



## Основы цифрового маркетинга.фит\_БАК

- 1 До появления Интернета в маркетинге действовала
- 2 Потребитель, активно использующий информационные технологии для поиска информации о продуктах и услугах, совершения покупок и коммуникации с другими пользователями о своем приобретенном потребительском опыте, это ...
- 3 ... — это первое поколение, выросшее в окружении цифровых медиа и Интернета
- 4 Сопоставьте типов пользователей в цифровой среде
- 5 Элементами Индустрии 4.0 (Экономики 4.0), являются
- 6 ... - это реклама в интернете, которую размещают на сайтах в виде прямоугольных изображений, привлекающих внимание.
- 7 ... - это вид рекламы в интернете, которая привлекает внимание пользователей интригующим контентом
- 8 ... — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем или иным контекстом интернет-страниц
- 9 ... - это форма рекламы, в том числе онлайн-рекламы, которая направлена на аудиторию с определенными чертами характера, основанными на продукте или человеке, которого рекламодатель продвигает.
- 10 ... - инструмент маркетинга, который помогает доносить до аудитории идею и ценности продукта или бренда через истории.
- 11 Технографический таргетинг - это ...
- 12 ... - это форма целевой рекламы, в которой содержание объявления находится в прямой зависимости от содержания веб-страницы, которую просматривает пользователь.
- 13 ... - форма коммерции, при которой два и более звена коммерческого цикла выполняются с применением информационных технологий.
- 14 ... - это любой вид бизнеса или коммерческой сделки, которая включает в себя обмен информацией через Интернет.





- 15) Перечислите методы оплаты интернет-рекламы
- 16) ... — это непосредственно сам объект (или субъект), который создает информацию в соответствии с поставленными целями ее сбора.
- 17) ... — это носители или субъекты маркетинговой среды, предоставляющие информацию в обработанном виде.
- 18) Расставьте по порядку источники внешней информации по обращениям к ним
- 19) ... - это маркетинг продуктов для предприятий или других организаций для использования в производстве товаров
- 20) ... — Это термин, обозначающий схему взаимоотношений конечного потребителя с конечным потребителем
- 21) ... - Это термин включающий в себя все виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями.
- 22) ... — Это термин включающий в себя продажу товаров или услуг напрямую конечному потребителю
- 23) К основным инструментам диджитал маркетинга относятся:
- 24) К основным технологиям диджитал маркетинга можно отнести:
- 25) Что такое SEM
- 26) Таргетированная реклама позволяет достичь следующих целей:
- 27) Сопоставьте следующие пункты
- 28) Медийная реклама позволяет достичь следующих целей::
- 29) Форматы видеорекламы
- 30) Как расшифровывается аббревиатура SMM
- 31) ... - применение игровых механик для решения бизнес-задач.
- 32) Customer Journey Map (карта пути клиента) — глобальный и стратегический инструмент, который помогает понять:
- 33) ROI - это





- 34 Кампания с показателем ROI 5:1 или выше считается
- 35 САС – это
- 36 Величина, определяющая авторитетность сайта в поисковой системе
- 37 Сопоставьте следующие определения
- 38 PageRank — это числовая величина, характеризующая ... веб-страницы
- 39 Метрика по количеству уникальных посетителей сайта, побывавшие на нем в измеряемый отрезок времени – это ...
- 40 Посещаемость веб-ресурса обусловлено критериями:
- 41 Данные по посещаемости веб-ресурса необходимо знать с целью:
- 42 Модель оплаты интернет-рекламы, при которой оплачиваются только определённые действия пользователей на сайте рекламодателя.
- 43 Что важнее знать, что клиентам нравится в компании или что клиентам не нравится в компании
- 44 50 000 человек в месяц ищут продукты вашей категории в поиске. 3% искавших переходят на ваш сайт, 2% перешедших — оставляют заявку, 90% оставивших заявку, платят. Если вы вложиться в SEO-продвижение, то на ваш сайт станут переходить 4500 человек. Если улучшить сайт, оставлять заявки начнут 4% перешедших. Если заняться email-маркетингом, количество пришедших увеличится на 35% Что выгоднее?
- 45 Знание каких параметров пригодится для создания концепции бренда?
- 46 Мелкооптовый клиент делает 1000 заказов в год. Чек — 10 000 рублей, ваша маржа — 25%. Клиент просит скидку за объем и обещает увеличить число заказов: например, при 10% скидке он готов делать 1500 заказов, при 15% — 3 000, а 20% — 10 000. Давать ли скидку?
- 47 Какой следующей группы интернет-пользователей не существует
- 48 Конверсия – это ...





- 49) Какова средняя конверсия на лендингах?
- 50) Отношение числа кликов на баннер или рекламное объявление к числу показов – это
- 51) От чего зависит показатель качества рекламных объявлений в Google Adwords?
- 52) Какие метрики не относятся к поведенческим факторам?
- 53) OPEN RATE, ПРИМЕНИТЕЛЬНО К EMAIL-МАРКЕТИНГУ, – ЭТО МЕТРИКА, КОТОРАЯ ПОКАЗЫВАЕТ
- 54) Если CTR рекламной кампании равен 4%, а количество показов равно 1000, то сколько человек кликнули по объявлению?
- 55) Одно рекламное объявление сконвертило 5% от 500 кликнувших по объявлению, а второе – 20% от 100. какое объявление оказалось более успешным?
- 56) К основным преимуществам электронной коммерции для покупателя не относят
- 57) Среди решающих факторов конкурентной борьбы в Интернете рассматривают такие факторы как:
- 58) К маркетинговым факторам, оказывающим влияние на покупательское поведение, относится:
- 59) Деятельность фирмы направленная на превращение потенциального покупателя в клиента – это...
- 60) Укажите все верные высказывания
- 61) Сопоставьте высказывания
- 62) Укажите все верные высказывания из нижеперечисленных

