



## Итоговый экзамен Интернет-маркетинг.дпо

- 1) Начинающему предпринимателю для создания одного небольшого сайта будет наиболее выгодна платформа ...
- 2) Платформа для создания сайта ... на данный момент проходит тестирование
- 3) К недостаткам платного тарифа WIX можно отнести ...
- 4) К преимуществам платформы WIX (даже бесплатного тарифа) можно отнести ...
- 5) Вебвизор – это ...
- 6) Если из 1 000 привлеченных посетителей 50 стали вашими клиентами, то конверсия составляет ...
- 7) В ряду инструментов, которые включает счетчик Яндекс.Метрика, можно назвать ...
- 8) Карта скроллинга – это дополнительный инструмент ...
- 9) К счетчикам, используемым в социальных сетях, относится ...
- 10) Счетчик Google Analytics характеризует ...
- 11) Неверно, что техническое задание включает в себя ...
- 12) В профессиональном создании сайта минимально цена складывается из нескольких составляющих, таких как цена работы ...
- 13) К недостаткам графического дизайна следует отнести ...
- 14) К преимуществам программируемого дизайна можно отнести ...
- 15) Запись в домене типа «А» содержит ...
- 16) Хостинг – это ...
- 17) К минусам Shared (обычного хостинга) можно отнести то, что ...





- 18 К плюсам виртуального выделенного сервера VDS можно отнести ...
- 19 CMS (Content Management System) ...
- 20 CSS – это ...
- 21 HTML – это ...
- 22 JS – это ...
- 23 Для создания сайта на платформе MODX необходимо ...
- 24 Для установки MODX необходимо открыть ссылку ...
- 25 Неверно, что для такого свойства CSS, как transition, ...
- 26 Для такого свойства CSS, как Keyframe Animations, ...
- 27 К возможностям PHP следует отнести ...
- 28 Система Управления Базами Данных – это ...
- 29 Порядок подключения библиотек в SEO: ...
- 30 SQL-инъекцию используют для ...
- 31 К способам кэширования следует отнести ...
- 32 Контент-маркетинг на сайте повышает ...
- 33 Контент-маркетинг в социальных медиа повышает ...
- 34 Контент-маркетинг подходит для продвижения ...
- 35 Первый этап внедрения контент-маркетинга – это ...
- 36 Принцип мультимедийности интернет-маркетинга означает, что контент-маркетинг ...
- 37 Онлайн-опросы имеют отношение к контент-маркетингу ...





- 38) Онлайн-демонстрации относятся к контент-маркетингу ...
- 39) Лид-магнит – это ...
- 40) При работе с игровыми партнерскими сетями обычно стоит платить за ...
- 41) Скидка может стать лид-магнитом...
- 42) Лендинг – страница, которая ...
- 43) Кнопка обратного звонка на лендинге ...
- 44) Отзывы от покупателей на лендинге ...
- 45) Первый этап разработки лендинга – это ...
- 46) При создании текста email-рассылки следует руководствоваться следующим правилом: ...
- 47) При подготовке цепочки рассылок ...
- 48) По мнению менеджеров компаний, наиболее эффективный видеоконтент – это ...
- 49) Контент-цепочка – это ...
- 50) При создании серии прелонч-писем необходимо учитывать, что чем дороже предложение ...
- 51) Подписи под фотографиями или иллюстрациями ...
- 52) Трансформационный контент ...
- 53) Обязанность контент-директора – ...
- 54) В отличие от копирайтинга контент-маркетинг...
- 55) В интернет-статье контент распределяется следующим образом: ...
- 56) Создавая цепочку продающих писем, необходимо контактировать с клиентом минимум ...
- 57) Лучшее время для отправки писем клиенту – ...





- 58 При создании цепочки продающих писем оптимальная частота отправки писем составляет ...
- 59 Процент открываемости писем выше всего ...
- 60 С 2000 по 2013 год средний показатель «периода внимания» ...
- 61 Задача контент-маркетинга – ...
- 62 Фотосток – это ...
- 63 Управление экспозицией – это ...
- 64 Фотобокс – это ...
- 65 Flatlay – это ...
- 66 Одно из важнейших условий для получения качественного снимка – это ...
- 67 SMMplanner ...
- 68 SMMplanner умеет публиковать в Instagram ...
- 69 Говоря о SMMplanner, Instagram и прокси, можно утверждать, что ...
- 70 Говоря про публикации и обработку визуального контента с помощью SMMplanner, необходимо отметить, что ...
- 71 Говоря о работе с водяными знаками в сервисе SMMplanner, можно утверждать, что ...
- 72 Говоря о публикации видео через SMMplanner, можно утверждать, что ...
- 73 UTM-генератор в сервисе SMMplanner ...
- 74 Если нужно опубликовать один пост в пяти социальных сетях, то ...
- 75 Через SMMplanner опубликовать вики-страницу ...
- 76 Говоря о количестве режимов отображения запланированных публикаций в SMMplanner, можно утверждать, что существует ...
- 77 Создать опрос через SMMplanner в Instagram Stories ...





- 78) При постинге в Instagram через SMMplanner менять ссылку в шапке ...
- 79) Отключить комментарии в постах в Instagram ...
- 80) Спонсорами являются аккаунты, которые ...
- 81) Не рекомендуется участвовать в Giveaway ...
- 82) Найти эффективный Giveaway ...
- 83) Неверно, что при выборе Giveaway нужно обращать внимание на ...
- 84) Чтобы реклама Giveaway была эффективной, блогер или звезда могут размещать ее ...
- 85) Рекомендуется делать пост-знакомство для спонсоров Giveaway ...
- 86) Рекомендуется делать эфир-знакомство для спонсоров Giveaway ...
- 87) Рекомендуется делать конкурс внутри аккаунта для спонсоров Giveaway в среднем через ...
- 88) Оптимальное количество призов для конкурса внутри аккаунта – ...
- 89) Ключевой показатель эффективности Giveaway – это ...
- 90) Цель, которую нужно выбрать, чтобы получить большое количество кликов по рекламе, – это ...
- 91) Модель оплаты за действие на сайте – ...
- 92) Цель, которая соответствует модели оплаты CPA – это ...
- 93) Неверно, что таргетированную рекламу можно настроить по ...
- 94) Плейсмент – это ...
- 95) Ограничение бюджета в день нужно ставить на уровне «...»
- 96) При ограничении бюджета 900 руб. в день и при условии CPL = 300 руб. количество собранных за неделю лидов составит ...
- 97) Для рекламы в ленте лучше подходит ... ориентация графического баннера





- 98 Ограничение продолжительности видео для рекламы в ленте – ...
- 99 Ограничение продолжительности видео для рекламы в Stories Instagram – ...
- 100 Чтобы перейти по ссылке в рекламе в Stories Instagram, нужно ...
- 101 Расположите в правильной последовательности элементы структуры рекламного текста для рекламы, в соответствии с общими рекомендациями:
- 102 Если источник рекламной кампании – это Instagram; тип трафика – клики по таргетированной рекламе (CPC); а кампания – univer, то ссылка с UTM-метками для домена synergy.ru будет иметь вид: ...
- 103 Загрузить собственную базу с данными клиентов в рекламный кабинет, чтобы показывать им рекламу ...
- 104 Выбирая аудиторию при продвижении ресторана через приложение, лучше ...
- 105 К основным показателям аналитики результативности рекламы в Instagram относят ...
- 106 Привлечение целевой аудитории – это ...
- 107 Портрет целевой аудитории формируется ...
- 108 Сбор целевой аудитории на активность – это сбор ...
- 109 Фильтрация аудитории по наличию ссылок, указанию email-адресов и номеров телефона в описании профиля – это фильтрация ...
- 110 Аккаунты, которые лучше всего проявляют себя в работе, – это ...
- 111 Загрузка аккаунтов в программу SocialKit при помощи файла формата CSV используется ... добавлении аккаунтов
- 112 При раскрутке аккаунтов лучше использовать ... прокси
- 113 При массовом запуске задач ...
- 114 Шаблон II (для новорегов) имеет значения от ... в перерывах после выполнения заданного количества действий
- 115 Для ... возможен сбор расширенной статистики





- 116 К базовым показателям статистики, которые доступны для постов в приложении Instagram, относят ...
- 117 Говоря о способах предоставления доступа к своему бизнес-аккаунту Instagram, можно утверждать, что ...
- 118 К основным проблемам отображения статистики в официальном приложении Instagram следует отнести невозможность ...
- 119 К дополнительным показателям статистики, которые есть для Stories Instagram, в отличие от постов, можно отнести ...
- 120 Для создания сообщества ...
- 121 Для группы с тематикой СМИ нужно выбрать тип сообщества «...»
- 122 Для группы с тематикой «музыкальный коллектив» следует выбрать тип сообщества «...»
- 123 Для группы с тематикой «магазин» следует выбрать тип сообщества «...»
- 124 Говоря о возможности вступления в закрытую и частную группы, можно утверждать, что ...
- 125 В статистике можно посмотреть ...
- 126 Если у вашей группы из 4 860 человек появилось в среднем 15 новых подписчиков в день за последние 30 дней, то AGR группы за 30 дней составит ...
- 127 Если в вашей группе 4 860 человек, а за последний месяц ваши посты получили общий охват 93679, 190 лайков, 17 комментариев, 80 кликов и 31 репост, то ER группы за месяц составит ...
- 128 Аббревиатура CTR расшифровывается как ...
- 129 Если по ссылке в вашем посте перешло 85 человек, при этом пост показался аудитории 5 147 раз, то CTR составит ...
- 130 В качестве аватара сообщества лучше использовать ...
- 131 Миниатюра аватара сообщества будет использоваться ...
- 132 Добавлять обложку сообщества ...
- 133 Говоря об изменении адреса личной страницы или страницы сообщества ВКонтакте в Интернете, можно утверждать, что ...





