



## Введение в Яндекс.Директ.дпо\_ЦЗН

- 1 ... – это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом
- 2 Сервис ... позволяет бесплатно собрать ключевые запросы
- 3 Сервис ... позволяет платно собрать ключевые запросы
- 4 Неверно, что сервис WordStat показывает статистику ...
- 5 В Яндекс.Директ отсутствует ...
- 6 В Яндекс Wordstat нельзя посмотреть статистику по ...
- 7 Неверно, что сервис ... полезен для настройки рекламы в Яндекс.Директ
- 8 Неверно, что базис в Яндекс.Директ подходит для ...
- 9 ... спрос – это то, что прямо описывает вашу услугу или товар
- 10 ... – это некий общий запрос, с помощью которого вы сможете собрать много разных ключевых слов
- 11 Неверно, что к инструментам сбора ключевых слов относится ...
- 12 Неверно, что ... относят к источникам сбора ключевых слов
- 13 ... – это программное обеспечение, предназначением которого является облегчение работы оптимизатора по решению одной из самых сложных задач – составлению семантического ядра конкретного сайта
- 14 К преимуществам работы с программой Key Collector можно отнести то, что ...
- 15 В Key Collector можно загружать ... ключевых слов
- 16 Неверно, что Key Collector используется для ...
- 17 MOAB Tools – это ...



- (18) MOAB Tools и Key Collector можно интегрировать ...
- (19) В сервис ... можно добавить минус-слова при парсинге ключевых слов
- (20) Оператор ! (восклицательный знак) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- (21) Оператор " " (кавычки) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- (22) Оператор + (плюс) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- (23) Оператор [ ] (квадратные скобки) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- (24) Оператор ( ) и | (круглые скобки и прямая черта) в Яндекс.Директ ...
- (25) Очистка семантического ядра полезна получением ...
- (26) Минус-слова ...
- (27) Ключевые слова ...
- (28) ... – это разбиение массива запросов на группы подобных (похожих) фраз на основе схожей физической сущности
- (29) Неверно, что к преимуществам кластеризации ядра относится ...
- (30) На один кластер рекомендуют делать ... ключевых слов
- (31) Минимальная частотность для парсинга, или подбора ключевых слов, должна быть ..., чтобы уменьшить вероятность получения статуса «Мало показов»
- (32) На одно ядро должно быть ... ключевых слов
- (33) Для кластера необходимо наличие от ... ключевых слов
- (34) ... – это слова или фразы, которые используют потенциальные клиенты и вводят в поисковую строку, чтобы найти необходимую информацию (например, «наполеон рецепт с фото»)
- (35) В сервисе ... есть инструмент увеличения конверсии
- (36) Яндекс считает одинаковыми слова ...



- (37) Если объявление размещается по ключевой фразе «открыть свое дело», то оно будет показано по ...
- (38) Если объявление размещается по ключевой фразе «игрушки для детей до года», то оно будет показано по ...
- (39) При расчете цены за клик на поиске учитывается показатель кликабельности (CTR) на страницах результатов основного поиска  
...
- (40) Операторы ! (восклицательный знак) и + (плюс) ...
- (41) «Охват аудитории 0 %» в Яндекс.Директе означает, что ...
- (42) Говоря о позиции объявления в Яндекс.Директе и достижении наибольшей конверсии, можно утверждать, что ...
- (43) Если для кампании назначены единые минус-слова -ремонт, -бесплатно, а ключевая фраза «реклама ноутбуков», то это значит, что ...
- (44) Если объявление размещается по ключевой фразе «кружка с фотографией», то оно будет показано ...
- (45) Если объявление размещается по ключевой фразе «фото +на футболке», то оно будет показано по поисковому запросу «...»
- (46) Цена клика на тематических площадках рекламной сети Яндекса (РСЯ) зависит от ...
- (47) После редактирования ключевая фраза ...
- (48) Яндекс считает разными слова «...»
- (49) Если делаются все виды ремонта, а горячим считается спрос, который с высокой вероятностью покажет высокий процент конверсий, то к горячим ключевикам для ниши «ремонт квартир» можно отнести «...»
- (50) В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора фиксации словоформы, так как все ключевики здесь – прямого спроса
- (51) В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора фиксации предлогов, так как все ключевики здесь – прямого спроса
- (52) В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора [порядок слов], так как все ключевики здесь – прямого спроса



