

НАВИГАЦИЯ В ТЕСТА

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	

Приключване на опита...

Оставащо време 0:24:22

ВЪПРОС 1

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Индексът за оценка ефективността на ключовите термини (Keyword effectiveness index, KEI) се изразява като съотношение между...

Изберете едно

- a. популярността на търсеното понятие и намерените резултати
- b. популярността на търсещата машина и намерените резултати
- c. популярността на конкуренцията и намерените резултати
- d. популярността на търсеното понятие и класиранията на резултатите

ВЪПРОС 2

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кибермаркетингът е:

Изберете едно

- a. регионален
- b. локален
- c. международен
- d. глобален

ВЪПРОС 3

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Мерките за успешно позициониране в търсещите машини НЕ ВКЛЮЧАВАТ...

Изберете едно

- a. Website-Target – таргетиране на уеб-страницата
- b. On-Page-Optimization – оптимизиране на данни, структурата на линковете, дизайна, изображенията, текста, ключовите термини и тяхната честота
- c. Keyword-Analysis – анализ на важните за компанията ключови понятия
- d. Off-Page-Optimization – изграждане на линкове, включване в търсачките, директории и каталози

ВЪПРОС 4

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Ключовите понятия са по-популярни и имат по-голям шанс за добро класиране в резултатите на търсещите машини, когато стойността на индекса KEI (Keyword Effectiveness Index) е:

Изберете едно

- a. по-малка
- b. отрицателна
- c. по-голяма
- d. нула

ВЪПРОС 5

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Уеб общностите (communities) са групи, ...

Изберете едно

- a. комуникиращи помежду си
- b. обменящи знания
- c. всички посочени са верни
- d. свързани чрез общи характеристики

ВЪПРОС 6

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кое от твърденията НЕ Е ВЯРНО?

Изберете едно

- a. документите се категоризират и архивират със съответния индекс
- b. колкото по-назад в класацията е документът, толкова по-вероятно е да бъде забелязан от потребителя
- c. документите се представят на потребителя в определена класация (ranking)
- d. позицията в класирането зависи от сходството със запитването

ВЪПРОС 7

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Посочете видовете таргетиране според Vagusat и Hermanns.

Изберете едно

- a. първична и вторично
- b. производствено, продуктово, търговско и социално
- c. продуктово, ценово, рекламно и насърчително
- d. регионално, времево, персонализирано и поведенческо

ВЪПРОС 8

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кибермаркетингът...

Изберете едно

- a. не търси контакт с потенциалните клиенти
- b. търси директен контакт с потенциалните клиенти
- c. търси опосредстван контакт с потенциалните клиенти
- d. търси контакт с производителите

ВЪПРОС 9

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Методите за оценка и класификация на съдържанието на отделните търсачки са:

Изберете едно

- a. еднакви
- b. стандартизирани
- c. унифицирани
- d. различни

ВЪПРОС 10

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кое от следните НЕ СПАДА към класиранията на резултатите от търсенето?

Изберете едно

- a. независимо класиране (Organic Listings)
- b. ефективно класиране (Effectiv Listings)
- c. спонсорирано вписване (Paid Inclusions)
- d. спонсорирано класиране (Paid Listings)

ВЪПРОС 11

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Към предимствата, които кибермаркетингът осигурява на компаниите, се отнася:

Изберете едно

- a. лесно измерване на контактите
- b. управление на разходите
- c. всички посочени отговори са верни
- d. бърза пазарна адаптация

ВЪПРОС 12

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

За разлика от класическите инструменти на комуникационната политика, характерно за Интернет комуникациите е:

Изберете едно

- a. появата на шумове при излъчване на посланието
- b. изчезването на шумове при излъчване на посланието
- c. наличието на шумове при излъчване на посланието
- d. липсата на шумове при излъчване на посланието

ВЪПРОС 13

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кои са принципите на Web 2.0?

Изберете едно

- a. откритост, стандартизиране и свобода
- b. анализ, оценка и растеж
- c. всички посочени са верни
- d. информация, комплексност и устойчивост

ВЪПРОС 14

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Таргетирането...

Изберете едно

- a. премахва разходите за планиране на маркетинговите мерки
- b. увеличава разходите за планиране на маркетинговите мерки
- c. стабилизира разходите за планиране на маркетинговите мерки
- d. намалява разходите за планиране на маркетинговите мерки

ВЪПРОС 15

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

При маркетинга в търсещите машини потребителят достига до търсеното съдържание посредством...

