



## Итоговый экзамен Таргетированная реклама.ДРБ\_Тар рек\_СОФТ

- 1 Соотнесите термины с формулами.
- 2 Расставьте этапы работы специалиста по таргетированной рекламе в порядке, соответствующем процессу запуска кампании:
- 3 Определите, к какому направлению относятся эти цели.
- 4 Распределите, что из этого POPs, а что PODs для флагманского смартфона.
- 5 Какие модели оплаты таргетированной рекламы есть ВКонтакте?
- 6 Какие функции доступны в статусе «Наблюдатель» в рекламном кабинете ВКонтакте?
- 7 Выберите таргетинг, который недоступен в рекламном кабинете.
- 8 Какой набор таргетингов доступен в рекламном кабинете ВКонтакте?
- 9 Что из этого НЕ делает парсинг?
- 10 Для кого доступно создание рекламы myTarget?
- 11 В каких целях рекламной кампании можно использовать ссылку на сайт?
- 12 Выберите правильную формулу расчета eCPM в myTarget.
- 13 Какие запросы стоит использовать для формирования списка ключевых слов?
- 14 Чем аукционная стратегия «Максимальное количество кликов» отличается от стратегии «Минимальный расход»?
- 15 В чем отличие охвата рекламного объявления от показов рекламного объявления?
- 16 Если цель рекламной кампании – генерация лидов, какой формат следует выбрать?





- 17) В счетчике Яндекс.Метрики был выключен Вебвизор. Владелец счетчика включил его, чтобы собирать данные по всем страницам сайта. Нужно ли переустанавливать код счетчика на сайте?
- 18) Отметьте главный драйвер активности в Одноклассниках.
- 19) Какое преимущество имеет «Карусель» перед другими форматами публикаций в Одноклассниках?

Самый быстрый способ связи — мессенджер (кликни по иконке, и диалог откроется)



WhatsApp



Telegram



Max

Help@disynergy.ru | +7 (924) 305-23-08