- (53) Неверно, что в кампании для рекламной сети Яндекса (РСЯ) по теме «экстремальные путешествия» стоит использовать ключевик «...»
- (54) Если фирма делает все виды ремонта, то при поисковом запросе «ремонт квартир» наиболее эффективными будут такие минус-слова, как ...
- (55) Адрес страницы в интернете обозначается ...
- (56) Посетитель, совершивший целевое действие на сайте, обозначается ...
- (57) Параметром ... определяется стоимость целевого действия на сайте
- (58) Параметром ... определяется стоимость оформления заказа на сайте
- (59) Для подсчета стоимости льда используется формула «Затраты на рекламу / количество ...»
- (60) Для подсчета стоимости оформления заказа на сайте используется формула «Затраты на рекламу / количество ...»
- (61) ... – это отношение числа пользователей, которые совершили целевое действие на сайте, к общему числу посетителей сайта
- (62) Параметром ... определяется форма возврата инвестиций
- (63) ... – это термин в веб-аналитике, обозначающий процентное соотношение количества посетителей, покинувших сайт прямо со страницы входа или просмотревших не более одной страницы сайта
- (64) ... – это система размещения контекстной рекламы, а также рекламы, основанной на поведении пользователей
- (65) Неверно, что ... относится к видам таргетинга в рекламной сети Яндекса
- (66) ... – это способность сайта работать с более чем одной операционной системой, например, с устройствами на Windows и на Linux и т.д.
- (67) Неверно, что ... влияет на цену и охват в аукционе Яндекс.Директ
- (68) Неверно, что к стратегиям показов в рекламной сети Яндекса относится ...



- (69) Неверно, что к стратегиям показов в рекламной сети Яндекса относится ...
- (70) Самая лояльная модерация имеет место ...
- (71) ... – это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив веб-страницу рекламодателя
- (72) К контекстной рекламе относится термин «...»
- (73) Такой показатель, как ..., позволяет узнать, сколько человек заинтересовалось объявлением, то есть нажали на него и перешли на сайт
- (74) ... – это группа пользователей, на которую направлены некоторые рекламные мероприятия, в которой заинтересованы рекламодатели и/или которая заинтересована в какой-либо информации
- (75) В числе основных задач объявлений в Яндекс.Директ – ...
- (76) Модель AIDA расшифровывается по первым буквам четырех английских слов: ...
- (77) Неверно, что на кликабельность (CTR) в рекламном объявлении Яндекс.Директ влияет ...
- (78) Неверно, что слово «...» является усилителем объявлений в Яндекс.Директ
- (79) В числе слов, создающих эмоции в рекламных объявлениях в Яндекс.Директ, – «...»
- (80) Неверно, что слово «...» относится к словам, усиливающим призыв к действию (CTA) в рекламных объявлениях
- (81) Если рекламодатель хочет узнать среднюю цену кликов в рекламной кампании с учетом налога на добавленную стоимость (НДС), то ...
- (82) Если в объявление добавлены три быстрые ссылки, пользователь кликнул на основную ссылку и на несколько быстрых, то рекламодатель ...
- (83) ... – это сервис, который позволит вам использовать собственные данные о целевой аудитории, а также данные Яндекса для настройки рекламы



