

1. Które wykluczające słowo kluczowe NIE jest odpowiednie w przypadku witryny sprzedającej komputery?
 - a. kup
 - b. informacje
 - c. bezpłatne
 - d. definicja

2. Gdzie na koncie AdWords są wyświetlane kredyty za przekroczenie limitu kliknięć, czyli zwiększenie tzw. Dostawy kliknięć?
 - a. na karcie Moje konto
 - b. na wyciągu bankowym dla karty kredytowej
 - c. na stronie Szczegóły kampanii
 - d. na karcie Zarządzanie kampanią

3. Co należy zrobić aby reklama była wyświetlana na najwyższej pozycji, ponad wynikami wyszukiwania Google?
 - a. dodać więcej słów kluczowych do kampanii w celu zwiększenia zasięgu reklamy
 - b. zwiększyć dzienny budżet, aby był wyższy niż budżet konkurencji używającej tych samych słów kluczowych
 - c. skontaktować się z działem obsługi AdWords i ustalić kolejność zamieszczania reklam gwarantującą najwyższą pozycję
 - d. zwiększyć Wynik Jakości i maksymalną stawkę kosztu kliknięcia (CPC), aby zapewnić jak najwyższą pozycję reklamy

5. Projektujesz nową kampanię AdWords dla klienta, który nigdy nie używał tego programu reklamowego. Którą z poniższych czynności należy wykonać jako pierwszą?
 - a. wybrać trafne słowo kluczowe
 - b. ocenić witrynę internetową klienta
 - c. przetestować przekazy i słowa kluczowe
 - d. przeprowadzić rozmowę na temat celów klienta

6. Które trzy typy zasobów internetowych obejmuje sieć Google?(wybierz trzy opcje)
 - a. witryny Google
 - b. wybrane oprogramowanie internetowe
 - c. strony wyników wyszukiwania udostępniane przez partnerów
 - d. witryny i usługi w sieci partnerskiej

7. Edytor AdWords to:
 - a. aplikacja komputerowa, którą można pobrać za jednorazową opłatą
 - b. pobierana na komputer bezpłatna aplikacja do wprowadzenia dużych zmian na koncie
 - c. program, który można pobrać za darmo i używać tylko w trybie online
 - d. program, który można pobrać i używać tylko do pracy z dużymi kontami AdWords

8. Gdy stosowane jest dopasowanie _____, reklama będzie wyświetlana, jeśli słowo kluczowe lub wyrażenie zostaną zawarte w wyszukiwanym hasle. Reklama będzie również wyświetlana, kiedy przed słowem kluczowym, po nim, albo po wyszukiwanym wyrażeniu będą występować dodatkowe wyszukiwane hasła. (wybierz dwie opcje).
- ściśle
 - przybliżone
 - do wyrażenia
 - wykluczające słowo kluczowe
9. Kiedy wezwanie do działania użyte w tekście reklamy jest najskuteczniejsze?
- kiedy jest chwytliwe lub zabawne
 - kiedy nie zawiera konkretnych cen produktów lub usług
 - kiedy jest takie samo, jak wezwanie do działania widniejące w witrynie
 - kiedy jest inne niż wezwanie do działania widniejące w witrynie
10. Przed zmianą kosztu kliknięcia (CPC) słowa kluczowego należy wziąć pod uwagę wpływ tej zmiany na:
- status grupy reklam
 - średnią pozycję grupy reklam
 - koszt kliknięcia (CPC) na poziomie grupy reklam
 - opcje dopasowania słów kluczowych
11. W miejscach docelowych w sieci Google będą wyświetlane:
- wszystkie słowa kluczowe w grupie reklam
 - wszystkie kampanie na koncie
 - wszystkie grupy reklam w kampanii
 - wszystkie teksty reklam w grupie reklam
12. Jak można poznać stawki kosztu kliknięcia (CPC) innych reklamodawców AdWords?
- za pomocą Narzędzia propozycji słów kluczowych
 - za pomocą Narzędzia prognozy odwiedzin
 - nie można poznać stawek innych reklamodawców
 - należy skontaktować się ze specjalistą AdWords i poprosić o takie informacje
13. Sieć partnerska Google zapewni reklamodawcom:
- większy zasięg i łatwość dystrybucji
 - alternatywę wobec wyświetlania reklam w Google
 - statystyki w czasie rzeczywistym dotyczące czasu i miejsca wyświetlania reklam AdWords w Internecie
 - możliwość śledzenia kliknięć aż do konwersji dla różnych formatów reklamy online
14. Na stronie Szczegóły grupy reklam można _____:
- edytować słowa kluczowe
 - edytować dzienny budżet
 - utworzyć nową kampanię
 - edytować maksymalne dzienne budżety słów kluczowych

