



Итоговая аттестация Интернет маркетинг.фип_ИМЗ

- 1) Какими особенностями обладает Ads Manager?
- 2) В каком разделе Ads Manager производится настройка платежей?
- 3) К какой цели относится охват?
- 4) Корректный выбор цели рекламной гарантирует:
- 5) Какое количество конверсий необходимо для обучения алгоритма Facebook?
- 6) Какой инструмент позволяет охватывать людей за пределами критериев детального таргетинга?
- 7) На каком отличии Facebook делает акцент при выборе плейсмента рекламы?
- 8) Какой плейсмент не рекомендует использовать спикер?
- 9) Для чего используются UTM-метки?
- 10) Какую функцию выполняет Пиксель Facebook?
- 11) Какой тип тега нужно выбрать при создании цели метрики?
- 12) При создании похожей аудитории, для достижения наиболее высокого результата схожести, необходимо выбрать процент:
- 13) Основная цель ретаргетинга:
- 14) Какое действие нужно выполнить в первую очередь на начальном этапе запуска рекламной кампании?
- 15) Какой тип условия нужно выбрать при добавлении цели при установке пикселей на кнопки на Яндекс.Метрике?