- 134) Количество изображений и видео, которые можно добавить в живую обложку, – ...
- 135) В сообществе можно создать ... для отображения наверху страницы
- 136) Создать ссылку в сообществе ВКонтакте на страницу Facebook...
- 137) Блок с товарами ...
- 138) Говоря о ссылке на сайт и номере телефона для сообщества или группы, можно утверждать, что ...
- 139) Изображение для ссылки в разделе ссылок ...
- 140) Наиболее полный список видов контента включает следующие его виды: продажи; формирование бренда; репутация; портреты аудитории; вирусный контент; вовлечение; ...
- 141) Первичный контент – это ...
- 142) Неверно, что ... относятся к виду контента «Продажи»
- 143) К виду контента «Формирование бренда» относятся ...
- 144) Неверно, что ... относятся к виду контента «Портреты аудитории»
- 145) К виду контента «Вирусный контент» относятся ...
- 146) Если рассмотреть три возможных варианта времени для размещения поста (10:00, 10:15 и 10:17), то можно утверждать, что оптимальным будет разместить пост в ...
- 147) Вовлекающий контент – это такой контент, который нацелен на ...
- 148) Рубрикатор – это ...
- 149) Контент-план – это ...
- 150) Наибольший охват получит ...
- 151) Рекламный текст начинается с ...
- 152) С точки зрения лучшего контента следует выбрать ...





- 153) При помощи программы автопостинга разместить один и тот же пост ...
- 154) Программы по работе с репутацией используются для сбора ...
- 155) Максимальное количество вложений к посту равно ...
- 156) Использовать фото- и видеостоки при создании контента ...
- 157) Для позитивного присутствия бренда в сети Интернет реагировать на комментарии аудитории ...
- 158) Call to action – это «...»
- 159) Для рерайта допустим процент уникальности от ...
- 160) Запуск рекламы начинается с ...
- 161) При запуске рекламы необходимо учитывать ...
- 162) Если целью рекламной кампании является получение узнаваемости, ...»
- 163) Если вы будете вести рекламу на сайт, результатами будут ...
- 164) Если вы будете вести рекламу на сообщество (группу), результатами будут ...
- 165) Наиболее полный список того, что нужно подготовить в группе перед запуском рекламы, включает в себя оформление, описания, кнопки, руководителей, ...
- 166) Для теста рекламной кампании необходимо не менее ...
- 167) Если есть 3 картинки, 2 текста и 8 сегментов аудитории, то из этого получится ... тестовых рекламных объявлений
- 168) Посмотреть в аналитике количество кликов по рекламному объявлению ...
- 169) Посмотреть в рекламном кабинете количество конверсий по рекламному объявлению ...
- 170) В сети ВКонтакте проводить охватные компании ...
- 171) Говоря о массовых действиях с объявлениями в сети ВКонтакте, можно утверждать, что в этой сети ...





- 172 В рекламном кабинете ВКонтакте можно создать следующие виды записей: Запись с кнопкой, Универсальная запись, Сбор заявок, Реклама сайта, ...
- 173 В текстово-графических блоках (ТГБ) ...
- 174 Ограничения в количестве текста в универсальной записи ...
- 175 Ограничения в количестве текста в записи с кнопкой ...
- 176 С니ппет, отображающийся в постах ВКонтакте, – это ...
- 177 Отображение снппета в рекламной записи с кнопкой ...
- 178 Ограничения в количестве текста в записи с каруселью ...
- 179 Основные виды таргетинга – ...
- 180 Во ВКонтакте можно выбрать в настройках таргетинга людей, у которых день рождения «...»
- 181 Минимальный возраст таргетирования ВКонтанте – ...
- 182 При выборе настроек возрастного таргетинга 18–25 лет, фактически реклама покажется аудитории с возрастом ...
- 183 Минимальный радиус в супергео составляет ...
- 184 Выбор таргетинга по должности в рекламном кабинете ВКонтакте ...
- 185 Скачать базы ретаргетинга ...
- 186 Сохранять в базу ретаргетинга людей, взаимодействовавших с рекламой, ...
- 187 Существуют такие модели оплаты рекламы ВКонтакте, как ...
- 188 Выбрать только мобильные рекламные площадки ...
- 189 При запуске рекламы ...
- 190 Наиболее полный список позитивных реакций на пост включает в себя переходы по ссылке, переходы в группу, лайки, репосты, комментарии, ...





- 191) Модель оплаты CPM позволяет рассчитать стоимость размещения рекламы за ...
- 192) При создании рекламного поста с кнопкой «вступить/подписаться» в статистику записываются ...
- 193) Говоря о влиянии величины ставки для вхождения в рекламный аукцион на площадке ВКонтакте на негативные реакции аудитории на рекламный пост, можно утверждать, что ...
- 194) Минимальная ставка для вхождения в рекламный аукцион на площадке ВКонтакте при CPC модели составляет ...
- 195) Минимальная ставка для вхождения в рекламный аукцион на площадке ВКонтакте при CPM модели составляет ...
- 196) Если целью являются клики с узкой целевой аудиторией, то следует выбрать модель оплаты ...
- 197) Если целью являются лиды с узкой целевой аудиторией, то следует выбрать модель оплаты ...
- 198) Если целью является охват с широкой целевой аудиторией, то следует выбрать модель оплаты ...
- 199) В UTM-метку Source пишется ...
- 200) SMM – это маркетинг в ... сетях
- 201) Пользователи от ... охотнее взаимодействуют с брендами
- 202) ... – это набор исчисляемых и измеряемых показателей
- 203) Ключевые показатели результативности (KPI) бывают ...
- 204) В SMM-маркетинге сокращением «ЦА» обозначается ...
- 205) ... – это деление аудитории по индивидуальным критериям: возрасту, материальному положению, интересам
- 206) 81 % покупателей узнают о продукте и/или его преимуществах из ...
- 207) ... ключевые показатели результативности (KPI) связаны с вовлеченностью аудитории в коммуникацию
- 208) ... ключевые показатели результативности (KPI) связаны с количеством аудитории, охваченной рекламной компанией





- 209 Ключевые показатели результативности (KPI) используются ...
- 210 Аккаунты в социальных сетях имеют ... россиян
- 211 По данным Statista, активнее всего в РФ на 2019 г. используют социальную сеть ...
- 212 Соцсети ... растут быстрее других
- 213 ВКонтакте – лидер по охвату ...
- 214 Аудитория ВКонтакте насчитывает ... пользователей
- 215 83 % пользователей Facebook по всему миру моложе ...
- 216 ... людей в мире используют Facebook
- 217 Средний возраст аудитории пользователей Одноклассников – ...
- 218 Количество активных пользователей Одноклассников – ...
- 219 61 % пользователей Instagram – в возрасте от ...
- 220 К метрикам для оценки количественной динамики подписчиков относят ...
- 221 К метрике для оценки коммуникации со стороны SMM-специалистов относят ...
- 222 Стоимость клика по рекламному объявлению определяет ...
- 223 ... – это коэффициент доходности бизнеса
- 224 Показатель CPA рассчитывается как отношение суммы расходов на рекламу к ...
- 225 Продакт плейсмент в сети ВКонтакте используется в ...
- 226 Продакт плейсмент в Facebook используется в ...
- 227 Неверно, что выделяют ... вид таргетинга
- 228 Стоимость лида (CPL) рассчитывается по формуле: ...