15. Jeżeli słowa kluczowe są dobrze kierowane, ale współczynnik konwersji jest mimo tego niski, co mogłoby zwiększyć liczbę konwersji?
- dodanie ogólniejszych słów kluczowych do listy
 - kierowanie użytkowników do najbardziej dopasowanej strony docelowej w witrynie
 - zmiana opcji dopasowania wszystkich słów kluczowych na dopasowaniu w przybliżeniu
 - jeżeli słowa kluczowe są dobrze kierowane, nie można zwiększyć współczynnika konwersji
16. Jakie skutki będzie prawdopodobnie miało zwiększenie maksymalnego kosztu kliknięcia(CPC)?
- zmniejszenie średniego CPC
 - zwiększenie współczynnika konwersji
 - wyższa pozycja lub ranking reklamy na stronie
 - rzadsze wyświetlanie w witrynach sieci Google
17. Które produkty są monitorowane przez Google w tekście reklam i listach słów kluczowych? (wybierz dwie opcje)
- alkohol
 - akty artystyczne
 - oprogramowanie do masowego rozsyłania poczty e-mail
 - kursy przygotowujące do egzaminów na uczelniach wyższych
18. W jakim przypadku wykluczające słowa kluczowe najbardziej zwiększają skuteczność kampanii?
- kiedy trafnie opisują sprzedawane produkty, bądź usługi
 - kiedy są to bardzo precyzyjne, kilkuwyrazowe wyrażenia np. „czerwony klasyczny samochód sportowy rocznik 1960”
 - kiedy są to słowa, które mogą powodować wyświetlanie reklam, ale prawdopodobnie nie dadzą wielu kliknięć
 - kiedy są to dokładnie te same hasła, które ustawia się jako dopasowanie przybliżone, do wyrażania lub ściśle
19. Jakiego typu witryny NIE będą zmniejszać reklam AdWords?
- blogi
 - witryny z wiadomościami
 - witryny z treścią erotyczną dla dorosłych
 - strony wyników wyszukiwania inne niż Google
20. Co to jest AdWords w wersji dla początkujących?
- możliwość rozpoczynania i kończenia kampanii w dowolnej chwili
 - prosty interfejs zawierający wszystkie funkcje AdWords
 - prostsza wersja programu AdWords zawierająca podstawowe funkcje
 - wersja programu AdWords, której muszą używać wszyscy nowi reklamodawcy
21. Która metoda najszybciej poprawi pozycję reklamy?
- zwiększenie dziennego budżetu
 - zmiana opcji dopasowania słów kluczowych
 - zwiększenie maksymalnych stawek kosztu kliknięcia (CPC)
 - optymalizacja kampanii AdWords, w celu zwiększenia współczynnika klikalności(CTR)

22. Jeżeli kampania jest _____, jej reklamy nie będą wyświetlane w Google
- wstrzymana
 - zmieniona
 - aktywna
 - zduplikowana
23. Na której stronie można zobaczyć dzienny budżet dla wszystkich kampanii?
- podsumowanie płatności
 - szczegóły kampanii
 - preferencje płatności
 - podsumowanie kampanii
24. Jeżeli chcesz, aby reklama wyświetlała się podczas wyszukiwania słowa kluczowego „batoniki czekoladowe”, ale bez żadnych innych słów podanych w wyszukiwanym zapytaniu, jakie słowo kluczowe należy dodać?
- batoniki czekoladowe
 - (batoniki czekoladowe)
 - „batoniki czekoladowe”
 - [batoniki czekoladowe]
25. Która z poniższych metod jest najskuteczniejsza w przypadku kampanii kierowanej kontekstowo?
- korzystanie z wykluczających słów kluczowych
 - określanie stawek na poziomie grupy reklam
 - wybieranie ogólnych stron docelowych dla każdej grupy reklam
 - testowanie różnych formatów reklam
26. Jaki poziom wydatków musi spełnić reklamodawca rozliczający się w dolarach USA, aby mieć możliwość korzystania z opcji płatności na podstawie faktury?
- 500 USD tygodniowo
 - 500 USD miesięcznie
 - 1500 USD miesięcznie
 - 4000 USD miesięcznie
27. Jeżeli połączone budżetyienne wszystkich kampanii reklamowych będą przekraczać dzienny limit wydatków. Google _____ wyświetlanie reklam, aby nie przekraczać tego limitu.
- wstrzyma
 - spowolni
 - wyłączy
 - przyspieszy
28. Co trzeba zrobić, aby przestać otrzymywać raporty wysyłane regularnie pocztą elektroniczną?
- zakończyć działanie wszystkich reklam związanych z raportem lub je usunąć
 - kliknąć kartę Raporty, aby przejść do Centrum raportów, a następnie wybrać opcję Edytuj szablon
 - wysłać e-mail do działu pomocy technicznej AdWords i poprosić specjalistę AdWords o usunięcie raportu
 - odpowiedzieć na e-mail z raportem i dodać do wiadomości wyraz „wyrejestruj”

