1. Едно и също ли значат понятията дигитален маркетинг, онлайн маркетинг, е-маркетинг – Вярно
2. Дигиталният маркетинг е – Използването на дигитални технологии и медии за постигането на маркетинговите цели
3. Вярно ли е твърдението – През последните години и десетилетия в световен мащаб доверието на потребителите към новините и рекламите в традиционните медии- печат, телевизия външна реклама, радио, намалява. Намалява и доверието към блогърите онлайн – новите граждански медии, и към препоръките от уста на уста на продукти и услуги. – НЕ
4. Кое от следните твърдения не е характерно за маркетинг 2.0 – Предполага еднопосочна директна комуникация от компанията към потребителите
5. Как дигиталният маркетинг и новите медии влияят на бизнеса – Развива се нов бизнес и маркетинг модел, развиват се досегашните концепции за маркетинг и комуникация с потребителя
6. За какво може да се използва Google Barometer - проучване на потребители
7. Кое от следните не е част от характеристиката на новите дигитални медии – Те са Уеб 1.0 и са свързани по между си
8. Инбаунд маркетингът е близък като значение дo – pull marketing
9. Какво е SEO – Оптимизация на сайт и съдържанието му за търсещите машини он-лайн избор на ключови думи
10. В кои ситуации не е подходящо да се инвестира в дигитален маркетинг – при локален бизнес, малка таргет група консервативни потребители пенсионери
11. Кое от следните НЕ е дигитална медия / канал – Мълва от уста на уста
12. Каква част от бюджета на една компания за комуникация и реклама е добре да се инвестира в дигитален маркетинг – зависи от компанията, продукта, ситуацията и целите
13. Коя е най използваната от потребителите социална мрежа в България – Facebook
14. Коя е най използваната от потребителите социална мрежа в световен мащаб– Facebook
15. Кое от следните не е част от съвременните дигитални тенденции важни за е-маркетинга – По голямото желание на потребителите да получават рекламни съобщения
16. Изберете определението, което най добре описва ролята на съвременните дигитални медииза маркетинга – промяна и еволюция на медиите, бизнеса, потребителите и комуникациите
17. Кое от следните не се следи и измерва при анализа на дигиталното присъствие и е-маркетинга на компания – препоръки от уста на уста и обслужване в магазина
18. Какво е Response index RI – коефициент коригиращ резултатите спрямо спецификите и тенденциите в съответния бранш регион или спрямо предпочитанията и характеристиките на съответната таргет аудитория
19. Кой софтуер се използва за анализ на посещаемостта и потребителският интерес към уебстраницата на компанията – Google Analytics
20. Коя от следните формули се използва за измерване на възвращаемостта на инвестициите от даден инбаунд маркетинг канал – нетен приход от маркетинг канал - инвестициите за маркетинг в този канал / върху инвестициите за маркетинг в този канал
21. В какво се изразява персонализацията като дигитална тенденция важна за е-маркетинга на компаниите – Потребителите искат да виждат намират и получават само конкретна интересуваща ги информация и съдържание онлайн.
22. Как се използва геолокацията в е-маркетинга. Посочете НЕ вярното твърдение - GPS следене служителите на компанията
23. Вярно ли е твърдението - Уеб 3.0 нова ера в развитието уебдизайна на сайтове която се характеризира с повече мултимедийно съдържание и по честа комуникация с потребителя – НЕ
24. Посочете НЕ вярното сред следните твърдения за характеристиките на новите дигитални медии – те са приспособени да разбират хората
25. Посочете грешното от следните твърдения за ролята на е-маркетинга като интегрална част от цялостната маркетингова стратегия на компанията – Служи за определяне целите на маркетинговата стратегия.Те трябва изцяло да се базират на мнението на потребителите онлайн.
26. Посочете за кои цели е-маркетингът НЕ може да бъде полезен – Оптимизаация на разходите за физическо производство на продукта в компанията.
27. Посочете за кой вид проучване дигиталния маркетинг НЕ е удачен – Проучване поведението на потребителите в магазина .
28. Част от геймификацията е - винаги да има нещо ново, награждаване с точки за действия, създаване на лоялност, - НИТО едно от посочените
29. Хххххххххххххххх е подход за достигане директно до потребителите чрез електронна поща.Чрез него потребителите могат да бъдат информирани за новини, свързани с компанията и продуктите/услугите предоставяни със специални отстъпки или промоции - имейл маркетинг
30. CTR Click through rate е процентът потребители които са извършили целта на имейла - Грешно
31. Употребата на атрактивен и ангажиращ текст, вместо визуални елементи ( препоръчва се 80%текст и 20% снимки ) е част от - добро представяне на съдържанието
32. Какво е нужно за създаване на успешна имейл маркетинг кампания – създаване на ангажиращо заглавие, сегментиране, график – Да всичките
33. Кое от следните Не е дигитална медия – мълва от уста на уста
34. Какво представлява QR код – Специфичен матричен баркод, разпознаваем от QR четци………..
35. Къде е най разпространена технологията QR код – Япония , Южна Корея
36. …………………….е комуникация на продукт услуга марка в социалните мрежи с цел постигане на определени маркетингови цели и поддържане връзка с клиентите – маркетинг в социалните мрежи
37. Page likes е броя потребители които са харесали страницата – ДА
38. Как ефективно да стартираме маркетинг в социалната мрежа - чрез създаване на общност
39. Времето прекарано от потребителите, гледайки дадено видео е - Watch time
40. За изграждане план за работа в социалните мрежи е нужно – стил на комуникация, очаквано поведение, план на публикациите
41. Кои основни панели има Google Analytics – аудитория и поведение
42. Основни канали за придобиване на потребители са – директен имeйл, социални мрежи
43. В директното търсене може да има трафик от други канали – да ако не са били отбелязани с URL Builder
44. Степен на отпадане е - Това е процентът посещения на една страница , при който потребителят е напуснал страницата през която е влязъл без да взаимодейства с нея
45. Вярно ли е определението - краудсорсинга е част от краудсърфинга при която се търсят и събират финансови средства за финансиране на идея, кауза , цел – НЕ
46. Краудфаудинг – включва даряване на……………….. от потребителите за идея проект или организация – финансови ресурси
47. Как могат да бъдат свързани виртуална и реална среда чрез маркетингови способи – флашмоби и събития с фенове на марката онлайн.