schakelen en alle functies te vervullen door de verschillende direct marketingmethoden en -technieken. Op welk niveau van direct marketingbeleid speelt deze beslissing zich af?
- a. Productvormniveau
  - b. Organisatieniveau
  - c. Instrumentniveau
  - d. Productniveau

- 24** Door middel van de slogan 'Growing a better world together' presenteert Rabobank zich aan zowel externe als interne doelgroepen als een internationale bank die staat voor een betere wereld. Op welk onderdeel van de communicatiemix heeft deze merkcampagne van Rabobank betrekking?
- 1 pt.
- a. Marketingcommunicatiemix
  - b. Actiecommunicatiemix
  - c. Corporate communicatiemix
- 25** Een autofabrikant heeft een nieuw revolutionair model ontwikkeld, onder de naam ECO. De ECO is veel zuiniger dan alle andere auto's en kan milieuvriendelijker geproduceerd worden. De fabrikant besluit door middel van public relations en reclame hier zo veel mogelijk aandacht voor te krijgen. Wat is een voorbeeld van reclame?
- 1 pt.
- a. Het organiseren van een perslunch voor de kranten- en tijdschriftenmedia, in de hoop veel publiciteit te krijgen
  - b. Het plaatsen van een advertentie, waarin het milieuvriendelijke karakter van de auto wordt benadrukt
  - c. Het periodiek uitgeven van een milieublade, waarin ook redactionele aandacht wordt gegeven aan milieuzuinige auto's als de ECO
  - d. Het geven van een televisie-interview, met als doel aandacht in media te krijgen voor het nieuwe model en de milieuvriendelijke aspecten
- 26** Onlangs heeft het warenhuis Hudson's Bay haar intrede gedaan op de Nederlandse markt met een positionering als *premium contemporary department store*. In welk onderdeel van het marketingbeleid van een retailketen worden de strategische uitgangspunten omgezet in doelgroepbepaling en positionering?
- 1 pt.
- a. Instore marketing
  - b. Winkelformule
  - c. Productmix
  - d. Retailmix



- 27** De 'Groener dan groen' campagne van Heineken is een concrete invulling van duurzaam ondernemen, gericht op het vinden van een balans tussen de drie P's van de triple-p-benadering. Welke P maakt deel uit van deze benadering?  
1 pt.
- a. Plaats
  - b. Profit
  - c. Prijs
  - d. Presentatie
- 28** Tegenwoordig gebruiken steeds meer bedrijven een evenement waarbij er alleen een online publiek is. Hier gebruikt een spreker vaak wat ondersteunende elementen bij, bijvoorbeeld een powerpointpresentatie. Hoe wordt dit genoemd?  
1 pt.
- a. Webinar
  - b. Podcast
  - c. Webcast
  - d. Blog
- 29** Een reisorganisatie maakt in haar marketingcommunicatie gebruik van display advertising. Van welk type media maakt deze reisorganisatie gebruik?  
1 pt.
- a. Rich media
  - b. Owned media
  - c. Earned media
  - d. Paid media
- 30** Stel je bent op zoek naar een horloge. Je typt de term 'horloge kopen' in op een zoekmachine. Vervolgens kom je op de website van een juwelier terecht. Je twijfelt over een horloge maar besluit geen aankoop te doen. Vervolgens navigeer je naar Facebook en je ziet ineens een advertentie van de juwelier met daarin het horloge wat jij zojuist hebt bekeken. Hoe noemt men deze vorm van adverteren?  
1 pt.
- a. Pure bundeling
  - b. Promoted trend
  - c. Rich snippets
  - d. Retargeting

31  
1 pt.



Bekijk de afbeelding hierboven. In het uitgelichte vak staat dat de verkoop van het product wordt verzorgd door een derde partij. Wat betekent dit?

- a. De verkoper en het warenhuis maken gebruik van een affiliate marketing programma
- b. Het warenhuis maakt gebruik van een open source e-commercesysteem
- c. De verkoper beschikt niet over een eigen webwinkel
- d. De verkoper en het warenhuis maken gebruik van remarketing ads en display advertising

32 Het netto bereik van een campagne vind je door:

1 pt.

- a. het aantal unieke personen dat de uiting gezien heeft te vermenigvuldigen met de frequency cap
- b. te tellen hoeveel unieke personen de uitingen van de campagne gezien hebben
- c. het totaal aantal vertoningen (impressies) te delen door de frequency cap
- d. het totaal aantal vertoningen (impressies) van de uitingen van de campagne te tellen

