

ВАЗОРАТИ МАОРИФ ВА ИЛМИ ҶУМҲУРИИ ТОҶИКИСТОН
ДОНИШГОҲИ ДАВЛАТИИ МОЛИЯ ВА ИҚТИСОДИ ТОҶИКИСТОН
ФАКУЛТЕТИ ТЕХНОЛОГИЯҲОИ ИТТИЛООТӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТ
КАФЕДРАИ ИНФОРМАТИКАИ АМАЛӢ ДАР ИҚТИСОДИЁТ



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

МАҶМУӢИ ТЕСТ

АЗ ФАНИИ МАРКЕТИГИ РАҚАМӢ

барои донишҷӯёни ихтисоси 1- 25011026 «Иқтисоди рақамӣ»

The Digital Literacy syllabus is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project
“Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine
and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

*This project has been funded with support from the European Commission. This document
reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use
which may be made of the information contained there in.*

*Лоиҳаи мазкур бо дастгирии Комиссияи Аврупо маблағгузорӣ карда мешавад. Ин ҳуҷҷат
танҳо назари муаллифро инъикос мекунад ва Комиссия наметавонад барои ҳар гуна
маълумоте, ки дар он мавҷуд аст, ҷавобгар бошад.*

Душанбе – 2021

Тартибдиханда: н.и.и., муаллими калон Аламшоева М.М.

1. Маркетинги рақамӣ чист?

А) Маркетинги рақамӣ (digital marketing) як истилоҳи умумиест, ки барои ишора ба маркетинги мақсаднок ва интерактивии молу хизматрасониё истифода мешавад, ки технологияҳои рақамиро барои ҷалби муштариёни эҳтимоли ва нигоҳ доштани онҳо ҳамчун истеъмолкунанда истифода мебаранд.

В) Маркетинги рақамӣ (digital marketing) истилоҳи умумист, ки барои додугирифти информатсия истифода бурда мешавад.

С) Маркетинги рақамӣ (digital marketing) як истилоҳи умумист, ки барои ҷалби технологияҳои рақамиро дар иқтисодиёт истифода бурда мешавад.

Д) Маркетинги рақамӣ (digital marketing) як истилоҳи умумист, ки барои ишора ба маркетинги мақсаднок истифода мебаранд.

2. "Digital-marketing" чӣ маъно дорад?

А) "Digital-marketing" калимаи англисӣ буда, маънояш маркетинги рақамӣ мебошад.

В) "Digital-marketing" калимаи лотинӣ буда, маънояш маркетинги рақамӣ мебошад.

С) "Digital-marketing" калимаи англисӣ буда, маънояш интернет-маркетинг мебошад.

Д) "Digital-marketing" калимаи англисӣ буда, маънояш маркетинги дуй мебошад.

3. Фаъолиятҳои асосии маркетинги рақамиро чӣ ташкил медиҳад?

А) SEO ва SEM.

В) SEM ва SAT.

С) SEM ва SEM.

Д) SEO ва SMM.

4. Истилоҳи маркетинги рақамӣ кадом солҳо истифода бурда мешуд?

А) солҳои 1990 - ум.

В) солҳои 1970- ум.

С) солҳои 1960 - ум.

Д) солҳои 2000 - ум.

5. Ремаркетинг (Remarketing) барои чӣ истифода бурда мешавад?

А) Ремаркетинг (Remarketing) дар маркетинги рақамӣ нақши муҳим мебозад. Ин тактика ба фурӯшандагон имкон медиҳад, ки таблиғоти мақсаднокро нашр кунанд, яъне ба аудиторияи мушаххас паёми таблиғотӣ нишон диҳанд, ки намояндагони онҳо пайваста дар бораи баъзе маълумот дар шабака, аз ҷумла маълумот дар бораи маҳсулот ва хидматҳо ё сайти дигар мақсадҳои мушаххас ҷустуҷӯ мекунанд.

В) Ремаркетинг тактикае мебошад, ки ба фурӯшандагон имкон медиҳад, ки таблиғоти мақсаднокро байни ширкатҳо муҳокима намояд.

С) Ремаркетинг ба харидорон имкон медиҳад, ки таблиғоти мақсаднокро нашр кунанд.

Д) Ремаркетинг ба фурӯшандагон ва харидорон имкон медиҳад, ки байни ҳамдигар муошират намоянд.

6. Воситаҳои маъмултарини маркетинги рақамӣ (digital-маркетинг) кадомҳоянд?

А) ВАО иҷтимоӣ (SMM) ва блогҳо, рекламаи баннерӣ, рекламаи видеоӣ, маркетинги почтаи электронӣ, оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ (SEO).

В) маркетинги ишора, рекламаи баннерӣ, рекламаи видеоӣ, Маркетинги почтаи электронӣ, оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ (SEO).