29. Co to jest współczynnik klikalności (CTR)?
- łączna liczba kliknięć reklamy
 - kwota, jaką reklamodawca płaci za każde kliknięcie reklamy przez użytkownika
 - łączna wartość wszystkich konwersji podzielona przez łączną liczbę konwersji
 - liczba kliknięć reklamy podzielona przez liczbę jej wyświetleń
30. Które z poniższych stwierdzeń trafnie opisuje jak maksymalna stawka kosztu kliknięcia (CPC) wpływa na wyświetlane reklamy?
- reklama nie będzie w ogóle wyświetlana, jeżeli reklamy konkurencji będą miały wyższą stawkę
 - reklama nie będzie wyświetlana, jeżeli dzienny budżet kampanii będzie większy niż maksymalny CPC
 - wybrany CPC musi zapewnić utrzymanie odpowiedniego zysku z uzyskanych kliknięć
 - zwiększenie maksymalnego CPC może spowodować szybkie wykorzystanie dziennego budżetu, przez co reklamy nie będą wyświetlane przez resztę dnia
31. Dopasowanie przybliżone słowa kluczowego generuje dużo wyświetleń, ale bardzo mało kliknięć. Które działanie z największym prawdopodobieństwem zwiększy współczynnik klikalności (CTR)?
- Kierowanie kampanii na większy obszar geograficzny
 - Zmiana dopasowania słów kluczowych z przybliżonych na wykluczające
 - Zmiana słów kluczowych w dopasowaniu przybliżonym na słowa kluczowe w dopasowaniu wbudowanym.
 - Kierowanie kampanii na użytkowników szukających wyników w regionie lub miejscowości reklamodawcy.
32. Jeśli wyświetlisz reklamę lokalnej firmy na globalnych stronach wyszukiwania, zapewne spowoduje to:
- Wyższy współczynnik klikalności (CTR), ponieważ reklamy wyświetlane są większej grupie użytkowników
 - Wyższy CTR, ponieważ konkurencja międzynarodowa o dane słowa kluczowe będzie mniejsza
 - Niższy współczynnik konwersji, ponieważ użytkownicy będą dowiadywać się, że sklep nie obsługuje ich obszaru.
 - Niższą liczbę wyświetleń.
33. Aby konwersja była najskuteczniejsza, informacje z reklam powinny być wyświetlane _____ witryny.
- na stronie docelowej
 - 1-2 kliknięcia od strony docelowej
 - 3-4 kliknięcia od strony docelowej
 - 5-6 kliknięć od strony docelowej
34. Co można znaleźć na stronie Szczegóły kampanii?
- Teksty reklam
 - Nazwy grup reklam
 - Średnie pozycje poszczególnych słów kluczowych
 - Współczynniki klikalności (CTR) poszczególnych słów kluczowych

35. Które narzędzie można wykorzystać do prognozowania pozycji reklamy dla nowo utworzonego słowa kluczowego?
- Utwórz reklamę
 - Narzędzie propozycji słów kluczowych
 - Centrum raportów
 - Narzędzie prognozy odwiedzin.
36. Na którym etapie cyklu zakupów konwersje są najbardziej prawdopodobne?
- Zainteresowanie
 - Zachowanie
 - Zakup
 - Świadomość
37. Jeśli reklama ma być wyświetlana użytkownikom wyszukującym słowa kluczowe w określonej odległości od firmy, której opcji kierowania należy użyć?
- Kierowanie globalne
 - Kierowanie piramidowe
 - Kierowanie na obszar niestandardowy
 - Kierowanie na regiony i miejscowości
38. Co warto zmienić, jeżeli słowo kluczowe ma wysoki współczynnik klikalności (CTR), ale kliknięcia nie prowadzą do konwersji?
- Wyświetlany adres URL reklamy.
 - Stronę docelową witryny.
 - Budżet dzienny kampanii.
 - Ustawienia kierowania kampanii na język.
39. Co powoduje generowanie różnych prognoz przez Narzędzie prognozy odwiedzin? (Wybierz trzy opcje).
- Zmiana tekstu reklamy
 - Dodanie lub usunięcie słów kluczowych
 - Zmiana kosztu kliknięcia (CPC)
 - Zmiana kierowania na języki i kraje.
40. Podczas tworzenia tekstu reklamy najlepsze wyniki daje umieszczenie w tytule reklamy _____.
- słów kluczowych
 - nazwy firmy
 - numeru telefonu
 - adresu URL strony docelowej
41. Jesteś reklamodawcą, który płaci kartą kredytową po wykonaniu usługi. W dniu 4 września aktywujesz konto AdWords i w Podsumowaniu płatności pojawia się kwota opłaty aktywacyjnej w wysokości 5,00 USD (lub równowartość w walucie miejscowej). Do 25 września na koncie zostają odnotowane kliknięcia warte 50,75 USD. Kiedy po raz pierwszy zostanie obciążona karta kredytowa?
- 4 września
 - 25 września
 - Pod koniec miesiąca – 30 września.
 - 30 dni po aktywacji konta dokonanej 4 września.