- (84) ... нельзя подгружать в Яндекс.Аудитории
- (85) Для Яндекс.Аудиторий необходимо как минимум ... контактов
- (86) Подгруженные контакты в Яндекс.Аудитории обрабатываются около ...
- (87) Неверно, что к условиям географического таргетинга в Яндекс.Директ относится условие «...»
- (88) Если в Яндекс.Аудитории менее 1000 пользователей, нужно ...
- (89) ... – это инструмент, который собирает анонимные идентификаторы пользователей, видевших ваши баннеры
- (90) Инструмент пиксель в Яндекс.Аудиториях можно использовать при наличии не менее чем ... идентификаторов
- (91) Если вы хотите тратить на кампанию 6080 руб. в месяц, то подходящий для этого вариант бюджета – «...»
- (92) В первую очередь для оптимизации рекламной кампании нужно ...
- (93) Неверно, что в Яндекс.Метрике существует цель «...»
- (94) Неверно, что статистику по рекламным кампаниям Яндекс.Директ можно посмотреть в ...
- (95) ... – это инструмент для просмотра статистики в Яндекс.Директ, с помощью которого можно строить гибкие отчеты по результатам рекламной кампании
- (96) ... – это метод распределения конверсий по каналам трафика
- (97) Неверно, что в Яндекс.Директ существует модель атрибуции «... переход»
- (98) Приведенная ниже схема относится к модели атрибуции «... переход» Зашел на сайт с поиска Яндекс.Директ. – Вышел. – Зашел второй раз на сайт Google Реклама, сохранив в закладки. – Вышел. – Зашел с сохраненных закладок. – Совершил заказ.
- (99) ... переход покажет конверсии, которые происходили практически после перехода по объявлению
- (100) Атрибуция по ... переходу позволяет узнать, какие компании и объявления привели на сайт посетителей, которые позже конвертировались в клиенты



- (101) В Яндекс.Директ нельзя посмотреть отчет по ...
- (102) Неверно, что к задачам веб-аналитики относят ...
- (103) ... – это среднее число просмотров страниц сайта пользователями за одно посещение, в расчете за определенный период времени
- (104) ... – это процентное соотношение положительных результатов в любом процессе по сравнению с общими показателями за определенный период времени
- (105) ... – это в прямом смысле отрезок времени от первого до последнего события, который провел пользователь на вашем сайте
- (106) Неверно, что одна из возможных причин статуса «Мало показов» в Яндекс.Директ – это ...
- (107) Неверно, что ... может являться причиной низкой величины показателя кликабельности (CTR) в рекламе Яндекс.Директ
- (108) Снизить стоимость за конверсию поможет ...
- (109) Неверно, что одна из возможных причин низкого качества трафика в рекламной сети Яндекса (РСЯ) – ...
- (110) Для создания счетчика в Яндекс.Метрике код на сайт нужно устанавливать ...
- (111) Чтобы увеличить доход от рекламы в Яндекс.Директ, нужно ...
- (112) При настройке рекламной кампании в Яндекс.Директ можно добавить ...
- (113) В объявление Яндекс.Директ можно добавить ...
- (114) Описания быстрых ссылок в поиске Яндекса показываются ...
- (115) ... – это небольшая иконка сайта, отображаемая перед названием страницы во вкладке браузера, закладках, в результатах органической выдачи и объявлениях контекстной рекламы в некоторых поисковых системах
- (116) Скорость загрузки до ... считается оптимальной для сайта
- (117) ... ссылка – это адрес страницы сайта, который будет показан в рекламном объявлении