- 229) Стоимость заказа (CPO) рассчитывается как отношение суммы расходов на рекламу к количеству ...
- 230) ... – это группа людей, имеющих общие интересы (например, группы ВКонтакте, группы в Facebook)
- 231) ... – это специальный язык для оформления продающих или развлекательных веб-страниц в ВКонтакте
- 232) Табы в Facebook – это ...
- 233) Чтобы быстро набрать подписчиков Facebook, следует ...
- 234) ... дает на 37 % больше вовлеченности аудитории, чем использование стандартных картинок при оформлении обложки
- 235) Конструктор Pagemodo – это программа, созданная для ...
- 236) Шапка в группах социальных сетей – это ... часть странички группы
- 237) Теги в группе Facebook используются для того чтобы ...
- 238) Во ВКонтакте можно создавать ...
- 239) Неверно, что ... является этапом продвижения сообществ в соцсетях
- 240) Через сервис ... можно бесплатно анализировать отзывы
- 241) Неверно, что ... относится к продающему типу контента
- 242) К контенту, выделяющему потребности, относятся ...
- 243) Неверно, что ... следует отнести к контенту, снимающему возражения
- 244) ... относится к вовлекающему контенту
- 245) Неверно, что ... относится к сервисам работы с соцсетями
- 246) Неверно, что ... можно отнести к бесплатным методам продвижения соцсетей
- 247) К платному методу продвижения соцсетей относится ...





- 248 Неверно, что к контенту формирования связей следует отнести ...
- 249 Пример контента продвижения личного бренда – это ...
- 250 ... – это текст, который добавляют в видео, чтобы человек мог лучше воспринимать информацию, когда звук выключен
- 251 Micro-influencers – это ...
- 252 ... – это эффективный способ вовлечь аудиторию, повысить конверсию и продажи путем обращения по имени
- 253 Лонгридами называются ...
- 254 Длина видео в IGTV в Instagram – ...
- 255 ... реклама – это «естественная» реклама: она приобретает форму и характеристики той платформы, на которой размещается
- 256 Через сервис ... можно делать автоматизированные рассылки сообщений в ВКонтакте
- 257 В SMM-маркетинге к 2022 г. прогнозируется доля видеоконтента ...
- 258 Shopping Tags можно настроить в ...
- 259 В социальных сетях, в частности в ..., можно использовать Сторис
- 260 Максимальное количество секунд, разрешенное для рекламы в Сторис Instagram, – ...
- 261 Основная функция ORM направлена на ...
- 262 Неверно что ... – это этап работы с репутацией в Сети
- 263 Технология работы с репутацией в сети ... направлена на создание положительного имиджа в поисковых системах
- 264 На этапе ... производится создание персональных карточек (официальных страниц) на площадках-отзовиках
- 265 Технология SMO заключается в том, чтобы работать на таких площадках, как ...
- 266 ... отзывы ранжируются в поисковых системах лучше, чем отзывы другой тональности





- 267) Кроме усиления работы с внешней целевой аудиторией, для повышения репутации нужна работа с ...
- 268) Во время работы над контент-планом публикаций отзывов на площадках стоит учитывать ...
- 269) Установите последовательность этапов выстраивания работы с репутацией:
- 270) Способом использования PR в работе над репутацией в поисковых системах является ...
- 271) Задача технологии ORM – не только повысить лояльность к бренду, но и ...
- 272) Неверно, что в принципы работы ORM входит ...
- 273) Неверно, что в работу репутационного менеджмента входит ...
- 274) Репутационным менеджментом следует начинать заниматься ...
- 275) Работа юридической стороны в работе с репутацией нужна для ...
- 276) «Нейтрализацию негатива и решение конфликтных ситуаций с целью вывода конфликта из информационного поля, а также подавление негативных всплесков» можно отнести к ...
- 277) В случае с негативными отзывами в интернете важным является ...
- 278) Характеристику аудитории и информационных поводов показывает ...
- 279) В работе над репутацией при взаимодействии с конкурентами следует ...
- 280) По статистике, клиенты компании чаще публикуют в интернете информацию о ...
- 281) Ручной мониторинг напоминаний проводится ...
- 282) С помощью ... можно находить упоминания о вашей компании/бренде
- 283) Неверно, что в список основных причин, по которым следует использовать мониторинг, входит ...
- 284) Мониторить упоминания бренда в Yandex можно через службу ...





- 285 Упоминания в соцсетях лучше отслеживать через ...
- 286 Чтобы составить запрос под ручной мониторинг через сервисы Yandex, нужно воспользоваться службой ...
- 287 Самый популярный репутационный запрос выглядит так: ...
- 288 Мониторить Twitter лучше всего через сервисы TweetDeck и ...
- 289 Запрос для ручного мониторинга в российском сегменте лучше создавать на ...
- 290 Самый оперативный сервис для ручного мониторинга создан на базе ...
- 291 Дополнительная функция работы с мониторингом в отношении клиентов – это ...
- 292 Неверно, что с помощью мониторинга можно ...
- 293 Автоматизированный сервис ... позволяет отслеживать упоминания бренда по логотипу
- 294 Отслеживание упоминаний бренда возможно в мессенджерах через ...
- 295 Мониторинговая система может собирать ...
- 296 Для того чтобы мониторинг упоминаний был более глубоким, необходимо ...
- 297 ... – это лишнее при составлении отчета из мониторинговой системы
- 298 Базу, собранную через мониторинговую систему, ...
- 299 Мониторинговая система ... позволяет настроить личные страницы бренда в социальных сетях для глубокого мониторинга
- 300 В базе должна присутствовать как минимум следующая информация: дата; текст упоминания; автор; площадка; ...
- 301 При размещении отзывов всегда стоит учитывать привязку бизнеса к тематике и ...
- 302 На ... площадках-отзовиках следует разместиться в первую очередь





- 303 Попадет в бан на сайте-отзовике за несоответствие правдивости отзыв ...
- 304 Полный список данных, которые должны быть указаны на карточке организации: название организации; контактные данные; адрес;
- 305 Большой охват среди пользователей соберет ...
- 306 При работе с отзывами на бирже следует обращать внимание на то, что ...
- 307 Чтобы эффективно использовать сайты с вопросами, можно ...
- 308 Карточки организаций следует создавать в поисковых системах (Yandex, Google) потому, что ...
- 309 При заказе текста для отзыва у копирайтера нужно учитывать ...
- 310 Не следует при работе на бирже отзывов ...
- 311 Основная задача технологии SERM - ...
- 312 Расположите в правильной последовательности этапы работы технологии SERM:
- 313 Неверно, что в технологии SERM не используют ...
- 314 Неверно, что ... на сайте участвует в работе в рамках технологии SERM
- 315 В работу по технологии SERM в соцсетях входит ...
- 316 Ссылочное продвижение – это повышение числа посетителей на портале при помощи ссылки на него, расположенной ...
- 317 Новостной SERM – это продвижение ...
- 318 Расположите в правильной последовательности этапы работы с технологией SERM в туристической компании:
- 319 Чтобы действовать в позитивном направлении по технологии SERM в описанном случае (см. ниже), нужно ... «Пользователь оставил негативный отзыв, вы ответили с аккаунта представителя на него, попросили связаться с вами. Через какое-то время проблема была решена, вы оставили комментарий с данной информацией, но пользователь ответил, что все равно недоволен»





- 320) Необходимый инструмент в работе с репутацией в социальных сетях – это ...
- 321) Можно оптимизировать ... продукта в социальных сетях
- 322) На негативный комментарий в вашем сообществе, который не имеет конструктивной критики, ...
- 323) В случае накрутки дизлайков в YouTube на видео, содержание которого направлено на критику вашей работы, ... по запросу
- 324) Расположите в правильном порядке элементы стратегии работы в социальных сетях с официальным сообществом:
- 325) Управляя репутацией в рекламных кампаниях в социальных сетях, нужно ...
- 326) Подготавливая ответы на негатив пользователей, необходимо ...
- 327) В работе с негативом в социальных сетях самое главное – ...
- 328) На первое впечатление пользователя о вашей компании в социальных сетях ...
- 329) Если два подписчика вашего сообщества спорят в комментариях, обсуждая тему, которая не касается вашей компании, в этом случае лучше ...
- 330) ... – это упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товары или услуги, предлагаемые сайтом
- 331) Сервис ... позволяет бесплатно собрать ключевые запросы
- 332) Сервис ... позволяет платно собрать ключевые запросы
- 333) Неверно, что сервис WordStat показывает статистику ...
- 334) В Яндекс.Директ отсутствует ...
- 335) В Яндекс Wordstat нельзя посмотреть статистику по ...
- 336) Неверно, что сервис ... полезен для настройки рекламы в Яндекс.Директ
- 337) Неверно, что базис в Яндекс.Директ подходит для ...