42. Która technika ułatwia tworzenie skutecznego i atrakcyjnego tekstu reklamy?
- Powtarzanie stwierdzeń
 - Używanie wielu wykrzykników
 - Używanie trafnych słów kluczowych w nagłówku reklamy
 - Używanie kontrowersyjnego języka w celu przyciągnięcia uwagi.
43. Które stwierdzenie o kodach promocyjnych wysyłanych przez Google jest prawdziwe?
- Na koncie przyznawany jest kredyt na określoną wartość kliknięć reklam AdWords.
 - Reklamodawcy uzyskują określoną liczbę dni bezpłatnego korzystania z programu AdWords.
 - Na konto karty kredytowej reklamodawcy jest przekazywana suma równa wartości kodu promocyjnego.
 - Reklamodawcy mogą wykorzystać wartość kredytów promocyjnych do zakupu usług i produktów Google, takich jak artykuły ze sklepu Google, lub uzyskać pomoc w prowadzeniu kampanii reklamowych.
44. Prawa do znaków towarowych są _____ i uzyskuje się je _____.
- ograniczone do poszczególnych branży / na poziomie światowym
 - nieograniczone do poszczególnych branży / na poziomie światowym
 - ograniczone do poszczególnych branży / w każdym kraju oddzielnie
 - nieograniczone do poszczególnych branży / w każdym kraju oddzielnie
45. Co może się stać, jeżeli dzienny budżet kampanii będzie niższy niż zalecana kwota?
- Reklamy w ogóle nie będą wyświetlane
 - Reklamy mogą być wyświetlane na niższej pozycji
 - Reklamy mogą nie być wyświetlane w partnerskich miejscach docelowych.
 - Reklamy mogą być nieregularnie wyświetlane w ciągu dnia.
46. Dzienny budżet można ustalić na poziomie _____.
- rozliczenia
 - słowa kluczowego
 - grupy reklam
 - kampanii
47. Co jest potrzebne do połączenia kont z kontem Menedżera klienta?
- Adres e-mail używany do logowania i hasło do konta, z którym chcesz się połączyć
 - Nazwa (nazwisko) klienta i adres e-mail używany do logowania na konto, z którym chcesz się połączyć.
 - Adres e-mail używany do logowania i informacje rozliczeniowe konta, z którym chcesz się połączyć
 - Identyfikator klienta do konta, z którym chcesz się połączyć
48. Jeżeli przy dokonywaniu opłaty w programie Google AdWords karta kredytowa zostanie odrzucona, co należy zrobić, aby ponownie uaktywnić reklamy?
- Podać dane innej ważnej karty kredytowej
 - Skontaktować się z bankiem i poprosić o ponowną realizację opłaty.
 - Wysłać czek z opłatą regulującą zaległe należności
 - Wnieść opłatę aktywacyjną i jeszcze raz przesłać informacje o karcie kredytowej.

49. Co to jest mnożnik stawki?

- a) Dzienny budżet pomnożony przez 30 dni
- b) Funkcja, która umożliwia wybieranie pozycji reklamy w Google
- c) Funkcja Harmonogramu reklam, która umożliwia zwiększanie lub zmniejszanie stawek w pewnych okresach
- d) Funkcja, która umożliwia określanie dni i godzin wyświetlania reklam AdWords.

50. Jaka jest typowa przyczyna zwiększonej liczby kliknięć?

- a) Niedawno dodano do kampanii wykluczające słowa kluczowe
- b) Reklama została niedawno zatwierdzona do wyświetlania w sieci Google
- c) Reklama została ostatnio odrzucona wskutek naruszenia Wskazówek redakcyjnych Google AdWords
- d) Kilku konkurentów również zaczęło wyświetlać reklamy AdWords w wynikach wyszukiwania tych słów kluczowych.

51. Aby utrzymać porządek na dużym koncie, warto utworzyć niepowtarzalne ____ i ____

- a) teksty reklam / słowa kluczowe
- b) nazwy kont / hasła
- c) nazwy kampanii / grupy reklam
- d) preferencje kierowania / dzienne budżety

52. Aby mieć możliwość tworzenia reklam lokalnych, należy najpierw:

- a) Uaktywnić opcję sieci partnerskiej
- b) Dodać informacje do wykazu firm, korzystając z naszego Centrum firm lokalnych
- c) Zweryfikować podane informacje o firmie
- d) Odpowiedzi b i c

53. W jakich miejscach mogą być wyświetlane reklamy AdWords na stronie wyszukiwania Google.com lub na innej stronie wyszukiwania w domenie Google (np. Google.pl)?

- a) Nad bezpłatnymi wynikami wyszukiwania lub po ich lewej stronie
- b) Nad bezpłatnymi wynikami wyszukiwania lub po ich prawej stronie
- c) Wśród bezpłatnych wyników wyszukiwania, nad nimi lub po ich prawej stronie
- d) Wśród bezpłatnych wyników wyszukiwania, nad nimi, po ich prawej stronie oraz pod nimi.

54. Co to są wyświetlenia?

- a) Reklamy kierowane na jeden zestaw słów kluczowych
- b) Liczba kliknięć reklamy
- c) Liczba wskazująca, ile razy reklama pojawiła się w Google lub w sieci Partnerów Google
- d) Liczba kliknięć reklamy podzielona przez liczbę jej wyświetleń.

55. Koszt działań w interfejsie API jest oparty na następującej strukturze opłat: _____.

- a) 0,25 USD (lub równowartość w walucie miejscowej) za każde 1000 wykorzystanych jednostek przydziału.
- b) Bezpłatnie dla wszystkich użytkowników.
- c) 1,00 USD (lub równowartość w walucie miejscowej) za każde 100 wykorzystanych jednostek przydziału.

56. Za pomocą narzędzia Zmień opcje dopasowania słów kluczowych można zastosować zmiany dopasowywania słów kluczowych do wielu ____.

