



Perfomance-маркетинг.фдир_МАГ(1/2)

- 1 Укажите, какое слово пропущено в следующем утверждении:
«Performance-маркетинг (performance marketing) — это маркетинговая стратегия, ориентированная на достижение конкретных ... результатов и финансовых показателей»
- 2 Укажите, в каком десятилетии возник Performance-маркетинг.
- 3 Укажите, на чём делается акцент в рамках Performance-маркетинга в отличие от традиционных методов рекламы.
- 4 Укажите, какой из следующих инструментов является платформой для Performance-маркетинга.
- 5 Укажите название платформы, которое до переименования звучало как «Google AdWords».
- 6 Укажите, какой тип бизнеса может использовать Performance-маркетинг.
- 7 Укажите, какой из следующих аспектов не является характеристикой Performance-маркетинга.
- 8 Укажите, какие технологии способствовали популяризации Performance-маркетинга.
- 9 Укажите, что является основным целевым действием пользователей в Performance-маркетинге.
- 10 Укажите, какой из следующих методов не относится к Performance-маркетингу.
- 11 Укажите, популярные платформы для реализации Performance-маркетинга.
- 12 Укажите, как в переводе на русский язык раскрывается аббревиатура «CРА».
- 13 Укажите, что представляет собой CРА.
- 14 Укажите, какая модель оплаты отражает суть CPC.
- 15 Укажите, чем отличается CРА от CPC.
- 16 Укажите, какой фактор минимизируется в модели CРА.





- 17) Укажите, почему модель CPC считается эффективной для управления расходами на рекламу.
- 18) Укажите, для чего используется модель CPA чаще всего.
- 19) Укажите, что представляет собой целевая конверсия в контексте CPA.
- 20) Укажите, какие два основных отличия есть у CPA и CPM
- 21) Укажите, какова главная особенность модели CPC по сравнению с другими моделями оплаты.
- 22) Укажите, какой подход минимизирует риск для рекламодателя.
- 23) Укажите, какой подход позволяет рекламодателю платить только за конкретные действия.
- 24) Укажите, какой тип действия может быть целью CPA.
- 25) Укажите, какой из следующих вариантов является недостатком модели CPA.
- 26) Укажите, что представляет собой CPM в контексте рекламных кампаний.
- 27) Укажите, какова основная цель использования CPM.
- 28) Укажите, как на русском языке раскрывается аббревиатура CPL.
- 29) Укажите, какую роль играют инструменты трекинга и аналитики в Performance-маркетинге.
- 30) Укажите, какой из следующих инструментов не относится к инструментам аналитики.
- 31) Укажите, какой из следующих этапов является первым в процессе запуска рекламной кампании.
- 32) Укажите, что представляет собой геотаргетинг.
- 33) Укажите, для каких бизнесов геотаргетинг особенно полезен.
- 34) Укажите, что включает в себя демографический таргетинг
- 35) Укажите, какой метод позволяет показывать рекламу на веб-сайтах, связанных с темами или ключевыми словами продукта





- 36) Укажите, какой метод позволяет показывать рекламу пользователям, основываясь на их предыдущих действиях.
- 37) Укажите, какой метод наиболее эффективен для локального мероприятия.
- 38) Укажите, что может быть показано пользователям при использовании геотаргетинга.
- 39) Укажите, какой из следующих факторов не относится к демографическому таргетингу.