- 33** Via Facebook Insights wordt gemeten dat 9,5% van de unieke gebruikers een trailer van een binnenkort te verschijnen game heeft bekeken. Van welke statistiek is hier sprake?  
1 pt.
- a. Engagement rate
  - b. Bereik
  - c. Engaged users
  - d. Content curatie
- 34** Zwitsal heeft een Facebook community met een fanbase van zo'n 300 fans, waarin allerlei tips en weetjes rond babyverzorging worden gedeeld. Naarmate de fanbase groter wordt ontstaan er steeds nieuwe uitdagingen op het gebied van webcare. Zwitsal leert voortdurend van haar fans, en beantwoordt alle reacties. Op welk niveau zet het bedrijf social media in?  
1 pt.
- a. Monitoren
  - b. Participeren
  - c. Luisteren
  - d. Initiëren
- 35** De twee hoofdvormen van zoekmachinemarketing zijn zoekmachineoptimalisatie (SEO) en zoekmachineadverteren (SEA). Aan beide vormen kleven zowel voor- als nadelen. Wat is een specifiek voordeel van SEA ten opzichte van SEO?  
1 pt.
- a. Snellere resultaten
  - b. Duurzamere resultaten
  - c. Relatief goedkoper
  - d. Grotere geloofwaardigheid
- 36** Wat is het kenmerk van een sitelinkextensie?  
1 pt.
- a. Er wordt de mogelijkheid geboden om met een klik binnen een advertentie de adverteerder te bellen
  - b. Er worden relevante links tussen websites en webpagina's gegeven
  - c. Er wordt ruimte geboden voor meerder deeplinks onder een advertentie waardoor subonderwerpen aandacht krijgen
  - d. Er worden sterretjes toegevoegd aan de advertentie waarmee een beoordeling wordt gegeven

- 37** 1 pt. In een teamvergadering bespreekt een marketingmanager de vier hoofddoelstellingen van e-mailmarketing. Hij gaat daarbij in op het stimuleren van websitebezoek, verkoop en kostenbesparing. Wat is de vierde doelstelling van e-mailmarketing?
- a. Awareness
  - b. Ontwikkeling
  - c. Retentie
  - d. Aftersales
- 38** 1 pt. Sportcity stuurt e-mails waarin de mogelijkheden van haar Crosstrainers wordt benadrukt met als doel het stimuleren van het gebruik hiervan. Welke mogelijkheid van e-mailmarketing wordt hier gebruikt?
- a. Productupdates
  - b. Servicemail
  - c. Nieuwsbrief
  - d. Eventmail
- 39** 1 pt. Op de website van een hamburgerrestaurant wordt de nieuwe Spicy Burger met tabascosaus aangekondigd met de slogan: "Probeer nu de Spicy Burger, daar ga je zeker geen spijt van krijgen". Welke schrijfstijl voor websites wordt hier gebruikt?
- a. Informatieve schrijfstijl
  - b. Verkoopgerichte schrijfstijl
  - c. Motiverende schrijfstijl
  - d. Servicegerichte schrijfstijl
- 40** 1 pt. Wat is de essentie van een lineair model bij conversieattributie?
- a. De eerste en de laatste klik van het conversiepad krijgen meer waarde toegekend dan de tussenliggende clicks
  - b. 100% van de conversiewaarde wordt toegekend aan de eerste click
  - c. De totale conversiewaarde wordt gelijk verdeeld over alle clicks in het conversiepad
  - d. 100% van de conversiewaarde wordt toegekend aan de laatste click

- 41** Om prestatie-indicatoren te kunnen bepalen zijn m.b.t een bepaalde banner de volgende gegevens verzameld:  
1 pt.

Aantal vertoningen: 23.800

Kosten: € 47,45

Aantal klikken: 200

Wat zijn de kosten per klik (CPC)?

- a. € 0,24
- b. € 2,40
- c. € 1,35
- d. € 13,50

- 42** Om te beoordelen of een Adwordscampagne voldoende oplevert, zijn de volgende gegevens verzameld:  
1 pt.

Aantal gerealiseerde conversies: 150

Waarde van een conversie per stuk: € 25

Aantal kliks: 3.000

Kosten per klik: € 0,50

Hoeveel bedraagt de return on advertising spending (ROAS)?

- a. 1
- b. 2,5
- c. 1,5
- d. 2

- 43** In een land zijn 10.000 winkels die olijven in blik verkopen. Hiervan voeren 4.200 het merk Oliva. De 10.000 winkels verkopen samen 2.300.000 blikjes olijven. In de genoemde 4.200 winkels worden 60.000 blikjes olijven verkocht. Het markt bereik (gewogen distributie) van Oliva in dit land bedraagt:  
1 pt.

- a. 7%
- b. 23%
- c. 2,6%
- d. 42%

- 44** Bij een bedrijf is voor het komend jaar de normale productie en afzet op 20.000 stuks gesteld. De werkelijke afzet voor het komend jaar is 20.500. Per eenheid product is de verkoopprijs € 20,- (met de BTW hoeft geen rekening worden gehouden), de variabele kosten € 8,- en de constante kosten € 5,-.

1 pt.

Wat is de verwachte nettowinst?