- a) kont
- b) domen
- c) kampanii
- d) połączonych kont

57. Który reklamodawca skorzystałby najbardziej na kierowaniu na regiony i miejscowości?

- a) Sprzedawca muzyki na CD
- b) Ogólnokrajowa organizacja charytatywna
- c) Pizzeria dostarczająca jedzenie do domu
- d) Internetowe biuro podróży specjalizujące się w wycieczkach do Paryża

58. Którego narzędzia należy użyć, aby rozszerzyć listę słów kluczowych o dodatkowe ich odmiany?

- a) Narzędzia propozycji słów kluczowych
- b) Narzędzia Znajdź i zmień słowa kluczowe
- c) Narzędzia prognozy odwiedzin
- d) Narzędzia rozszerzania słów kluczowych

59. Które stwierdzenie dotyczące zasad AdWords związanych ze znakami towarowymi/prawami autorskimi jest prawdziwe?

- a) Zasady Google związane ze znakami towarowymi odnoszą się do wyników wyszukiwania oraz linków sponsorowanych.
- b) Google zabrania używania jakichkolwiek znaków towarowych w słowach kluczowych i tekstach reklam.
- c) W reklamach AdWords dopuszczalne jest używanie znaków towarowych lub materiałów chronionych prawem autorskim, nawet jeżeli właściciel znaku towarowego lub praw autorskich zgłosi zażalenie do Google.
- d) Google ma dwie różne procedury dotyczące wniosków związanych ze znakami towarowymi: jedną dotyczącą USA, Kanady, Wielkiej Brytanii i Irlandii, a drugą – pozostałych krajów.

60. Why would the following ad be disapproved based on the Google AdWords Editorial Guidelines? (Choose two.)

AffordableFlorist
Flowers,Flowers and More Flowers!!
Same day delivery. Great Selections
www.affordableflorist.com

- a) Pisownia
- b) odstęp
- c) Gramatyka
- d) Interpunkcja
- e) Użycie wielkich liter

61. Które z poniższych zestawów słów kluczowych są odpowiednie dla grup reklam w kampaniach kierowanych kontekstowo? Prosimy zaznaczyć wszystkie prawidłowe odpowiedzi.

- a) Zestaw bezpośrednio związany z produktem (poszukiwany produkt lub usługa)
- b) Zestaw pośrednio związany z produktem (podobne produkty lub usługi).
- c) Zestaw dopasowany do zainteresowań grupy docelowej.
- d) Zestaw związany z dopasowaniem słów kluczowych (w tym słów kluczowych w liczbie pojedynczej i mnogiej).

62. Wykluczające słowa kluczowe generują ____ wyświetleń i/lub kliknięć.

- a) zero
- b) mało
- c) wiele
- d) Informacje są niewystarczające, by wskazać prawidłową odpowiedź.

63. Na jakiej stronie można ponownie uaktywnić zakończoną kampanię?

- a) Narzędzia
- b) Szczegóły grupy reklam
- c) Preferencje płatności
- d) Edytuj ustawienia kampanii

64. Która z poniższych opcji zapewnia reklamodawcom uzyskanie największej korzyści z kliknięć uzyskanych w sieci partnerskiej Google? (Wybierz jedną opcję).

- a) Google PageRank
- b) Inteligentna wycena w Google
- c) Stawki słów kluczowych
- d) Algorytm wyszukiwania Google

65. Jakie czynności można wykonać na karcie Moje konto?

- a) Dodać nowe słowa kluczowe
- b) Zmienić dzienny budżet.
- c) Edytować preferencje płatności
- d) Śledzić koszt określonej grupy reklam w ciągu ostatniego miesiąca.

66. Jeżeli słowo kluczowe jest ____, maksymalny koszt kliknięcia (CPC) powinien zostać ____.
(Wybierz dwie opcje).

- a) dochodowe / zwiększony
- b) dochodowe / taki sam
- c) niedochodowe / zwiększony
- d) niedochodowe / taki sam

67. Aby utworzyć reklamy i słowa kluczowe w języku japońskim, francuskim, niemieckim, angielskim i włoskim, a także skierować te reklamy na poszczególne kraje, należy utworzyć ____.

- a) wiele grup reklam w jednej kampanii kierowanych osobno na każdy kraj i język.
- b) jedną grupę reklam ze słowami kluczowymi i tekstami reklam kierowanymi na każdy kraj i język osobno.
- c) kampanię dla każdego języka, a następnie kierować reklamy na każdy kraj i język osobno w obrębie każdej kampanii.
- d) po jednym koncie dla każdego języka, a następnie kierować reklamy na każdy kraj i język osobno na każdym koncie.

68. Jeżeli masz słowo kluczowe „tort czekoladowy” dopasowane do wyrażenia, Twoja reklama może zostać wyświetlona w Google, kiedy ktoś będzie wyszukiwał słowo kluczowe _____.

- a) pyszne torty
- b) tort czekoladowy z wiśniami
- c) tort kremowo-czekoladowy
- d) tort w polewie czekoladowej

69. Z jakich powodów reklama po wpisaniu w Google słowa kluczowego „Kwiaty Wrocław” może się nie wyświetlić? (Wybierz trzy opcje).

- a) Karta kredytowa została odrzucona
- b) Reklama została odrzucona wskutek niezgodności ze Wskazówkami redakcyjnymi Google AdWords.
- c) Budżet dzienny kampanii jest niższy niż zalecany, dlatego Google rozkłada wyświetlenie reklam równomiernie w ciągu dnia.
- d) W wyszukiwaniu słowo kluczowe zostało napisane wielką literą („Kwiaty Wrocław”), natomiast na koncie to słowo kluczowe zostało wprowadzone małą literą („kwiaty wrocław”).