- (118) ... – это короткие тексты, в которых вы можете описать свои преимущества или особенности; они будут показаны в дополнительной строке внизу объявления
- (119) Уточнения в объявлениях Яндекс.Директ полезны тем, что ...
- (120) ... – это страница перехода с ускоренной загрузкой в Яндексе, с помощью которой пользователь может подробнее изучить рекламное предложение и оставить заявку без перехода на сайт
- (121) Вариант назначения ставок, который следует выбрать рекламирующему, чтобы получать больше кликов с мобильных устройств, – это ...
- (122) ... реклама – это реклама с оплатой за показы в Яндекс.Директ, когда объявление показывается в рекламной сети Яндекса (РСЯ) на десктопах и мобильных устройствах
- (123) Показ баннера будет засчитан, если не менее ... площади баннера непрерывно находится в видимой зоне экрана не менее 2 сек.
- (124) Неверно, что в медийной кампании при настройке в Яндекс.Директ есть стратегия ...
- (125) ... снижает ставку при аукционе для пользователей, которые уже видели этот рекламный баннер
- (126) Стратегия ... подходит для показа на новую аудиторию
- (127) На минимальную цену в ... за 1000 показов необходимо ориентироваться при выставлении ставок
- (128) Рекомендуется, чтобы при настройке рекламной кампании пересекалось не более ... категорий интересов
- (129) ... – это формат рекламы, при котором объявление показывается в виде баннера справа от поисковой выдачи в Яндекс в соответствии с запросом пользователя
- (130) Максимальный объем файла, разрешенный для загрузки в интерфейс медийно-контекстного баннера, – ...
- (131) Какие требования к размеру медийно-контекстного баннера в Яндекс Директ?
- (132) Неверно, что ... относится к преимуществам турбо-страниц Яндекс.Директ
- (133) ... – это дополнительный мобильный лендинг с ускоренной загрузкой, который можно добавить к основной посадочной странице



- (134) В Яндекс.Метрике нельзя настроить цель на ...
- (135) Неверно, что расширения типа ... нужны для выбора трафарета в Яндекс.Директ
- (136) Номер ... спецразмещения уже тестируется в Яндекс.Директ
- (137) ... объявления – это тип рекламной кампании в Яндекс.Директ, позволяющий автоматически создавать большое количество однотипных текстовых объявлений для показа на поиске Яндекса, удобный для интернет-магазинов и сайтов с большим количеством рекламируемых позиций
- (138) ... – это файл, в котором содержится информация о товарах или услугах для запуска рекламных кампаний
- (139) Неверно, что при поиске по приложению Яндекс.Карты объект поиска можно обнаружить по ...
- (140) Если создать турбо-страницу, в аккаунте Яндекс.Метрики появится счетчик с названием ...
- (141) Брендированную иконку в меню поиска Яндекс.Карты можно разместить на срок от ...
- (142) Для привлечения пользователей мобильных устройств следует ...
- (143) В сервисе Google Analytics можно узнать ...
- (144) Рекламодателю, чтобы получать больше кликов с мобильных устройств, следует выбрать такой вариант назначения ставок, как ...
- (145) ... – это параметры (переменные), содержащие дополнительные данные, которые добавляются к URL целевой страницы
- (146) UTM\_CONTENT в классификации UTM-меток означает ...
- (147) UTM\_CAMPAIGN в классификации UTM-меток означает ...
- (148) ... – это инструмент, который позволяет показывать рекламу на поиске пользователям из аудитории ремаркетинга
- (149) Динамические объявления больше всего подходят ...
- (150) Сервис ... позволяет зарабатывать на размещении рекламы в Яндексе



- (151) Для повышения эффективности объявления рекомендуется ...
- (152) Если существует проблема: регулярно полностью расходуется средний дневной бюджет компании, то, чтобы компании оптимизировать свой бюджет на рекламу в течение дня, рекомендуется ...
- (153) ... определяет, будет ли ваше объявление отображаться и, если да, на какой позиции
- (154) Если средняя цена за клик по вашему объявлению – 10 руб. и вы рассчитываете получать примерно 200 кликов в день, то ваш дневной бюджет на рекламу должен быть ...
- (155) Рекламодатель платит за клик пользователя по объявлению в Яндекс.Директ ...
- (156) Минус-слова ..., помогая улучшить таргетинг
- (157) ... – это ряд изменений (повышение/понижение ставок, изменение бюджета, отключение кампаний, объявлений или ключевых слов), которые можно запускать в четко установленное вами время
- (158) При создании рекламной кампании рекомендуется сформулировать уникальное торговое предложение (УТП), чтобы ...
- (159) Стоп-слова в Яндекс.Директ – это ...
- (160) Качество аккаунта в Яндекс.Директ – это ...
- (161) Продуктивность в Яндекс.Директ – это оценка ...