- 338 ... спрос – это то, что прямо описывает вашу услугу или товар
- 339 ... – это некий общий запрос, с помощью которого вы сможете собрать много разных ключевых слов
- 340 Неверно, что к инструментам сбора ключевых слов относится ...
- 341 Неверно, что ... относят к источникам сбора ключевых слов
- 342 ... – это программное обеспечение, предназначением которого является облегчение работы оптимизатора по решению одной из самых сложных задач – составлению семантического ядра конкретного сайта
- 343 К преимуществам работы с программой Key Collector можно отнести то, что ...
- 344 В Key Collector можно загружать ... ключевых слов
- 345 Неверно, что Key Collector используется для ...
- 346 MOAB Tools – это ...
- 347 MOAB Tools и Key Collector можно интегрировать ...
- 348 В сервис ... можно добавить минус-слова при парсинге ключевых слов
- 349 Оператор ! (восклицательный знак) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- 350 Оператор " " (кавычки) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- 351 Оператор + (плюс) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- 352 Оператор [ ] (квадратные скобки) в Яндекс.Директ фиксирует ...
- 353 Оператор ( ) и | (круглые скобки и прямая черта) в Яндекс.Директ ...
- 354 Очистка семантического ядра полезна получением ...
- 355 Минус-слова ...
- 356 Ключевые слова ...





- 357) ... – это разбиение массива запросов на группы подобных (похожих) фраз на основе схожей физической сущности
- 358) Неверно, что к преимуществам кластеризации ядра относится ...
- 359) На один кластер рекомендуют делать ... ключевых слов
- 360) Минимальная частотность для парсинга, или подбора ключевых слов, должна быть ..., чтобы уменьшить вероятность получения статуса «Мало показов»
- 361) На одно ядро должно быть ... ключевых слов
- 362) Для кластера необходимо наличие от ... ключевых слов
- 363) ...- это слова или фразы, которые используют потенциальные клиенты и вводят в поисковую строку, чтобы найти необходимую информацию (например, «наполеон рецепт с фото»)
- 364) В сервисе ... есть инструмент увеличения конверсии
- 365) Яндекс считает одинаковыми слова ...
- 366) Если объявление размещается по ключевой фразе «открыть свое дело», то оно будет показано по ...
- 367) Если объявление размещается по ключевой фразе «игрушки для детей до года», то оно будет показано по ...
- 368) При расчете цены за клик на поиске учитывается показатель кликабельности (CTR) на страницах результатов основного поиска ...
- 369) Операторы ! (восклицательный знак) и + (плюс) ...
- 370) «Охват аудитории 0 %» в Яндекс.Директе означает, что ...
- 371) Говоря о позиции объявления в Яндекс.Директе и достижении наибольшей конверсии, можно утверждать, что ...
- 372) Если для кампании назначены единые минус-слова -ремонт, -бесплатно, а ключевая фраза «реклама ноутбуков», то это значит, что ...
- 373) Если объявление размещается по ключевой фразе «кружка с фотографией», то оно будет показано ...





- 374 Если объявление размещается по ключевой фразе «фото +на футболке», то оно будет показано по поисковому запросу «...»
- 375 Цена клика на тематических площадках рекламной сети Яндекса (РСЯ) зависит от ...
- 376 После редактирования ключевая фраза ...
- 377 Яндекс считает разными слова «...»
- 378 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 «...»
- 379 В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора фиксации словоформы, так как все ключевики здесь – прямого спроса
- 380 В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора фиксации предлогов, так как все ключевики здесь – прямого спроса
- 381 В запросе «...» сложнее всего обойтись без оператора [порядок слов], так как все ключевики здесь – прямого спроса
- 382 Неверно, что в кампании для рекламной сети Яндекса (РСЯ) по теме «экстремальные путешествия» стоит использовать ключевик «...»
- 383 Если фирма делает все виды ремонта, то при поисковом запросе «ремонт квартир» наиболее эффективными будут такие минус-слова, как ...
- 384 Адрес страницы в интернете обозначается ...
- 385 Посетитель, совершивший целевое действие на сайте, обозначается ...
- 386 Параметром ... определяется стоимость целевого действия на сайте
- 387 Параметром ... определяется стоимость оформления заказа на сайте
- 388 Для подсчета стоимости лида используется формула «Затраты на рекламу / количество ...»
- 389 Для подсчета стоимости оформления заказа на сайте используется формула «Затраты на рекламу / количество ...»





- 390 ... – это отношение числа пользователей, которые совершили целевое действие на сайте, к общему числу посетителей сайта
- 391 Параметром ... определяется форма возврата инвестиций
- 392 ... – это термин в веб-аналитике, обозначающий процентное соотношение количества посетителей, покинувших сайт прямо со страницы входа или просмотревших не более одной страницы сайта
- 393 ... – это система размещения контекстной рекламы, а также рекламы, основанной на поведении пользователей
- 394 Неверно, что ... относится к видам таргетинга в рекламной сети Яндекса
- 395 ... – это способность сайта работать с более чем одной операционной системой, например, с устройствами на Windows и на Linux и т.д.
- 396 Неверно, что ... влияет на цену и охват в аукционе Яндекс.Директ
- 397 Неверно, что к стратегиям показов в рекламной сети Яндекса относится ...
- 398 Неверно, что к стратегиям показов в рекламной сети Яндекса относится ...
- 399 Самая лояльная модерация имеет место ...
- 400 ... – это рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив веб-страницу рекламодателя
- 401 К контекстной рекламе относится термин «...»
- 402 Такой показатель, как ..., позволяет узнать, сколько человек заинтересовалось объявлением, то есть нажали на него и перешли на сайт
- 403 ... – это группа пользователей, на которую направлены некоторые рекламные мероприятия, в которой заинтересованы рекламодатели и/или которая заинтересована в какой-либо информации
- 404 В числе основных задач объявлений в Яндекс.Директ – ...





- 405) Модель AIDA расшифровывается по первым буквам четырех английских слов: ...
- 406) Неверно, что на кликабельность (CTR) в рекламном объявлении Яндекс.Директ влияет ...
- 407) Неверно, что слово «...» является усилителем объявлений в Яндекс.Директ
- 408) В числе слов, создающих эмоции в рекламных объявлениях в Яндекс.Директ, – «...»
- 409) Неверно, что слово «...» относится к словам, усиливающим призыв к действию (СТА) в рекламных объявлениях
- 410) Если рекламодатель хочет узнать среднюю цену кликов в рекламной кампании с учетом налога на добавленную стоимость (НДС), то ...
- 411) Если в объявление добавлены три быстрые ссылки, пользователь кликнул на основную ссылку и на несколько быстрых, то рекламодатель ...
- 412) ... – это сервис, который позволит вам использовать собственные данные о целевой аудитории, а также данные Яндекса для настройки рекламы
- 413) ... нельзя подгружать в Яндекс.Аудитории
- 414) Для Яндекс.Аудиторий необходимо как минимум ... контактов
- 415) Подгруженные контакты в Яндекс.Аудитории обрабатываются около ...
- 416) Неверно, что к условиям географического таргетинга в Яндекс.Директ относится условие «...»
- 417) Если в Яндекс.Аудитории менее 1000 пользователей, нужно ...
- 418) ... – это инструмент, который собирает анонимные идентификаторы пользователей, видевших ваши баннеры
- 419) Инструмент пиксель в Яндекс.Аудиториях можно использовать при наличии не менее чем ... идентификаторов
- 420) Если вы хотите тратить на кампанию 6080 руб. в месяц, то подходящий для этого вариант бюджета – «...»
- 421) В первую очередь для оптимизации рекламной кампании нужно ...





- 422 Неверно, что в Яндекс.Метрике существует цель «...»
- 423 Неверно, что статистику по рекламным кампаниям Яндекс.Директ можно посмотреть в ...
- 424 ... – это инструмент для просмотра статистики в Яндекс.Директ, с помощью которого можно строить гибкие отчеты по результатам рекламной кампании
- 425 ... – это метод распределения конверсий по каналам трафика
- 426 Неверно, что в Яндекс.Директ существует модель атрибуции «... переход»
- 427 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.
- 428 ... переход покажет конверсии, которые происходили практически после перехода по объявлению
- 429 Атрибуция по ... переходу позволяет узнать, какие компании и объявления привели на сайт посетителей, которые позже конвертировались в клиенты
- 430 В Яндекс.Директ нельзя посмотреть отчет по ...
- 431 Неверно, что к задачам веб-аналитики относят ...
- 432 ... – это среднее число просмотров страниц сайта пользователями за одно посещение, в расчете за определенный период времени
- 433 ... – это процентное соотношение положительных результатов в любом процессе по сравнению с общими показателями за определенный период времени
- 434 ... – это в прямом смысле отрезок времени от первого до последнего события, который провел пользователь на вашем сайте
- 435 Неверно, что одна из возможных причин статуса «Мало показов» в Яндекс.Директ – это ...
- 436 Неверно, что ... может являться причиной низкой величины показателя кликабельности (CTR) в рекламе Яндекс.Директ
- 437 Снизить стоимость за конверсию поможет ...