70. Który stan słowa kluczowego może sprawić, że reklamy nie będą wyświetlane?

- a) Aktywne
- b) wyrażenie
- c) Normalne
- d) Odrzucone

71. Jaka jest definicja praw autorskich?

- a) Jest to licencja uprawniająca do pisania tekstów publikowanych
- b) Jest to nazwa, symbol lub inny element identyfikujący produkt, zarejestrowany oficjalnie, z którego na mocy prawa może korzystać tylko właściciel lub producent.
- c) Jest to roszczenie zgłoszone przez autora, kompozytora, dramaturga, wydawcę lub dystrybutora w odniesieniu do witryny internetowej, produktu lub dzieła sztuki.
- d) Prawo autorskie to prawo przysługujące autorowi, kompozytorowi, dramaturgowi, wydawcy lub dystrybutorowi do wyłącznej publikacji, produkcji, sprzedaży lub dystrybucji dzieła literackiego, muzycznego, teatralnego lub dzieła sztuki.

72. W przypadku reklam _____ często występują znaczne wzrosty liczny kliknięć i wyświetleń w pewnych porach roku.

- a) rzadkich artykułów
- b) produktów świątecznych
- c) alkoholu i innych używek
- d) produktów dla wąskiej grupy klientów

73. Jak można sprawdzić, jakie inne firmy korzystają z danego słowa kluczowego w swoich reklamach?

- a) Należy skontaktować się ze specjalistą AdWords i poprosić o listę klientów używających danego słowa kluczowego
- b) Należy przeprowadzić wyszukiwanie danego słowa kluczowego w Google i przejrzeć wyświetlane reklamy.
- c) Identyfikacja pozostałych firm używających określonego słowa kluczowego jest niemożliwa.
- d) Należy przejść do Narzędzia propozycji słów kluczowych na karcie Zarządzanie kampanią, wprowadzić słowo kluczowe i zobaczyć, jakie firmy zostaną wyświetlone.

74. Reklamy wideo to reklamy typu „kliknij, aby odtworzyć”. W związku z tym użytkownikom wyświetlamy najpierw:

- a) Powtarzający się klip wideo
- b) Okienko z dużym przyciskiem odtwarzania
- c) Reklamę tekstową
- d) Nieruchomy obraz

75. Jak można zobaczyć reklamy kierowane na kraj nie będący lokalizacją reklamodawcy?

- a) Wyszukując słowa kluczowe przy użyciu domyślnego interfejsu.
- b) Zmieniając ustawienia języka na koncie AdWords.
- c) Wyszukując słowa kluczowe w domenie Google kraju docelowego
- d) Nie można sprawdzić reklam kierowanych na kraj inny niż ten, w którym się przebywa

76. Liczbę odwiedzin można zwiększyć _____.

- a) usuwając nietrafne słowa kluczowe
- b) rozszerzając listę słów kluczowych
- c) zmieniając opcję dopasowania słów kluczowych z dopasowania do wyrażenia na dopasowanie ściśle
- d) stosując kierowanie na regiony i miejscowości zamiast kierowania na kraj

77. W większości przypadków hasła ____ będą działać lepiej jako ściśle dopasowane słowa kluczowe.

- a) bardziej ogólne
- b) wykluczające
- c) mniej trafne
- d) wielowyrazowe

78. Na niski zwrot z inwestycji w Google AdWords najczęściej wpływają _____.

- a) reklamy graficzne
- b) nieprawidłowe kliknięcia zwiększające koszty
- c) kliknięcia, które powodują odwiedzenie strony, ale nie sprzedaż
- d) ogólne słowa kluczowe, które nie kierują reklamy skutecznie

79. Sprawdzając nieprawidłowe kliknięcia reklam AdWords, Google korzysta z pomocy _____.

- a) miejscowych organów prawa
- b) prywatnych detektywów
- c) zespołu specjalistów
- d) tylko zautomatyzowanych systemów

80. Kiedy w reklamie online następuje konwersja?

- a) kiedy dzienny budżet kampanii zostaje wykorzystany
- b) kiedy reklama uzyska ponad 20% więcej kliknięć, niż przewiduje dzienny budżet reklamodawcy
- c) kiedy reklamodawca otrzyma powiadomienie, że reklama lub słowo kluczowe nie są zgodne z jedną z zasad Google
- d) kiedy kliknięcie reklamy powoduje bezpośrednio pożądane zachowanie użytkownika, takie jak zakup, rejestracja, wyświetlenia strony czy pozostawienie namiarów.

81. Które ustawienie na koncie umożliwia kontrolowanie kosztu reklam?

- a) Zwrot z wydatków na reklamę
- b) Koszt konwersji
- c) Zwrot z inwestycji
- d) Maksymalna stawka kosztu kliknięcia (CPC)

82. Reklamodawca sprzedaje w internecie bombonierki. Średni koszt kliknięcia (CPC) słowa kluczowe „bombonierki” w dopasowaniu przybliżonym jest wyższy niż średni przychód z konwersji tego słowa kluczowego. Którą z poniższych czynności należy wykonać w pierwszej kolejności?

- a) Zwiększyć CPC, aby przyciągnąć do witryny więcej użytkowników.
- b) Dodać nowe słowa kluczowe do grupy reklam, aby uzyskać więcej odwiedzin strony.
- c) Zmniejszyć maksymalny CPC słowa kluczowego, aby uzyskać akceptowalny średni przychód z konwersji.
- d) Zwiększyć wskaźnik przychodów z konwersji słowa kluczowego, aby uzyskać akceptowalny przedział maksymalnego CPC.