Изберете едно

- a. маркетингово проучване
- b. всички посочени отговори са правилни
- c. търсене по ключова дума
- d. първична информация

ВЪПРОС 16

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Уеб дизайнът на фирмената страница трябва да осигурява...

Изберете едно

- a. всички посочени са верни
- b. бърза скорост при зареждане на съдържанието
- c. бърз достъп до търсената информация
- d. еднозначна йерархия и групиране на информацията

ВЪПРОС 17

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

При Web 3.0 е налице...

Изберете едно

- a. обвързване на виртуалния с реалния свят
- b. обвързване с реалния свят
- c. обвързване на клиентите с компаниите
- d. обвързване с реални личности

ВЪПРОС 18

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Маркетинг в търсещите машини (SEM) включва мерките за...

Изберете едно

- a. регистриране на уеб-страницата от търсачката
- b. появата на линк към сайта
- c. всички посочени са верни
- d. челно място в резултатите от търсенето

ВЪПРОС 19

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Към кои техники за осигуряване на добра позиция в резултатите на търсачката се причислява оптимизирането на текстовете и структурата на сайта?

Изберете едно

- a. SEO-Copywriting
- b. увеличаване популярността на линка
- c. технически настройки
- d. таргетиране по ключови думи

ВЪПРОС 20

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Създаването на корпоративни уеб-страници...

Изберете едно

- a. служи само за маркетингови проучвания
- b. възпрепятства маркетинговите проучвания
- c. подпомага маркетинговите проучвания
- d. няма връзка с маркетинговите проучвания

ВЪПРОС 21

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Какво е характерно за Web 2.0?

Изберете едно

- a. не предоставя възможности на потребителите да публикуват собствено съдържание
- b. предоставя ограничени възможности на потребителите да публикуват собствено съдържание
- c. понякога предоставя възможности на потребителите да публикуват собствено съдържание
- d. предоставя неограничени възможности на потребителите да публикуват собствено съдържание

ВЪПРОС 22

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Онлайн маркетингът означава...

Изберете едно

- a. използване на нови маркетингови инструменти в нова медия
- b. използване на традиционни маркетингови инструменти в нова медия
- c. използване на традиционни маркетингови инструменти в традиционна медия
- d. използване на нови маркетингови инструменти в традиционна медия

ВЪПРОС 23

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Към компонентите на търсачките се причисляват...

Изберете едно

- a. всички посочени са верни
- b. процесор за обработване на заявките
- c. система за събиране на информация
- d. уеб роботи (Spiders или Crawlers)

ВЪПРОС 24

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

В Интернет SEM представлява многостранен и допълващ инструмент на...

Изберете едно

- a. продуктовата политика
- b. пазарната политика
- c. комуникационната политика
- d. ценовата политика

ВЪПРОС 25

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00

Отбелязване на въпроса

Кое НЕ Е ХАРАКТЕРНО за фирмените уеб-страници?

Изберете едно

- a. осигуряват еднозначност на съдържанието
- b. предоставят информация на потребителя
- c. постоянно сменят визията си
- d. дават възможност за покупка

Следваща

НАВИГАЦИЯ В ТЕСТА

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20						

Приключване на опита...

Оставащо време: 0:23:55

Въпрос 1

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Успешната интеграция предполага...

Изберете едно

- a. правдоподобност
- b. последователност
- c. всички посочени
- d. съчетаване

Въпрос 2

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Каква е основната цел на рекламата?

Изберете едно

- a. да продава рекламирания продукт
- b. да се хареса на критиката
- c. да забавлява целевата аудитория
- d. да се хареса на рекламодателя

Въпрос 3

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Рекламата винаги предполага...

Изберете едно

- a. всички посочени
- b. покупка на пространство за предаване на информацията
- c. покупка на време за предаване на информацията
- d. постоянен контрол върху съдържанието на посланието

Въпрос 4

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Към кои цели на рекламата се причислява целта за увеличаване на печалбата?

Изберете едно

- a. икономически цели
- b. психологически цели
- c. психологически и икономически цели
- d. комуникационни

Въпрос 5

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Чрез въздействие на подсъзнателно ниво продуктивият пласмент...