- 438 Неверно, что одна из возможных причин низкого качества трафика в рекламной сети Яндекса (РСЯ) – ...
- 439 Для создания счетчика в Яндекс.Метрике код на сайт нужно устанавливать ...
- 440 Чтобы увеличить доход от рекламы в Яндекс.Директ, нужно ...
- 441 При настройке рекламной кампании в Яндекс.Директ можно добавить ...
- 442 В объявление Яндекс.Директ можно добавить ...
- 443 Описания быстрых ссылок в поиске Яндекса показываются ...
- 444 ... – это небольшая иконка сайта, отображаемая перед названием страницы во вкладке браузера, закладках, в результатах органической выдачи и объявлениях контекстной рекламы в некоторых поисковых системах
- 445 Скорость загрузки до ... считается оптимальной для сайта
- 446 ... ссылка – это адрес страницы сайта, который будет показан в рекламном объявлении
- 447 ... – это короткие тексты, в которых вы можете описать свои преимущества или особенности; они будут показаны в дополнительной строке внизу объявления
- 448 Уточнения в объявлениях Яндекс.Директ полезны тем, что ...
- 449 ... – это страница перехода с ускоренной загрузкой в Яндексе, с помощью которой пользователь может подробнее изучить рекламное предложение и оставить заявку без перехода на сайт
- 450 Вариант назначения ставок, который следует выбрать рекламодателю, чтобы получать больше кликов с мобильных устройств, – это ...
- 451 ... реклама – это реклама с оплатой за показы в Яндекс.Директ, когда объявление показывается в рекламной сети Яндекса (РСЯ) на десктопах и мобильных устройствах
- 452 Показ баннера будет засчитан, если не менее ... площади баннера непрерывно находится в видимой зоне экрана не менее 2 сек.
- 453 Неверно, что в медийной кампании при настройке в Яндекс.Директ есть стратегия ...





- 454 ... снижает ставку при аукционе для пользователей, которые уже видели этот рекламный баннер
- 455 Стратегия ... подходит для показа на новую аудиторию
- 456 На минимальную цену в ... за 1000 показов необходимо ориентироваться при выставлении ставок
- 457 Рекомендуются, чтобы при настройке рекламной кампании пересекалось не более ... категорий интересов
- 458 ... – это формат рекламы, при котором объявление показывается в виде баннера справа от поисковой выдачи в Яндекс в соответствии с запросом пользователя
- 459 Максимальный объем файла, разрешенный для загрузки в интерфейс медийно-контекстного баннера, – ...
- 460 Какие требования к размеру медийно-контекстного баннера в Яндекс Директ?
- 461 Неверно, что ... относится к преимуществам турбо-страниц Яндекс.Директ
- 462 ... – это дополнительный мобильный лендинг с ускоренной загрузкой, который можно добавить к основной посадочной странице
- 463 В Яндекс.Метрике нельзя настроить цель на ...
- 464 Неверно, что расширения типа ... нужны для выбора трафарета в Яндекс.Директ
- 465 Номер ... спецразмещения уже тестируется в Яндекс.Директ
- 466 ... 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
- 467 ... – это файл, в котором содержится информация о товарах или услугах для запуска рекламных кампаний
- 468 Неверно, что при поиске по приложению Яндекс.Карты объект поиска можно обнаружить по ...
- 469 Если создать турбо-страницу, в аккаунте Яндекс.Метрики появится счетчик с названием ...





- 470) Брендированную иконку в меню поиска Яндекс.Карты можно разместить на срок от ...
- 471) Для привлечения пользователей мобильных устройств следует ...
- 472) В сервисе Google Analytics можно узнать ...
- 473) Рекламодателю, чтобы получать больше кликов с мобильных устройств, следует выбрать такой вариант назначения ставок, как ...
- 474) ... – это параметры (переменные), содержащие дополнительные данные, которые добавляются к URL целевой страницы
- 475) UTM\_CONTENT в классификации UTM-меток означает ...
- 476) UTM\_CAMPAIGN в классификации UTM-меток означает ...
- 477) ... – это инструмент, который позволяет показывать рекламу на поиске пользователям из аудитории ремаркетинга
- 478) Динамические объявления больше всего подходят ...
- 479) Сервис ... позволяет зарабатывать на размещении рекламы в Яндексе
- 480) Для повышения эффективности объявления рекомендуется ...
- 481) Если существует проблема: регулярно полностью расходуется средний дневной бюджет компании, то, чтобы компании оптимизировать свой бюджет на рекламу в течение дня, рекомендуется ...
- 482) ... определяет, будет ли ваше объявление отображаться и, если да, на какой позиции
- 483) 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 ...
- 484) Рекламодатель платит за клик пользователя по объявлению в Яндекс.Директ ...
- 485) Минус-слова ..., помогая улучшить таргетинг
- 486) ... – это ряд изменений (повышение/понижение ставок, изменение бюджета, отключение кампаний, объявлений или ключевых слов), которые можно запускать в четко установленное вами время





- 487) При создании рекламной кампании рекомендуется сформулировать уникальное торговое предложение (УТП), чтобы ...
- 488) Стоп-слова в Яндекс.Директ – это ...
- 489) Качество аккаунта в Яндекс.Директ – это ...
- 490) Продуктивность в Яндекс.Директ – это оценка ...
- 491) Адрес страницы в интернете обозначается как ...
- 492) Как называется посетитель, совершивший целевое действие на сайте?
- 493) ... – это процент посещений, за которые пользователи просмотрели всего одну страницу и не совершили других действий в течение 15 сек.
- 494) Неверно, что к видам целей в Google AdWords относится ...
- 495) Стоимость целевого действия на сайте определяется параметром ...
- 496) Стоимость оформления заказа на сайте определяется параметром ...
- 497) Подсчет стоимости лида ведется по формуле «Затраты на рекламу / Количество ...»
- 498) Подсчет стоимости оформления заказа на сайте ведется по формуле «Затраты на рекламу / Количество ...»
- 499) В ряду программ и сервисов, полезных для рекламы в Google AdWords, можно назвать ...
- 500) Сервис Key Collector полезен для ...
- 501) Счетчик на сайт используется для ...
- 502) Код Google Analytics нужно установить ..., чтобы получать статистику
- 503) Ремаркетинг в Google AdWords нужен для ...
- 504) ... позволяет узнать, сколько человек заинтересовалось объявлением, то есть нажали на него и перешли на сайт





- 505 Если вы хотите тратить на кампанию 6080 руб. в месяц, то в этом случае подойдет вариант бюджета «...»
- 506 Конверсия – это ...
- 507 Чтобы получать больше кликов с мобильных устройств, рекламодателю нужно выбрать ...
- 508 Рекламодателю, который владеет местной сетью ресторанов, в кампании следует использовать такой тип расширений, как «...»
- 509 Для привлечения пользователей мобильных устройств следует ...
- 510 В сервисе Google Analytics можно узнать ...
- 511 Неверно, что к типам соответствия в Google AdWords относится ...
- 512 Для ключевых слов в Google AdWords наиболее подходит ...
- 513 ... соответствие в Google AdWords будет показываться, если в запросе есть слово с опечатками, синоним, похожее словосочетание
- 514 Когда тематика очень узкая (малое количество поисковых запросов), нужно использовать в Google AdWords ...
- 515 ... – это особый тип ключевого слова, который останавливает показ рекламного объявления
- 516 ... – это то, что пользователь вводит в поисковой строке Google
- 517 Сервис Yandex WordStat нужен для ...
- 518 Если появился статус «Мало показов», нужно ...
- 519 ... – это слова или словосочетания, которые определяют, кому будет показано ваше объявление
- 520 С помощью планировщика ключевых слов можно определить ...
- 521 ... – это группа людей, которые вероятнее всего заинтересуются предложением и закажут конкретный товар или услугу
- 522 ... – это выдающаяся характеристика товара или бренда, на основе которой маркетологи выстраивают рекламную кампанию
- 523 Неверно, что ... относится к принятой в практике маркетинга модели потребительского поведения AIDA





- 524 В рекламном объявлении Google AdWords - ...
- 525 В Google AdWords можно добавлять ... URL
- 526 Неверно, что к видам объявлений в Google AdWords относится ... объявление
- 527 Длина одного заголовка должна быть не более ... символов
- 528 Длина описаний в объявлениях Google AdWords должна быть не более ... символов
- 529 Количество конечных URL, которые можно добавить в объявление Google AdWords, - ...
- 530 Количество объявлений, которые можно создать на одну группу объявлений, - ...
- 531 Utm\_source в классификации UTM-меток означает «...»
- 532 Utm\_content в классификации UTM-меток означает «...»
- 533 Utm\_term в классификации UTM-меток означает «...»
- 534 Utm\_medium в классификации UTM-меток означает «...»
- 535 ... - это сервис-генератор UTM от Google
- 536 Позиции в аукционе Google Adwords зависят от ...
- 537 ... - это оценка релевантности ваших объявлений, ключевых слов и целевой страницы для пользователя
- 538 Показатель качества в Google AdWords измеряется по шкале ...
- 539 Utm\_campaign в классификации UTM-меток означает «...»
- 540 В ... можно настроить списки ремаркетинга для рекламы
- 541 Срок хранения данных в списке ремаркетинга Google AdWords - до ...
- 542 Минимальное количество активных пользователей, которые должны быть в списке ремаркетинга, - ...