83. Jakie korzyści daje stosowanie słów kluczowych z dopasowaniem ścisłym?

- a) Wykluczające słowa kluczowe nie są potrzebne
- b) Ruch jest większy niż przy dopasowaniu przybliżonym
- c) Konieczne jest uwzględnienie każdej trafnej odmiany
- d) Koszt kliknięcia (CPC) w przypadku haseł w dopasowaniu ścisłym jest zawsze niższy.

84. Które stwierdzenie o reklamach graficznych jest prawdziwe?

- a) Mogą zawierać ceny
- b) Mogą być odwrócone o 180 stopni
- c) Mogą zawierać rozwijane menu
- d) Są wyświetlane w witrynie Google.

85. Które stwierdzenie dotyczące budżetu dziennego jest prawdziwe?

- a) Istnieje wymagany minimalny dzienny budżet
- b) Oprócz maksymalnego kosztu kliknięcia (CPC) jest to główny sposób kontrolowania łącznych wydatków w programie AdWords
- c) Po wyczerpaniu budżetu na dany dzień wyświetlanie reklam zostaje natychmiast zatrzymane
- d) Reklamodawca musi codziennie płacić Google równowartość dziennego budżetu, nawet jeżeli kliknięcia spowodują naliczenie niższej opłaty.

86. Jak można ponownie uaktywnić usuniętą grupę reklam?

- a) Skasować datę zakończenia grupy reklam
- b) Zaznaczyć usuniętą kampanię oraz kliknąć przycisk Wznów nad tabelą Szczegóły kampanii
- c) Kliknąć link Przywróć usuniętą grupę reklam na stronie Szczegóły grupy reklam
- d) Kliknąć przycisk Wznów na stronie Szczegóły kampanii

87. Narzędzie prognozy odwiedzin na słów kluczowych zaproponuje maksymalny koszt kliknięcia (CPC) dla słów kluczowych, dzięki któremu reklamy będą wyświetlane ____.

- a) na wielu pozycjach
- b) tylko na pierwszej pozycji
- c) tylko na pierwszej i ostatniej pozycji
- d) na najbardziej opłacalnej pozycji

88. An advertiser is optimizing the following ad group. It has a clickthrough rate (CTR) of 8.4 percent. Which keyword or group of keywords should be placed in their own ad group utilizing this ad text?

Ad Text:

Nike Running Shoes

Buy 2 pair of shoes & get 1 free

Satisfaction is guaranteed

www.buynike.com

Keywords:

nike, shoes, nike running shoes, basketball shoes, nike shoes, running shoes

- a) nike
- b) buty
- c) buty do biegania nike, buty nike
- d) buty do biegania, buty do koszykówki
- e) buty do koszykówki, buty do biegania nike

89. Zauważasz, że od trzech dni żadne ze słów kluczowych w Kampanii nr 2 nie generuje jakichkolwiek wyświetleń. Słowa kluczowe mają stan Aktywne. Z jakiego powodu reklama nie może uzyskiwać wyświetleń?

- a) słowa kluczowe są zbyt ogólne
- b) słowa kluczowe są dopasowane w przybliżeniu
- c) słowa kluczowe mają maksymalny CPC wyższy niż dzienny budżet kampanii
- d) słowa kluczowe mają maksymalny koszt kliknięcia (CPC) niższy niż dzienny budżet kampanii.

90. Reklamy na telefon komórkowy mają _____ wiersze tekstu reklamy zawierające maksimum _____ znaków w każdej linijce.

- a) 3 / 25 do 35
- b) 2 / 18 do 25
- c) 2 / 12 do 25
- d) 2 / 12 do 18

91. Po zastosowaniu śledzenia konwersji okazuje się, że liczba konwersji jest mniejsza od oczekiwanej. Jakie są możliwe przyczyny tej rozbieżności? (Wybierz trzy opcje).

- a) Kod nie został prawidłowo wstawiony
- b) W Google AdWords raporty dotyczące konwersji są sporządzane raz na miesiąc.
- c) Kliknięcia, których nie można śledzić, nie są uwzględniane w danych dotyczących konwersji.
- d) Funkcja śledzenia konwersji w programie Google AdWords raportuje tylko konwersje zachodzące w ciągu 30 dni od kliknięcia reklamy.

92. Zwykle im _____ jest słowo kluczowe, tym _____ jest jego współczynnik konwersji

- a) bardziej konkretne / niższy
- b) bardziej ogólne / wyższy
- c) bardziej konkretne / wyższy
- d) Informacje są niewystarczające, aby odpowiedzieć na to pytanie

93. Przed utworzeniem reklamy wideo należy sprawdzić, czy jest włączone kierowanie kontekstowe.

- a) PRAWDA
- b) FAŁSZ

94. Która z poniższej wymienionych cech NIE jest cechą skutecznej strony docelowej?

- a) Łatwa nawigacja
- b) Wyświetlanie określonych produktów opisywanych przez słowa kluczowe.
- c) Identyczny docelowy i wyświetlany adres URL.
- d) Umożliwienie użytkownikom wykonania czynności opisanej w tekście reklamy.

