



Маркетинг: интегрированные онлайн и офлайн коммуникации MBA

- 1 Маркетинг – это ...
- 2 Основной задачей интернет-маркетинга является ...
- 3 Главный закон успеха интернет-маркетинга – это ...
- 4 Лид в интернет-маркетинге – это ...
- 5 Воронка продаж – это ...
- 6 Лид минус первого уровня – это ...
- 7 Landing Page (посадочная страница) – это ...
- 8 Наибольшей издержкой маркетинговой коммуникации является ...
- 9 Идеальной моделью снижения расходов на коммуникацию является
- 10 Транзакционные коммуникации – это ...
- 11 Консультационные коммуникации – это ...
- 12 Сервис по заказу авиабилетов в интернете относится к модели ... коммуникаций
- 13 Офлайн-маркетинг – это ...
- 14 К инструментам снижения издержек на коммуникацию в интернете относят: ...
- 15 Продвижение услуги по строительству загородных домов относится к ... модели коммуникации маркетинга
- 16 Недостатками интернета как инструмента коммуникации является то, что ...
- 17 Технически нестабильная коммуникация – это коммуникация, ...





- 18 Лид нулевого уровня – это ...
- 19 Вывод потенциального клиента на личный контакт с представителем компании относится к модели ... коммуникации
- 20 Главным преимуществом интернет-маркетинга перед любыми другими инструментами коммуникации является ...
- 21 Главной задачей любой маркетинговой коммуникации в онлайн или офлайн является ...
- 22 Инструментами консультационной коммуникации являются: ...
- 23 Неверно, что к задачам интернет-маркетинга относится ...
- 24 Интернет-трафик – это ...
- 25 Модель продвижения PPC – это модель продвижения с оплатой за ...
- 26 Модель продвижения CPM – это продвижение с оплатой за...
- 27 Сегментация целевой аудитории позволяет ...
- 28 Модель продвижения по модели CPC аналогична модели продвижения ...
- 29 Момент конверсии – это ...
- 30 Главным показателем эффективности онлайн- и офлайн-маркетинга является показатель ...
- 31 CTR – это ...
- 32 Медийная реклама – это ...
- 33 Растягивая воронку продаж, мы ...
- 34 Стартовым (началом) при формировании воронки продаж является показатель ...
- 35 Аббревиатура SMO относится к ...
- 36 Финальным показателем любой воронки продаж должен быть показатель ...





- 37) Используя метод ключевого уровня при работе с воронкой продаж, мы ...
- 38) Сплит-тестирование – это ...
- 39) Performance-маркетинг – это ...
- 40) Контекстная реклама – это ...
- 41) Аукционная модель ценообразования применяется в таком виде рекламы, как ...
- 42) SEO-продвижение – это оптимизация ...
- 43) Медийная реклама решает такие задачи, как ...
- 44) Медийная реклама – это ...
- 45) Способами повышения эффективности баннера являются: ...
- 46) Неверно, что баннеры Rich-media – это ...
- 47) К минусам использования баннеров Rich-media относят ...
- 48) Таргетинг – это ...
- 49) Неверно, что баннерной системой является ...
- 50) Главным преимуществом контекстной рекламы является ...
- 51) Аббревиатура SMM имеет отношение к ...
- 52) В интернет-маркетинге бид – это ...
- 53) Модель CPC – это реклама с оплатой за ...
- 54) Главным недостатком контекстной рекламы является ...
- 55) Модель CPA – это ...
- 56) Коэффициент конверсии – это ...





- 57 Микродействие в воронке продаж – это ...
- 58 На первой стадии планирования рекламной компании в первую очередь необходимо ...
- 59 Приоритетными действиями для повышения конверсии сайта являются: ...
- 60 Сценарии убеждения необходимо разрабатывать для того, чтобы ...
- 61 Правило большинства (при планировании сайта) – это ...
- 62 Техника FAQ (в работе с конверсией) – это ...
- 63 Показатель CLTV – это ...
- 64 Пропорциональное расширение воронки продаж – это ...
- 65 Идеальный момент конверсии – это момент, когда ...
- 66 Вовлечение посетителя – это ...

