



## Диджитал-маркетинг.dor\_БАК\_25-047-Б

- 1 К фундаментальным проблемам в сфере интернет-маркетинга в России можно отнести ... (укажите 2 варианта ответа)
- 2 Признаками цифровизации обладают такие методы продвижения, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 3 К требованиям, обеспечивающим формирование системы электронной торговли, можно отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
- 4 К преимуществам диджитал-маркетинга следует отнести ... (укажите 2 варианта ответа)
- 5 На этапе удержания клиентов наиболее эффективным инструментом интернет-маркетинга является ...
- 6 Установите соответствие понятий и их определений:
- 7 Установите соответствие основных преимуществ диджитал-маркетинга и их характеристик:
- 8 Отношения или взаимодействия, базирующиеся на использовании вычислительной техники, называются ... коммуникациями
- 9 ... – это сфера деятельности, которая дает ответы на вопросы «Как эффективно разместить функциональные элементы на сайте?», «Какая из веб-страниц сайта наиболее рентабельна?», «Какие разделы интернет-ресурса возможно оптимизировать?»
- 10 Определите правильную последовательность этапов формирования цифрового бренда:
- 11 Вам предлагают два варианта размещения: Вариант 1. Баннер 240 x 400 в первом экране за 60 000 руб. за 3 дня. В день обеспечивается 100 000 показов. Вариант 2. Баннер 240 x 400, в третьем экране CPM = 80 руб. Наценка за Viewable показ равна 20 %. Какой вариант выгоднее с точки зрения CPM?
- 12 Установите правильную последовательность этапов реализации процесса управления маркетингом на электронном рынке:
- 13 Внутренняя перелинковка сайта – это ...





- 14) ... – это сайт, который используется для работы с персоналом внутри компании, с постоянными и потенциальными клиентами, и включает полный спектр инструментов для поиска информации о компании и ее деятельности; обновляется такой сайт достаточно регулярно
- 15) В поисковой выдаче первые места ...
- 16) Такой тип сайта, как ..., призван заменить информационный буклет о компании, который редко обновляется; обычно данный сайт содержит разделы «О компании», «Продукция или услуги», «Прайс-лист», «Контактная информация»
- 17) Интегрированный канал коммуникации, представляющий собой именованный набор информационных и программных блоков, организованных и размещенных в Интернете с заранее определенной целью и предназначенных для активного восприятия целевой аудиторией, – это ...
- 18) Установите соответствие:
- 19) Установите соответствие между видами аудитории сайта и их характеристиками:
- 20) Страница сайта, на которую пользователь попадает, кликнув на рекламное объявление, – это ... страница
- 21) Размещение на страницах сайта любой информации о компании, необходимой с точки зрения целесообразности маркетинговой деятельности, – это ...
- 22) Вы – SEO-специалист, которому поручено разработать стратегию продвижения нового интернет-магазина электроники. Магазин только запустился и предлагает широкий ассортимент товаров: от смартфонов и ноутбуков до бытовой техники и аксессуаров. У магазина есть современный и удобный сайт, но он практически не виден в поисковых системах. Конкуренция в нише высокая, присутствуют крупные игроки с устоявшейся репутацией и оптимизированными сайтами. Ваша задача – выполнить технический SEO-аудит сайта. Какие мероприятия будут направлены на достижение поставленной задачи? (Укажите 2 варианта ответа).
- 23) Процесс организации маркетинговых исследований в интернете включает такие этапы, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 24) Такие методы, как ..., являются качественными методами сбора данных (укажите 2 варианта ответа)





- (25) Такие технологии онлайн-исследований, как ..., наиболее широко используются в России
- (26) Установите соответствие между типами выборки в интернете и их характеристиками:
- (27) Установите соответствие между понятиями и их характеристиками:
- (28) ... – это метод сбора первичной маркетинговой информации о каком-либо исследуемом объекте; осуществляется посредством организованного и целенаправленного восприятия с дальнейшим фиксированием полученных данных на каком-либо носителе
- (29) ... – это постоянно формирующаяся и обновляющаяся база данных потенциальных респондентов, заполнивших предварительный вопросник и распределенных по группам (сегментам)
- (30) Расположите в правильной последовательности этапы проведения маркетинговых исследований:
- (31) Частью подготовки отчета по результатам исследования является ... (укажите 2 варианта ответа)
- (32) Формат фокус-группы онлайн, позволяющий участникам отвечать в удобное для них время, – ...
- (33) Компания планирует запуск нового сервиса доставки здорового питания в городе. Сервис будет предлагать готовые рационы питания, разработанные диетологами и приготовленные из свежих и натуральных продуктов. Специалисты компании хотят понять потенциальный спрос на этот сервис, выявить предпочтения целевой аудитории и оценить конкурентную среду. С целью проведения маркетингового исследования методом онлайн-опроса компания разработала перечень вопросов. Какие вопросы могут быть использованы для проведения онлайн-опроса? (Укажите 6 вариантов ответа).
- (34) Такой метод, как ..., является частью поискового маркетинга (SEM)
- (35) Установите соответствие между основными видами писем в email-рассылках и их:
- (36) Соотнесите между собой технологии диджитал-маркетинга и их описания:
- (37) ... – это рекламное изображение фиксированного размера, как правило, содержащее анимацию, которое выполняет функцию гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета





- 38) Установите правильную последовательность этапов алгоритма составления семантического ядра:
- 39) Установите правильную последовательность этапов внешней оптимизации и продвижения сайта:
- 40) Неверно, что к процессу оптимизации веб-сайта для интеграции с социальными сетями (SMO) относится ...
- 41) Такие инструменты, как ..., помогают анализировать эффективность рекламных кампаний (укажите 2 варианта ответа)
- 42) Вовлечение в контексте продвижения в социальных сетях – это ситуация, когда пользователь соцсетей ... (укажите 2 варианта ответа)
- 43) Показатель удобства и простоты использования сайта – ...
- 44) Вы разместили статью на новостном сайте. Вам предлагают докупить анонс для этой статьи за 36 000 руб. Анонс размещается на 2 дня, он будет располагаться третьим в списке новостей. В один день страницу с анонсами просматривают 150 000 раз. Вы прогнозируете, что у кликабельность анонса CTR составит 3 %. Сколько будет стоить клик пользователя по этому анонсу?
- 45) Такой метод оценки эффективности диджитал-маркетинга, как ..., является количественным
- 46) Стандартный обзорный отчет в Яндекс.Метрика, позволяющий отследить динамику общего количества визитов на сайт с течением времени, – это ...
- 47) Установите соответствие между показателями эффективности диджитал-маркетинга и их описаниями:
- 48) Установите соответствие между показателями оценки эффективности PR-работы в социальных сетях и их описаниями:
- 49) Установите правильную последовательность этапов оценки эффективности контекстной рекламы:
- 50) Установите правильную последовательность этапов оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов:
- 51) С помощью сервиса «Яндекс.Метрика» можно собрать ...
- 52) Основная задача сервиса «Яндекс.Метрика» в контексте маркетинга – ...
- 53) Основное преимущество использования Google Analytics – ...





- 54 Сессия в Google Analytics – ...
- 55 Основная функция сервиса «Яндекс.Метрика» – это ...
- 56 ... – это инструмент аналитики, который записывает действия пользователей на сайте; владелец веб-ресурса может просматривать записи сеансов и отслеживать поведение человека на страницах сайта, что позволяет анализировать, как посетители взаимодействуют с ресурсом, какие действия они выполняют, какие страницы посещают, как перемещаются по сайту
- 57 В интернет-магазине среднее значение конверсии составляет 15 %. При этом лиды из контекстной рекламы дают конверсию в 30 %, а из социальных сетей – в 10 %. Как можно охарактеризовать сложившуюся ситуацию? (Укажите 2 варианта ответа).
- 58 Интернет-магазин специализируется на продаже аксессуаров. Магазин запустил несколько диджитал-маркетинговых кампаний, цель которых – повысить коэффициент конверсии до 5 %. Каковы были действия команды для достижения поставленной цели?
- 59 Общая выручка от продаж составила 1 200 000 руб. Расходы на рекламу составили 150 000 руб., а количество новых клиентов – 300 чел. Рассчитайте коэффициент рентабельности инвестиций (ROI) и стоимость привлечения клиента (CAC).
- 60 Объектом маркетинговой деятельности на электронном рынке является ...
- 61 К основным направлениям интернет-маркетинга относят ... (укажите 2 варианта ответа)
- 62 Направление использования интернета в России, получившее наибольшее распространение, – ...
- 63 Термин «диджитал-маркетинг» начали использовать в ...
- 64 К целям диджитал-маркетинга следует отнести ... (укажите 3 варианта ответа)
- 65 Соотнесите понятия в области диджитал-маркетинга и их характеристики:
- 66 Соотнесите этапы развития диджитал-маркетинга и их характеристики:
- 67 Установите хронологическую последовательность этапов развития диджитал-маркетинга:





- 68) ... представляет собой целевое взаимодействие с потребителями путем сбора и анализа бизнес-информации, осуществления транзакций, поддержание онлайн-взаимоотношений с потребителями при помощи телекоммуникационных сетей
- 69) Интеграция элементов диджитал-маркетинга в интернет-торговле осуществляется посредством ... между покупателем и продавцом, в ходе которой объемы и типы информации, получаемой от маркетологов через такие каналы, как Интернет, call-центры, интернет-магазины, контролирует сам потребитель
- 70) Микроразметка сайта используется для того, чтобы ... (укажите 3 варианта ответа)
- 71) Веб-сайт выполняет такие функции, как ... (укажите 3 варианта ответа)
- 72) Установите последовательность этапов создания сайта:
- 73) ... – это небольшой отрезок текстовой информации, который выводится рядом с ссылкой в поисковой выдаче; другими словами, это краткое описание страницы сайта, релевантное поисковому запросу
- 74) Количество ссылок на других сайтах на искомый ресурс – это ... цитируемости
- 75) Установите соответствие понятий и их содержания:
- 76) Установите соответствие между понятиями и их определениями:
- 77) Соотнесите между собой виды сайтов и их характеристики:
- 78) Установите правильную последовательность этапов продвижения сайта:
- 79) Основная функция корпоративного сайта – это ...
- 80) Соотнесите метод исследования и его описание:
- 81) Установите правильную последовательность этапов формирования маркетинговой стратегии в интернете:
- 82) Установите соответствие понятий и их характеристик:
- 83) Тематическая онлайн-площадка, созданная с целью обмена и поиска пользователями определенной информации, – это ...





- 84) Наиболее распространенный метод сбора данных в интернете - ....
- 85) В числе основных преимуществ интернет-панели - ... (укажите 2 варианта ответа)
- 86) Важное преимущество использования чата для проведения фокус-группы в режиме онлайн - ...
- 87) Разновидность выборки, которая считается наиболее современной и надежной, - это ... выборка
- 88) Определите правильную последовательность этапов формирования цифрового бренда:
- 89) Выборка, формируемая из респондентов, которые сами принимают решение об участии в опросе, - это ... выборка
- 90) Установите соответствие между видами рекламы в Яндекс.Директ и их описаниями:
- 91) В числе традиционных инструментов диджитал-маркетинга - ... (укажите 4 варианта ответа)
- 92) Процесс корректировки программного кода, информационного наполнения (контента), структуры сайта, контроля внешних факторов для соответствия требованиям алгоритма поисковых систем с целью поднятия позиции сайта в результатах поиска в поисковых системах по определенным запросам пользователей - это поисковая ...
- 93) ... реклама - это вид размещения интернет-рекламы, в основе которой лежит принцип соответствия содержания рекламного материала контексту (содержанию) интернет-страницы, где размещается данный материал
- 94) Установите соответствие между основными видами рекламы, которые используются при продвижении в социальных сетях, и их характеристиками:
- 95) Расположите в правильной последовательности этапы разработки проекта рекламной кампании:
- 96) Установите правильную последовательность действий по оптимизации интернет-коммуникаций:
- 97) Установите соответствие между основными видами писем в e-mail рассылках, и их описаниями:
- 98) Частью SEO-оптимизации являются такие элементы, как ... (укажите 3 варианта ответа)







- 99) Этап целевого маркетинга, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и целенаправленно воздействовать на нее, – это ...
- 100) Установите правильную последовательность этапов продвижения сайтов в сети Интернет
- 101) Установите правильную последовательность этапов создания семантического ядра (подбора подходящих ключевых запросов):
- 102) ... – это показатель, который характеризует стоимость привлечения нового клиента
- 103) Английская аббревиатура ... обозначает коэффициент окупаемости, который демонстрирует прибыльность или убыточность той или иной инвестиции (измеряется в процентах)
- 104) Английская аббревиатура ... обозначает совокупную прибыль компании, получаемую от одного клиента за все время сотрудничества с ним, т.е. «пожизненную стоимость клиента»
- 105) ... – это стоимость подтвержденного заказа, который совершил пользователь на сайте
- 106) Структура аналитического отчета о маркетинговых исследованиях включает в себя ... (укажите 3 варианта ответа)
- 107) Установите соответствие между разделом аналитического отчета по результатам проведения маркетингового аудита и описанием этого раздела:
- 108) Показатель ... измеряет стоимость привлечения нового клиента
- 109) Копейский машиностроительный завод (Южный Урал), специализируется на производстве горной техники для подземной разработки месторождений угля. Будут ли для этого завода бесполезной аудиторией посетители сайта из Восточной Сибири. Обоснуйте свой ответ.
- 110) Маркетинг – это процесс управления продуктом, каналами дистрибуции, ценой и продвижением, и все это в соответствии с целями компании. Назовите элементы маркетинг-микса в интернет-маркетинге, которые будут отличаться от офлайн-маркетинга. (Укажите 2 варианта ответа).