95. Google monitoruje ____ reklam AdWords.

- a) wszystkie kliknięcia
- b) wszelkie podejrzane kliknięcia
- c) około 75% kliknięć
- d) losową próbkę kliknięć

96. Które słowo kluczowe jest zbyt ogólne w przypadku grupy reklam dotyczących prezentów urodzinowych?

- a) urodziny
- b) prezenty urodzinowe
- c) podarunek urodzinowy
- d) propozycje prezentów urodzinowych

97. Do czego służy narzędzie Zmień opcje dopasowania słów kluczowych?

- a) Do zmiany CPC słów kluczowych
- b) Do podpowiadania typów dopasowania słów kluczowych
- c) Do zmiany wszystkich słów kluczowych z określonym typem na inny typ dopasowania
- d) Do szacowania liczby kliknięć po każdej zmianie opcji dopasowania słów kluczowych.

98. Jakie czynności można wykonać na karcie Edytuj ustawienia kampanii?

- a) Dodać nowe lokalizacje kierowania geograficznego
- b) Utworzyć dodatkowe teksty reklam
- c) Edytować ustawienia maksymalnego kosztu kliknięcia (CPC)
- d) Wyświetlać statystyki słów kluczowych z ostatnich trzech dni.

99. Do czego można używać raportów w Centrum raportów?

- a) Do regionalnego kierowania reklam
- b) Do tworzenia kampanii i grup reklam
- c) Do porównywania skuteczności reklam ze sprzedażą
- d) Do zmiany maksymalnego kosztu kliknięcia (CPC) i dziennego budżetu.

100. W której części tekstu reklamy należy umieścić słowa kluczowe, aby z największym prawdopodobieństwem zwiększyć współczynnik klikalności (CTR) reklamy?

- a) W tytule reklamy
- b) W wyświetlanym adresie URL
- c) W drugim wierszu tekstu reklamy
- d) W trzecim wierszu tekstu reklamy

101. Specjaliści w dziedzinie marketingu online, którzy chcą zautomatyzować zarządzanie kampaniami swoich klientów, mogą wykorzystać _____.

- a) śledzenie konwersji na wielu kanałach
- b) kierowanie na miejsca docelowe
- c) konto Moje Centrum Klienta
- d) interfejs API programu AdWords

102. Wynik Jakości znaczy to samo co współczynnik klikalności (CTR).

- a) Prawda
- b) Fałsz

103. Której opcji dopasowania słowa kluczowego należy użyć, aby odfiltrować zapytania, w przypadku których reklamy nie powinny się wyświetlać?

- a) dopasowanie ścisłe
- b) dopasowanie przybliżone
- c) dopasowanie do wyrażenia
- d) wykluczające słowa kluczowe

104. Dla których z następujących typów firm Moje Centrum Klienta (MCK) NIE będzie przydatne?

- a) Agencji reklamowych.
- b) Specjalistów ds. marketingu w wyszukiwarkach.
- c) Małych firm, które nie zarządzają wieloma kontami.
- d) Osób zarządzających dużymi kampaniami AdWords, którymi nie można łatwo zarządzać z jednego konta.

105. Ustawiane w kampanii kierowanie na określone kraje i języki ma zastosowanie do _____.

- a) wszystkich kampanii na koncie
- b) wszystkich grup reklam w kampanii
- c) określonych tekstów reklam w grupie reklam
- d) wybranych grup reklam w danej kampanii

106. Gdzie program AdWords umożliwia używanie opcji kierowania na regiony i miasta?

- a) Tylko w USA
- b) W wielu krajach na całym świecie
- c) Tylko w USA i wybranych krajach europejskich
- d) We wszystkich krajach, których języki obsługuje interfejs AdWords.

107. Gdzie można ustawić preferencje dotyczące języka interfejsu konta AdWords, aby korzystać z konta w innym języku?

- a) Klikając link Preferencje na stronie głównej Google
- b) Klikając pozycję Ustawienia konta na karcie Moje konto
- c) Wybierając kierowanie na język i lokalizację w procesie rejestracji w programie AdWords.
- d) Preferencje są wykrywane automatycznie na podstawie adresu IP i ustawień przeglądarki

108. Reklamodawca sprzedaje rezerwacje hotelowe tylko w Augustowie. Których słów kluczowych w dopasowaniu przybliżonym powinien użyć w kampanii kierowanej na cały kraj?

- a) hotel
- b) hotel Mazury
- c) hotel Gdańsk
- d) pokój hotelowy w Augustowie

109. Płacisz za konto kartą kredytową, którą została odrzucona. Jak można rozwiązać ten problem i ponownie uaktywnić reklamy? (Wybierz trzy opcje).

- a) Wprowadzić ponownie informacje o karcie kredytowej lub kliknąć opcję Ponów próbę użycia karty w sekcji Preferencje płatności.
- b) Sprawdzić w banku, czy nie został przekroczony limit kredytu albo nie zostało cofnięte upoważnienie do obciążania konta.
- c) Powiadomić specjalistę AdWords telefonicznie lub e-mailem, że karta kredytowa działa i można ją obciążać opłatami.
- d) Sprawdzić, czy zostały wprowadzone prawidłowe informacje o karcie kredytowej w sekcji Preferencje płatności na koncie.

110. Grupowanie w jednej grupie reklam słów kluczowych mających wspólny temat najbardziej pomaga zwiększyć skuteczność, gdy reklamy są wyświetlane _____.

- a) na stronach w domenie
- b) w Google
- c) na stronach wyników wyszukiwania
- d) na stronach w sieci partnerskiej