Изберете едно

- a. трансферира имиджа на актьорите върху продукта
- b. всички посочени
- c. зрителят се идентифицира с актьорите, като наподобява потребителските им навици и стил на живот
- d. кодира рекламното послание така, че зрителят не забелязва оказаното въздействие

Въпрос 6

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Какво НЕ СЕ ВКЛЮЧВА в базисния модел за анализ на рекламното въздействие?

Изберете едно

- a. контакт
- b. рекламодател
- c. рекламни стимули
- d. рекламен ефект

Въпрос 7

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Кое от следните НЕ СПАДА към целите на спонсорите?

Изберете едно

- a. утвърждаване на пазарни позиции
- b. поддръжане на контакт с целевите групи
- c. повишаване на продажбите и популярността
- d. намаляване на продажбите и популярността

Въпрос 8

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Личните продажби представляват междуличностен процес, при който търговските партньори...

Изберете едно

- a. консултират се по отношение на използването и избора им
- b. се информират относно предлаганите продукти
- c. убеждават се в тяхното качество
- d. всички посочени

Въпрос 9

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Каква е рекламата според фазите на жизнения цикъл на продукта?

Изберете едно

- a. политическа, стопанска и социална реклама
- b. Каква е рекламата според фазите на жизнения цикъл на продукта?
- c. скрита реклама
- d. ввеждаща, поддържаща и напомняща реклама

Въпрос 10

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Кое от следните НЕ ВКЛЮЧВАТ формите на директния маркетинг?

Изберете едно

- a. директна връзка
- b. директна поща
- c. каталожна търговия
- d. обратна връзка

Въпрос 11

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Кои са ефектите на спонсорството?

Изберете едно

- a. избягване на комуникационни барери
- b. достигане до трудно достъпни целеви групи
- c. всички посочени
- d. възможност за преодоляване на рекламни ограничения

Въпрос 12

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Какви НЕ МОГАТ да бъдат рекламните послания?

Изберете едно

- a. рационални
- b. неконтролирани
- c. морални
- d. емоционални

Въпрос 13

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Кое от посочените НЕ СЕ ВКЛЮЧВА към целите на панаирите и изложенията?

Изберете едно

- a. създаване и поддръжане на търговски връзки
- b. представяне на корпоративната компетентност
- c. привличане на потенциални служители
- d. апелиране към целеви групи в некомуercialна среда

Въпрос 14

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Какво НЕ Е ХАРАКТЕРНО за интегрираните комуникации?

Изберете едно

- a. акцент върху отделни комуникационни инструменти
- b. засилване предпочитанията към марката
- c. затвърждаване спомена за посланието в съзнанието на потребителите
- d. уеднаквяване и утвърждаване на впечатленията, предизвикани от комуникацията

Въпрос 15

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Как НЕ СЕ ПОСТИГА намаляване на разходите за комуникация?

Изберете едно

- a. оптимизиране използването на комуникационните инструменти
- b. усложняване на процесите
- c. оптимизация на работните процеси
- d. опростяване на процесите

Въпрос 16

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

При рекламата НЕ СЕ ЦЕЛИ целенасочено въздействие върху...

Изберете едно

- a. нагласите на целевата аудитория
- b. нагласите на рекламодателя
- c. мненията на целевата аудитория
- d. всички посочени

Въпрос 17

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Насърчаването на продажбите включва...

Изберете едно

- a. мерките, насочени към активиране на каналите за комуникация
- b. мерките, насочени към активиране на каналите за дистрибуция
- c. мерките, насочени към деактивиране на каналите за дистрибуция
- d. мерките, насочени към деактивиране на каналите за комуникация

Въпрос 18

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Върху какво се акцентира в рекламната стратегия?

Изберете едно

- a. ползите за потребителя
- b. обосноваване на достоверността
- c. тоналността на рекламата
- d. всички посочени

Въпрос 19

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Масираната реклама се характеризира с...

Изберете едно

- a. бързо запаметяване
- b. силен ефект на запаметяване
- c. бързо забравяне
- d. всички посочени

Въпрос 20

Все още не е даден отговор

От максимално 1,00



Отбелязване на въпроса

Събитията принципно НЕ ЦЕЛЯТ...

Изберете едно

- a. пряка продажба
- b. оказване на въздействие върху популярността
- c. оказване на въздействие върху нагласите
- d. оказване на въздействие върху имиджа на компанията