- 543) Автоматически генерируемые на основе контента сайта (ключевых слов) или фида объявления в Яндекс.Директе и Google AdWords – это ...
- 544) Показатель PTR определяется по формуле «...»
- 545) ... – это параметры, которые заключены в фигурные скобки {} (когда поиск выдает ваше объявление, параметр заменяется динамическим текстом)
- 546) ... – это количество показов объявления, в котором указан номер Google
- 547) ... – это функция, которая будет показывать сколько осталось времени до какого-либо события
- 548) Контекстно-медийная сеть, являющаяся партнерской сетью Google AdWords, – это ...
- 549) Сервис ... позволяет зарабатывать на размещении рекламы
- 550) Неверно, что к виду таргетинга в контекстно-медийной сети (КМС) можно отнести ...
- 551) ... – это объявления, где можно размещать различные ресурсы, в том числе видео, изображения и карты
- 552) В аудиториях интересов и ремаркетинга при настройке контекстно-медийной сети (КМС) можно выбрать ...
- 553) Максимальное количество символов для поля «Путь» в отображаемом URL – ...
- 554) Максимально в отображаемом URL можно использовать ... «Путь»
- 555) ... на ключевые слова необходимо использовать для настройки контекстно-медийной сети (КМС)
- 556) Для настройки контекстно-медийной сети (КМС) необходимо использовать ... ключевые слова
- 557) Настроить видеобаннеры на поисковую рекламную компанию в Google Adwords ...
- 558) Перекрестный таргетинг в контекстно-медийной сети (КМС) используется ...
- 559) Чтобы добавить адрес в рекламное объявление Google AdWords, его нужно связать с ...





- 560 Реклама Gmail настраивается в ...
- 561 Неверно, что при настройке рекламной кампании в Gmail можно использовать таргетинг ...
- 562 Длительность объявлений заставок на YouTube составляет ...
- 563 Реклама TrueView Video Discovery показывается ...
- 564 Реклама объявления заставки показывается ...
- 565 Реклама TrueView in Stream показывается ...
- 566 Деньги за показ рекламы TrueView in Stream списываются, когда пользователь просмотрел рекламу не менее ... или кликнул по рекламе
- 567 Пропустить объявления-заставки в рекламе YouTube ...
- 568 Неверно, что реклама торговых кампаний Google AdWords показывается ...
- 569 Права на Google Merchant Center можно подтвердить через ...
- 570 ... – это единый доступ ко всем аккаунтам Google Merchant и быстрая регистрация новых
- 571 ... – это источник данных, обязательный для показа объявлений с вашими товарами
- 572 Для того чтобы получить расширение объявления с рейтингом в Google AdWords, ...
- 573 Неверно, что ... являются запрещенным контентом при запуске рекламы в Google Merchant
- 574 В Google Merchant можно продавать ...
- 575 Неверно, что ... может стать причиной отклонения фида в Google Merchant
- 576 ... – это когда вы перешли на сайт, посмотрели товар, но не купили его, и после этого реклама данного товара преследует вас на других сайтах
- 577 ... – это сервис, позволяющий загружать данные о товарах для их последующего использования в Google Покупках, рекламных объявлениях и Гугл Поиске для интернет-магазинов





- 578) SEO – это комплекс мер, направленный на поднятие позиций сайта в ... выдаче поисковых систем
- 579) Поисковый маркетолог (SEO-специалист) – это ...
- 580) Поисковая выдача формируется в следующей последовательности:
- 581) SEO – это продвижение по ... поисковому спросу
- 582) Неверно, что SEO подходит для продвижения ...
- 583) Основная цель поискового маркетинга – это рост ...
- 584) Работа поисковых систем строится в следующей последовательности:
- 585) Основная цель поисковых систем – это ...
- 586) Неверно, что существуют ... факторы ранжирования
- 587) Только внутренними факторами ранжирования могут быть ...
- 588) Интент запроса – это желание и ... пользователя получить в результате ввода своего запроса то, что он хочет
- 589) Геозависимыми поисковыми запросами чаще всего являются ... запросы
- 590) Вкладка «История запросов» есть в инструменте подбора ключевых слов от сервиса ...
- 591) Сервисы анализа конкурентов позволяют мониторить запросы, по которым показываются в поиске другие сайты, используя технологию под названием «...»
- 592) Яндекс.WordStat является основным источником данных для сервисов ...
- 593) Частотность конкретного запроса во всех его вариациях (падежах, склонениях и т.д.) в Яндекс.WordStat называется термином «...»
- 594) Семантическое ядро – это набор слов и словосочетаний, разбитый по группам, который отражает тематику и ... сайта
- 595) Кластеризация решает задачу ... продвигаемых запросов
- 596) В процессе группировки ключевых фраз количество запросов в одной группе должно быть ограничено ...





- 597 В основе модели кластеризации по ТОПу, которая используется автоматизированными системами, лежит ...
- 598 Есть два основных способа кластеризации – ...
- 599 Сервисы ... относятся к инструментам кластеризации поисковых запросов
- 600 Проектирование структуры сайта осуществляется на основе таких данных, как ...
- 601 Внедрение правильной структуры на сайте возможно ...
- 602 Для сайтов услуг, особенно под конкурентные запросы, подходит тип кластеризации ...
- 603 Чтобы определить релевантный URL сайта для каждой из группы запросов, необходимо использовать ... и поиск только по целевому сайту
- 604 Для составления структуры сайта чаще всего используются такие инструменты, как ...
- 605 Поисковая система считает страницы дублями, если на них повторяются такие элементы, как ...
- 606 Для указания предпочтительной для индексации страницы среди нескольких похожих или дублирующих друг друга используется атрибут ...
- 607 Файл ... – это специальный файл для роботов поисковых систем, который содержит параметры индексирования сайта
- 608 Неверно, что ... – это один из факторов ранжирования в поисковых системах
- 609 Количество URL, которые поисковый робот хочет и может проиндексировать на конкретном сайте, называется ...
- 610 Ответ сервера «...» говорит о том, что данный URL работает и может индексироваться поисковой системой
- 611 Управлять отображением дополнительных ссылок в поисковой выдаче можно через раздел «...» в Яндекс.Вебмастере
- 612 Поисковые системы рекомендуют держать среднее время загрузки до ...
- 613 Региональная привязка при продвижении в Яндексе играет важную роль также при продвижении ... запросов



- 614 Страница на сайте, которая является основной среди похожих (или дублирующих друг друга) и предпочтительной для индексации в поисковых системах, называется ...
- 615 По мнению Яндекса, удобный сайт – это сайт, на котором пользователь без каких-либо трудностей может ...
- 616 ... сайта должны располагаться контактные данные организации
- 617 Характеристики, влияющие на удобство совершения покупки или заказа услуги и на доверие покупателя, которые учитываются Яндексом при ранжировании сайтов бизнес-направленности, называются «...»
- 618 Методика анализа конкурентов из ТОПа имеет следующий алгоритм:
- 619 В рамках работы над улучшением коммерческих факторов на посадочных страницах стоит внедрить такие интерактивные элементы, как ...
- 620 Неверно, что из всех элементов сайта ... можно отнести к списку коммерческих факторов
- 621 Неверно, что для ... коммерческие факторы играют существенную роль при ранжировании в Яндексе
- 622 Сайт, который лучше всех ..., должен находиться в ТОП-1 (это идеология поисковых систем)
- 623 Основной задачей, которую решает эффективная on-page оптимизация конкретной страницы, является ...
- 624 Основными типами посадочных страниц, которые необходимо оптимизировать на сайтах услуг, являются страницы ...
- 625 Неверно, что ... страницы сайта относятся к списку основных зон для on-page оптимизации
- 626 К списку основных методов анализа интересов, проблем и потребностей целевой аудитории относятся ...
- 627 Неверно, что ... как один из поведенческих факторов относится к числу внутренних
- 628 Работа над внутренними поведенческими факторами в процессе on-page оптимизации выполняется в следующей последовательности:
- 629 Принцип ... on-page оптимизации применим к заголовку H1