- 111) У заказчика уже был сайт семейного кафе. Сайт был создан до начала открытия самого кафе. Тогда нужен был быстрый старт бизнес-проекта и получение клиентов через интернет. После первого года работы возникло понимание того, как воспринимают кафе посетители, что они хотят, что для них важно. И уже с учетом этого появилось необходимость создать сайт с новым дизайном, с новым способом подачи материала. Начали с заполнения брифа, в котором указали необходимую информацию – от предпочтений по дизайну до задач, которые будет решать сайт.
- 112) Компания оказывает услуги по ремонту квартир в городе. Она имеет небольшой, но информативный сайт, который в основном служит визиткой. У компании есть небольшая клиентская база, но компания хочет расширить ее за счет привлечения новых клиентов через интернет. Конкуренция в этой нише достаточно высокая, в городе много компаний, предлагающих аналогичные услуги. Какие мероприятия следует направить на проведение аудита сайта? (Укажите 2 варианта ответа).
- 113) Вы купили 300 000 показов. Ваш прогноз величины коэффициента кликабельности  $CTR = 0,2 \%$ . Прогнозируется, что потери составят 20 %. Сколько, согласно данным прогнозам, в результате будет посетителей (визитов) на вашем сайте?
- 114) Вы купили рекламу на сайте. За время рекламной кампании было сделано 600 000 показов, которые увидело 200 000 уникальных пользователей. Было 3 000 кликов и 2 820 посетителей перешло на ваш сайт. Рассчитайте  $CTRU$  – коэффициента кликабельности  $CTR$  по уникальным пользователям.
- 115) Предприниматель зарегистрировала небольшой интернет-магазин одежды, не подключая онлайн-кассу. Он израсходовал 6 000 руб. на посты в городских пабликах. В итоге через сайт им было получено 28 заявок на продажу. Известно, что сложившийся уровень конверсии составил 50 %. Сколько продаж и по какой стоимости получил предприниматель со своей рекламной кампании? По итогам этих расчетов можно ли судить о прибыльности рекламной кампании?





- 116) На сайте компании размещен контент-текст, ознакомьтесь с ним. Устали от сложных решений? Мы предлагаем простоту! Современный мир предъявляет к нам высокие требования. Каждый день мы сталкиваемся с огромным потоком информации, требующим постоянной обработки и анализа. Чтобы не отставать от жизни, мы должны постоянно учиться, адаптироваться и принимать быстрые решения. Однако эта постоянная гонка за успехом часто приводит к переутомлению и стрессу. Именно поэтому наша компания ставит перед собой задачу упростить вашу жизнь, предлагая простые и эффективные решения для самых разных задач. Мы убеждены, что в большинстве случаев сложные проблемы можно решить с помощью простых и понятных инструментов. Мы не гонимся за инновациями ради инноваций. Наша цель – сделать вашу жизнь комфортнее и продуктивнее. Для достижения этой цели мы используем несколько ключевых принципов. Во-первых, мы ориентируемся на потребности наших клиентов. Мы внимательно изучаем их запросы и разрабатываем решения, которые максимально соответствуют их ожиданиям. Мы не предлагаем универсальные шаблоны, а создаем продукты, которые идеально подходят для конкретных задач. Во-вторых, мы стремимся к максимальной простоте и удобству в использовании. Наша цель – чтобы даже новичок мог легко освоить наши продукты и получить от них максимальную пользу. Мы уделяем особое внимание интуитивно понятному интерфейсу и подробной документации. В-третьих, мы постоянно совершенствуем наши продукты на основе обратной связи от пользователей. Мы ценим мнение каждого клиента и используем его для улучшения наших решений. В чем заключается ошибка данного контент-текста?
- 117) В течение суток страницу интернет-магазина организации посетили 2500 пользователей, из них 800 чел. произвели оплату. Чему равна конверсия?
- 118) Интернет-магазин специализируется на продаже модной одежды. В последние месяцы компания запустила несколько диджитал-маркетинговых кампаний, включая рекламу в социальных сетях, email-рассылки и контекстную рекламу. Цель этих кампаний – увеличить трафик на сайт на 30 % в течение трех месяцев. Какие инструменты диджитал-маркетинга были направлены на достижение поставленной цели? (Укажите 2 варианта ответа).