- a. € 146.000
- b. € 140.000
- c. € 202.250
- d. € 253.500

- 45** Een handelaar in wissellijsten heeft zich vlak bij een concurrent gevestigd. Hij wil met lage prijzen klanten aan hem binden en wil de eerste twee maanden zelfs verkopen tegen een prijs die geen winst (maar ook geen verlies) oplevert. Zijn gegevens voor deze eerste twee maanden:

1 pt.

geschatte afzet	3.400 stuks
totale constante kosten	€ 204.000,-
variabele kosten per product	€ 40,-
gebruikelijke winstopslag	25%

Bij welke verkoopprijs heeft de handelaar geen winst en geen verlies?

- a. € 100,-
- b. € 110,-
- c. € 115,-
- d. € 125,-

**- OEFENMATERIAAL -**

De examenmodule NIMA A1 Marketing heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website [www.nima.nl/uitslag-nima-examen](http://www.nima.nl/uitslag-nima-examen).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een fijne dag!

Met vriendelijke groet,

NIMA

**- OEFENMATERIAAL -**

Welkom op het NIMA Examen Marketing, examenmodule A1.

Dit examen bevat 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten.

U dient uit de vier of soms drie antwoordmogelijkheden het meest juiste antwoord te kiezen. Er is maar één antwoord juist.

Als u vragen heeft of afwijkingen in het examen ziet, raadplaag de surveillant.

Veel succes!

- 1** 1 pt.  A  B  C  D
- 2** 1 pt.  A  B  C  D
- 3** 1 pt.  A  B  C  D
- 4** 1 pt.  A  B  C  D
- 5** 1 pt.  A  B  C  D
- 6** 1 pt.  A  B  C  D
- 7** 1 pt.  A  B  C  D
- 8** 1 pt.  A  B  C  D
- 9** 1 pt.  A  B  C  D
- 10** 1 pt.  A  B  C  D
- 11** 1 pt.  A  B  C  D
- 12** 1 pt.  A  B  C  D
- 13** 1 pt.  A  B  C  D
- 14** 1 pt.  A  B  C  D
- 15** 1 pt.  A  B  C  D
- 16** 1 pt.  A  B  C  D

- 17** 1 pt.  A  B  C  D
- 18** 1 pt.  A  B  C  D
- 19** 1 pt.  A  B  C  D
- 20** 1 pt.  A  B  C  D
- 21** 1 pt.  A  B  C  D
- 22** 1 pt.  A  B  C  D
- 23** 1 pt.  A  B  C  D
- 24** 1 pt.  A  B  C
- 25** 1 pt.  A  B  C  D
- 26** 1 pt.  A  B  C  D
- 27** 1 pt.  A  B  C  D
- 28** 1 pt.  A  B  C  D
- 29** 1 pt.  A  B  C  D
- 30** 1 pt.  A  B  C  D
- 31** 1 pt.  A  B  C  D
- 32** 1 pt.  A  B  C  D



- 33 1 pt.  A  B  C  D
- 34 1 pt.  A  B  C  D
- 35 1 pt.  A  B  C  D
- 36 1 pt.  A  B  C  D
- 37 1 pt.  A  B  C  D
- 38 1 pt.  A  B  C  D
- 39 1 pt.  A  B  C  D
- 40 1 pt.  A  B  C  D
- 41 1 pt.  A  B  C  D
- 42 1 pt.  A  B  C  D
- 43 1 pt.  A  B  C  D
- 44 1 pt.  A  B  C  D
- 45 1 pt.  A  B  C  D

**- OEFENMATERIAAL -**

De examenmodule NIMA A1 Marketing heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website [www.nima.nl/uitslag-nima-examen](http://www.nima.nl/uitslag-nima-examen).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een fijne dag!

Met vriendelijke groet,

NIMA

## Correctiemodel

---

**1.** A  
1 pt.

**2.** A  
1 pt.

**3.** A  
1 pt.

**4.** B  
1 pt.

**5.** A  
1 pt.

**6.** C  
1 pt.

**7.** C  
1 pt.

**8.** B  
1 pt.

**9.** C  
1 pt.

**10.** A  
1 pt.

**11.** A  
1 pt.

**12.** A  
1 pt.

**13.** B  
1 pt.

**14.** B  
1 pt.

**15.** C  
1 pt.

**16.** D  
1 pt.

**17.** B  
1 pt.

**18.** C  
1 pt.

**19.** A  
1 pt.

**20.** A  
1 pt.

**21.** B  
1 pt.

**22.** A  
1 pt.

**23.** B  
1 pt.

**24.** C  
1 pt.

**25.** B  
1 pt.

**26.** B  
1 pt.

**27.** B  
1 pt.

**28.** A  
1 pt.

**29.** D  
1 pt.

**30.** D  
1 pt.

**31.** A  
1 pt.

**32.** B  
1 pt.

**33.** A  
1 pt.

**34.** B  
1 pt.

**35.** A  
1 pt.

**36.** C  
1 pt.

**37.** C  
1 pt.

**38.** A  
1 pt.

**39.** C  
1 pt.

**40.** C  
1 pt.

**41.** A  
1 pt.

**42.** C  
1 pt.

**43.** C  
1 pt.

**44.** A  
1 pt.

**45.** A  
1 pt.