- 630 Одним из основных негативных сигналов, которые относятся к числу внутренних поведенческих факторов, является ...
- 631 Поисковые системы учитывают ссылочную массу ресурса при ранжировании сайта ...
- 632 Для того, чтобы поисковые системы начали учитывать обратную ссылку на сайт как сигнал ранжирования, важным условием является ...
- 633 ... воспринимаются поисковыми роботами как наиболее близкие к естественной ссылочной массе
- 634 Ссылки играют немаловажную роль для повышения ...
- 635 Безанкорные ссылки – это ссылки, которые включают ...
- 636 SEMrush.com
- 637 Основные инструменты по анализу обратных ссылок – это ...
- 638 Одной из основных характеристик естественного ссылочного профиля сайта является ...
- 639 Анкор обратной ссылки, содержащий дополнительные слова, которые могут быть полезны для продвижения, относится к типу ...
- 640 К категории псевдоестественных ссылок относятся ...
- 641 То, что хороший, красивый сниппет увеличивает CTR и кликабельность сайта в выдаче, – это влиятельный ...
- 642 В 99 % случаев заголовков сниппета в поисковой выдаче формируется ...
- 643 При формировании описания в сниппете поисковая система ... подтягивает туда не содержимое метатега description страницы, а фрагмент текста на странице с самой высокой плотностью запроса (вводимого пользователем в поиске)
- 644 Изменение таких элементов страницы, как ..., позволяет влиять на внешний вид сниппета
- 645 Наибольший приоритет при формировании сниппета поисковой системой Яндекс отдается фрагментам текста ...
- 646 Страницы сайтов-агрегаторов относятся к ... типу поисковой выдачи:





- 647) Если запрос подразумевает выбор из нескольких товаров, то оптимизировать под него нужно ...
- 648) Инструмент ... позволяет определять, является ли запрос геозависимым, в автоматическом режиме
- 649) Регион пользователя определяется поисковой системой по ...
- 650) Неверно, что поисковые системы могут использовать ... при формировании сниппетов
- 651) К денежным показателям в аналитике следует отнести ...
- 652) К показателям, которые помогают проанализировать качество сайта, следует отнести ...
- 653) Привлекательность рекламного баннера или объявления оценивается показателем ...
- 654) По формуле «Затраты / Количество конверсий» рассчитывается показатель ...
- 655) Увидеть, сколько денег приносит бизнес от вложений в каждый рекламный канал, помогает ...
- 656) По формуле «Прибыль - Затраты на рекламу / Затраты на рекламу) \* 100 %» рассчитывается ...
- 657) Узнать, какая доля выручки уходит на рекламу, позволяет показатель ...
- 658) Показатель ДРР больше 100 % говорит о том, что владельцы бизнеса ...
- 659) Google Data Studio и MS Power BI – это ...
- 660) Сессий на сайте обычно ... пользователей
- 661) Счетчик Яндекс.Метрики нужно установить ...
- 662) В Яндекс.Метрике цель типа «...» позволяет отслеживать на сайте нажатие кнопки, заполнение формы и пр.
- 663) В Яндекс.Метрике настроить оповещение от мониторинга по расписанию можно для ...
- 664) В Яндекс.Метрике при помощи цели типа «...» можно отслеживать загрузку определенной страницы





- 665 В Яндекс.Метрике тайм-аут визита – это ...
- 666 В Яндекс.Метрике для создания цели типа «событие» в поле «Идентификатор цели» нужно указать ...
- 667 Конверсию для нажатия кнопки на сайте в Яндекс.Метрике можно измерить ...
- 668 Посетители в Яндекс.Метрике – это ...
- 669 В Яндекс.Метрике максимальное количество шагов в составной цели – ...
- 670 В Яндекс.Метрике после бездействия пользователя 40 мин. возобновление просмотра будет отнесено к источнику типа «...»
- 671 В Яндекс.Метрике при изменении модели атрибуции в отчете «Источники, сводка» общее число визитов ...
- 672 Конверсия в Яндекс.Метрике – это ...
- 673 В Яндекс.Метрике в стандартном отчете «...» показаны визиты только по учтенным в Яндекс.Директе кликам
- 674 В Яндекс.Метрике сохранить сегмент можно с типом доступа к счетчику «...»
- 675 В Яндекс.Метрике к значимым источникам трафика относятся...
- 676 В Яндекс.Метрике в отчете «...» можно узнать, какими версиями браузеров пользуются посетители сайта
- 677 В Яндекс.Метрике по умолчанию используется атрибуция «...»
- 678 Неверно, что в Яндекс.Метрике можно увидеть информацию из Директ о ...
- 679 В Яндекс.Метрике в стандартном отчете «...» можно оценить качество работы ключевых фраз в рекламной кампании в Директе
- 680 Отчет в Яндекс.Метрике, в котором владелец сайта может просматривать записи действий посетителей, называется «...»
- 681 В Google Analytics есть следующие уровни иерархии: ...
- 682 В Google Analytics пользователю можно предоставить такие разрешения, как ...
- 683 В одном аккаунте Google Analytics можно создать ...





- 684) Нового пользователя в интерфейсе Google Analytics можно добавить ...
- 685) Фильтр в Google Analytics можно создать ...
- 686) Если у пользователя в Google Analytics есть права на редактирование на уровне ресурса, то у него автоматически есть права на ...
- 687) Любую аудиторию, созданную на основе данных из Google Analytics, можно в качестве аудитории для ремаркетинга отправить ...
- 688) Счетчик Google Analytics начинает собирать данные после ...
- 689) Уже существующий фильтр в Google Analytics можно добавить ...
- 690) В Google Analytics выделяют ... фильтры
- 691) В Google Analytics в группе стандартных отчетов ... можно получить информацию о демографии, географии и типах пользователей
- 692) В Google Analytics отчеты по многоканальным последовательностям находятся в группе отчетов ...
- 693) В Google Analytics в группе отчетов «отчеты в реальном времени» можно получить информацию ...
- 694) В интерфейсе Google Analytics доступны группы отчетов ...
- 695) В Google Analytics данные по электронной торговле можно получить в группе отчетов ...
- 696) Длительность сеанса в Google Analytics определяется как разница между временем ...
- 697) Время на странице в Google Analytics определяется как разница между временем хита, отправленного в Google Analytics о текущем просмотре страницы, и временем ...
- 698) Время тайм-аут сессии по умолчанию в Google Analytics равно ...
- 699) Показатель отказов в Google Analytics рассчитывается по формуле ...
- 700) При стандартных настройках счетчика Google Analytics пользователь, пришедший с двух разных устройств на ваш сайт, для Google Analytics будет учитываться как ...





- 701 Google Analytics можно интегрировать с системой ...
- 702 Чтобы передать аудиторию из Google Analytics в Google Ads, необходимо ...
- 703 В Google Analytics можно подгрузить данные о расходах с рекламной площадки Яндекс.Директ ...
- 704 Чтобы данные по расходам, кликам, просмотрам и т.д. из рекламного кабинета Google Ads загрузились в Google Analytics, ...
- 705 Если в аккаунте Google Ads не использовать автопроемку, то при связке аккаунта Google Ads и Google Analytics данные о расходах, кликах, просмотрах объявлений и т.д. ...
- 706 Google Tag Manager используется, чтобы ...
- 707 Функционал импорта данных в Google Analytics можно использовать для ...
- 708 Measurement Protocol в Google Analytics – это ...
- 709 Google Search Console – это ...
- 710 Преимущество связывания Search Console и Google Analytics – в возможности ...
- 711 Код контейнера Google Tag Manager должен быть установлен ...
- 712 Два основных типа переменных в Google Analytics – ...
- 713 Уровень данных – это объект ...
- 714 При делегировании прав доступа на уровне аккаунта вы можете выбрать права ...
- 715 Внедрить Яндекс.Метрику с помощью Google Tag Manager ...
- 716 В Google Tag Manager для группировки тегов, триггеров и переменных по некоторому признаку можно ...
- 717 При передаче информации в уровень данных до кода контейнера Google Tag Manager допустим фрагмент кода ...
- 718 При передаче информации в уровень данных после кода контейнера Google Tag Manager допустим фрагмент кода ...
- 719 Правильная иерархия аккаунта Google Tag Manager – это «...»





