



## Интернет-маркетинг.

- 1 Маркетинг-микс в интернет-маркетинге состоит из четырех основных компонентов (4P): Товар (Product), ..., Продвижение (Promotion), Распределение (Placement)
- 2 Периодом зарождения интернет-маркетинга считается ...
- 3 Установите правильную последовательность осуществления этапов стратегического интернет-маркетингового планирования в компании:
- 4 При стратегическом интернет-маркетинговом планировании в компании, определение темпов роста рынка, тенденции развития и размеры, анализ потребителей (кем они являются, когда, где и как они приобретают товары и услуги и т. д.) осуществляются на этапе ...
- 5 ... – это элемент языка разметки гипертекста HTML
- 6 Robots.txt – это файл в корневой директории сайта, содержащий ...
- 7 Термин «партизанский маркетинг» ввел ...
- 8 Главной целью технологии вирусного маркетинга является ...
- 9 Аффилированный маркетинг (Affiliate Marketing) также называют ...
- 10 Неверно, что выделяется такой вид аффилированных программ, как программы ... аффилиции
- 11 Метод гибкого ценообразования в интернете предусматривает ...
- 12 Метод ценообразования, используемый в интернете, предусматривающий одновременное указание первоначальной и распродажной цены, – это метод ...
- 13 ... – это идентификатор товарной позиции, единица учета запасов, складской номер, используемый в торговле для отслеживания статистики по реализованным товарам или услугам
- 14 При наличии относительно небольшой разницы между закупочной ценой или себестоимостью и продажной ценой целесообразно использование ... канала распределения





- 15) Функция информационных посредников-брокеров состоит в ...
- 16) Прямая рассылка незапрашиваемой рекламной информации по электронной почте в интернете ...
- 17) ... аукцион начинается с заранее завышенной цены (неприемлемой), затем имеет место ее последовательное понижение, пока кто-то из покупателей не согласится на ее принятие
- 18) В интернет-аукционе закрытый формат предложений характерен для ...
- 19) Торговые интернет-площадки принято подразделять на ...
- 20) На стимуляцию максимально оперативного сбыта товаров нацелено применение ...
- 21) Формирование спроса и неценовое стимулирование сбыта (что увеличивает объем реализации товара) являются целями ..., благодаря которой происходит продвижение товаров либо услуг на рынок
- 22) У торговой рекламы такие показатели, как частота показов и охват аудитории, ... с этими показателями у имиджевой рекламы
- 23) На контакт с заинтересовавшимися рекламируемым товаром пользователями ориентируется ... реклама в интернете
- 24) Индекс осведомленности о содержании рекламы (Click Through Rate, CTR) определяется как отношение ...
- 25) Показ одному и тому же посетителю более 3–4 раз рекламного баннера, рассчитанного главным образом на привлечение пользователей на веб-сайт рекламодателя, ...
- 26) При использовании метода фиксированной оплаты (Flat Fee Advertising) стоимость рекламы определяется ...
- 27) ... – это небольшие по размеру текстовые файлы, записываемые веб-сервером в специальную папку на компьютере пользователя при его посещении
- 28) Счетчики посещений сайтов осуществляют идентификацию пользователей ...
- 29) Метод pop-up применяется для ... участников интернет-опросов
- 30) При проведении фокус-форума респонденты и модератор дискутируют между собой ...





- 31) При использовании такого метода качественных маркетинговых исследований, как ..., качество проводимого исследования обеспечивается путем предварительного формирования баз данных о респондентах, которых, возможно, привлекут позже
- 32) Такой показатель уровня эффективности бизнеса, как стоимость приобретения клиента (CoCA), исчисляется путем ...
- 33) Если клиент платит за товары и услуги компании ежегодно \$10 000, валовая маржа с прибыли составляет 60 %, а отток – 15 % клиентов в год, то показатель пожизненной ценности клиента (CLTV) составит ...
- 34) Показатель удержания клиентов (CRR) демонстрирует ...
- 35) ... – это потенциальный клиент, планирующий свершить покупку того или иного продукта или услуги
- 36) Доля клиентов, совершивших покупки, в общем количестве потенциальных клиентов (Close Rate) исчисляется путем ...
- 37) Чтобы определить коэффициент окупаемости инвестиций (ROI), нужно отношение ... умножить на 100 %
- 38) Анализ юзабилити сайта направлен на ...
- 39) Установите последовательность этапов конкурентной разведки в интернете: ...
- 40) В системе обработки неструктурированных данных First Rain (компания First Rain) в качестве источников данных выступают ...
- 41) В системе обработки неструктурированных данных «Голос клиента» (компания Clarabridge в партнерстве с EPAM Systems). в качестве источников данных выступают ...
- 42) Автоматический мониторинг предполагает ...
- 43) Выстраивание системы мониторинга социальных сетей и блогов происходит по принципу ... уровни мониторинга
- 44) Индексирование картинок происходит с помощью тега ...