- 720 При описании HTML-тега кодом Кнопка! переменная Click Classes в Google Tag Manager при клике на этот элемент имеет значение ...
- 721 В Google Tag Manager чтобы зафиксировать одно действие пользователя двумя тегами, нужно ...
- 722 В Google Tag Manager в триггере, в котором дополнительно указано несколько условий, применяется логическое (дискретное) выражение ...
- 723 В Google Tag Manager перенести содержимое одного контейнера в другой можно с помощью ...
- 724 При запуске отладчика в контейнере Google Tag Manager он доступен на сайте ...
- 725 В Google Tag Manager несколько событий фиксируются без дополнительного создания триггеров, но ... не входит в их число
- 726 Решить задачу фиксации JavaScript ошибки на сайте в Google Tag Manager можно с помощью ...
- 727 Сквозная аналитика – это метод анализа эффективности ...
- 728 Сквозная аналитика решает такие задачи, как ...
- 729 Сквозная аналитика состоит из ... уровней
- 730 На уровне рекламы в сквозной аналитике используется показатель ...
- 731 На уровне продаж в сквозной аналитике используются такие показатели, как ...
- 732 Данные о реальных продажах для сквозной аналитики берутся из ...
- 733 Данные о затратах на рекламу для сквозной аналитики берутся из ...
- 734 В сквозной аналитике в качестве лидов мы учитываем ...
- 735 Оценить вклад каждого рекламного источника в результат продвижения позволяет ... аналитика
- 736 Способ распределения ценности конверсии по всем задействованным в ней каналам – это модель ...
- 737 К преимуществам построения сквозной аналитики с помощью готовых облачных сервисов можно отнести ...





- 738 Для построения сквозной аналитики с помощью Power BI или Google Data Studio необходимым условием является наличие ...
- 739 Одним из преимуществ построения сквозной аналитики с помощью Power BI или Google Data Studio является ...
- 740 Недостатком построения сквозной аналитики с помощью готовых облачных сервисов является ...
- 741 Построение сквозной аналитики с помощью Power BI или Google Data Studio больше подходит для ... бизнеса
- 742 Согласно экономического подхода к выбору способа построения сквозной аналитики, на решение следует тратить не более ... рекламного бюджета
- 743 В сквозной аналитике сопоставляя клики и затраты с информацией о действиях на сайте, мы получаем количество и стоимость ...
- 744 Получить данные о продажах и посчитать реальную выручку, прибыль и ROI можно, подключив к сквозной аналитике ...
- 745 ... – это учет всех источников переходов на сайт до совершения конверсии
- 746 Правило, по которому конверсия присваивается тому или иному каналу в цепочке взаимодействия с сайтом, – это ...
- 747 Если рекламный канал не привел напрямую к покупке, но участвовал в цепочке взаимодействий покупателя с сайтом, имеет место ...
- 748 Согласно модели атрибуции U-shape ...
- 749 Согласно линейной модели атрибуции ...
- 750 Если перед покупкой последним переходом был прямой переход на сайт, а предпоследним – Google Ads, до которого были и другие источники, а «вес» конверсии на 100 % присвоен Google Ads, значит выбрана такая модель атрибуции, как ...
- 751 Если по модели атрибуции «линейное взаимодействие» Facebook имеет положительное значение коэффициента ROI, а по модели «последнее не прямое взаимодействие» – отрицательное, то это говорит о том, ...
- 752 ... позволяет уменьшать «вес» конверсии первым в цепочке взаимодействия каналам и увеличивать его каналам, которые были перед покупкой





- 753 Отдавать максимальный вес конверсии тем каналам, где пользователь во время сессии наиболее плотно взаимодействовал с сайтом, позволяет ...
- 754 Установите правильную последовательность этапов развития коллтрекинга как технологии:
- 755 Коллтрекинг – это технология, которая позволяет отследить источник ...
- 756 Коллтрекинг можно интегрировать с ...
- 757 Статический коллтрекинг позволяет отследить эффективность на уровне ...
- 758 Динамический коллтрекинг дороже статического, но обладает более высокой ...
- 759 Установите соответствие между типом рекомендуемого коллтрекинга и источником трафика:
- 760 Чтобы связать звонок с дальнейшей выручкой, которая будет получена благодаря этому звонку, коллтрекинг необходимо интегрировать с...
- 761 Чтобы понять источник того или иного звонка, в CRM-системе в карточку клиента должен передаваться ...
- 762 Неверно, что телефония в рамках интеграции с целью построения сквозной аналитики позволяет ...
- 763 При использовании телефонии в отделе продаж рекомендуется создавать новую сделку при повторном звонке в таких нишах, как «...»
- 764 При использовании телефонии в отделе продаж рекомендуется избегать создания новых сделок, создавать события в уже созданных сделках при повторных звонках в таких нишах, как «...»
- 765 Когда есть только набор источников и нет подготовленной базы данных, большую часть времени при разработке отчета в Power BI занимают ...
- 766 Когда есть готовая база данных, большую часть времени при разработке отчета в Power BI занимают ...
- 767 К основным инструментам Power BI следует отнести ...
- 768 ... – это основная программа для разработки отчетов в рамках Power BI





- 769 Неверно, что Power BI Desktop включает в себя ...
- 770 Настройка расписания обновления отчетов Power BI происходит в инструменте ...
- 771 Модель данных в Power BI Desktop позволяет ...
- 772 Чтобы поделиться отчетом Power BI с коллегами, нужно предоставить им доступ к панели мониторинга в инструменте ...
- 773 Свой язык программирования заложен в таких инструментах, как ...
- 774 Инструмент, который позволяет выполнять GET и POST запросы к различным источникам из Power BI, называется ...
- 775 Google Data Studio – это платформа ...
- 776 В Data Studio есть коннекторы из ...
- 777 В Data Studio можно ...
- 778 В Data Studio доступны ... диаграммы
- 779 Отчет Google Data Studio можно расшарить ...
- 780 Data Studio может быть ...
- 781 В Data Studio можно выбирать такие диапазоны дат, как «...»
- 782 Первый отчет в Data Studio можно создать, ...
- 783 В Data Studio есть только ...
- 784 Историю изменений в Data Studio можно посмотреть, ...
- 785 С помощью email-маркетинга решаются такие задачи, как ...
- 786 Письмо, которое отправляется, чтобы вернуть клиента, – это ...
- 787 Корректный источник получения адресов для рекламных рассылок – это ...
- 788 Аббревиатура ESP расшифровывается в email-маркетинге как ...





- 789 Неверно, что в email-маркетинге существует такое понятие, как ...
- 790 При наступлении дня рождения пользователя ему автоматически уходит ... письмо
- 791 К soft bounce относят ошибки, когда ...
- 792 Если вы увидели показатель OR – 106 %, это означает, что ...
- 793 Показатель ... в большей мере помогает оценить качество контента в письме
- 794 Неверно, что шрифт ... относится к «безопасным» для использования в рассылках
- 795 В GetResponse затруднительно использовать встроенный сервис с опросами, так как ...
- 796 Вставить эмодзи (emoji) в тему письма в GetResponse ...
- 797 В GetResponse в поле Reply-to указывается ...
- 798 В блочном редакторе GetResponse по умолчанию используется ширина письма ... пикселей
- 799 Сниппет, используемый в GetResponse, – это ...
- 800 При определении цвета элемента на баннере рекомендуется пользоваться инструментом «...»
- 801 Для отписки в GetResponse используется параметр ...
- 802 Ссылку на веб-версию письма ...
- 803 При отправке письма возможно исключить получателей ...
- 804 Функция «идеальное время» в GetResponse отправляет письма в течение ...
- 805 Неверно, что в Expert Sender существуют стандартные письма со статусом «...»
- 806 В Expert Sender нужно использовать ..., чтобы письмо могло уйти даже пользователю, который ранее отписывался от системы и жаловался на спам
- 807 В Expert Sender присутствует ... для UTM-меток





- 808 Неверным фактом об Expert Sender является то, что ...
- 809 Для отписки в Expert Sender используется параметр ...
- 810 Чтобы получить скругление кнопки в редакторе Expert Sender, необходимо указать ...
- 811 Для оптимизации времени отправки сообщений в Expert Sender ...
- 812 Установка интервала отправки автореспондера в Expert Sender возможна ...
- 813 Отчеты в Expert Sender обновляются с периодичностью ...
- 814 Функция «...» присутствует в Expert Sender, но отсутствует в GetResponse
- 815 Неверно, что у платформы MailChimp ...
- 816 MailChimp запрещается использовать для деятельности, связанной с ...
- 817 Бесплатный аккаунт в MailChimp предоставляется при выполнении следующих условий: база до ...
- 818 Чтобы связать Tilda и MailChimp, ...
- 819 Создание нового списка рассылки непосредственно из Tilda в момент интеграции с MailChimp ...
- 820 Сервис MailChimp имеет интерфейс ...
- 821 Говоря о возможности заполнить прехедер в MailChimp самостоятельно, можно утверждать, что ...
- 822 Для текстового блока в блочном редакторе MailChimp доступны такие группы настроек, как ...
- 823 Параметр для отписки в MailChimp выглядит как: ...
- 824 В подвале письма необходимо указывать ...