С) маркетинги анъанавӣ, рекламаи баннерӣ, рекламаи видеоӣ, Маркетинги почтаи электронӣ, оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ (SEO).

Д) ВАО иҷтимоӣ (SMM) ва блогҳо, рекламаи баннерӣ, рекламаи видеоӣ, маркетинги почтаи электронӣ, системаи идоракунии.

7. Каналҳои асосии маркетинги рақамӣ кадомҳоян?

А) Интернет, теливизони рақамӣ, шабакаҳои маҳалӣ, гаджетҳои мобилӣ, гаджетҳои "интеллектуалӣ", намоишҳои интерактивӣ, Digital-art.

В) бозорҳои шаҳр, телевизиони рақамӣ, шабакаҳои маҳалӣ, гаджетҳои мобилӣ, Гаджетҳои "интеллектуалӣ", намоишҳои интерактивӣ, Digital-art.

С) Интернет, телевизиони рақамӣ, шабакаҳои маҳалӣ, корхонаҳо, намоишҳои интерактивӣ, Digital-art.

Д) Интернет, телевизиони рақамӣ, шабакаҳои маҳалӣ, гаджетҳои мобилӣ, гаджетҳои "интеллектуалӣ", намоишҳои интерактивӣ, Digital-art, системаи идоракунии.

8. Бренди асарҳоро асосан тавассути кадом роҳ ё каналҳо таълиф менамоянд?

А) Digital-art.

В) телевизиони рақамӣ.

С) шабакаҳои маҳалӣ.

Д) гаджетҳои мобилӣ.

9. Гаджетҳои мобилиро барои чӣ истифода мебаранд?

А) Усули маъмултарини таълиф тавассути дастгоҳҳои мобилӣ фириодани паёмҳои SMS бо пешниҳоди таълифотӣ мебошад.

В) Усули маъмултарини таълиф тавассути телевизиони рақамӣ фириодани маълумот бо пешниҳоди таълифотӣ мебошад.

С) Усули маъмултарини таълиф тавассути шабакаҳои маҳалӣ фириодани паёмҳои SMS бо пешниҳоди таълифотӣ мебошад.

Д) Усули маъмултарини таълиф тавассути шабакаҳои интернетии маҳалӣ фириодани паёмҳои SMS бо пешниҳоди таълифотӣ мебошад.

10. Ба гаджетҳои мобилӣ чӣ дохил мешавад?

А) телефонҳои мобилӣ ва смартфонҳо.

В) телевизор ва радио.

С) газета ва журналҳо.

Д) видеороликҳо ва воситаҳои мултимедӣ.

11. Ба гаджетҳои "интеллектуалӣ" чӣ дохил мешавад?

А) соатҳо, тарозуҳо, дастбандҳои фитнес ва ғайра бо пайвасти WI-FI ба интернет.

В) теливизон ва радио.

С) газета ва журналҳо.

Д) телефонҳои мобилӣ ва смартфонҳо.

12. Аудити маркетинги рақамӣ чист?

А) Аудити маркетинги рақамӣ ин арзёбии систематикӣ ва амиқи стратегияҳо, системаҳо, ҳадафҳо ва фаъолияти ширкатҳо мебошад, ки омилҳои дохилӣ ва беруниро ба назар мегирад.

В) Аудити маркетинги рақамӣ ин арзёбии махсуси системаҳо, ҳадафҳо ва фаъолияти ширкатҳо мебошад.

С) Аудити маркетинги рақамӣ ин арзёбии бозорҳои маҳалиро дар назар дорад.

Д) Аудити маркетинги рақамӣ ин арзёбии систематикӣ тамоми муассисаҳои таълимиро дар назар дорад.

13. Аудити маркетинги рақамӣ кадом чизҳоро дар бар мегирад?

А) Аудити сомона, аудити SEO, аудити ВАО иҷтимоӣ, пардохти аудит барои як клик (PPC), аудити таҷрибаи корбар (UX), тунели фурӯши рақамӣ.

В) Аудити корхона, аудити SEO, аудити ВАО иҷтимоӣ, пардохти аудит барои як клик (PPC), аудити таҷрибаи корбар (UX), тунели фурӯши рақамӣ.

С) Аудити сомона, аудити SEO, аудити ВАО иҷтимоӣ, пардохти аудит барои иштирок дар сайт, аудити таҷрибаи корбар (UX), тунели фурӯши рақамӣ.

Д) Аудити сомона, аудити SEO, аудити ВАО иҷтимоӣ, пардохти аудит барои як клик (PPC), аудити таҷрибаи корбар (UX), аудити компютерҳо.

14. Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ чист?

А) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи талошҳои маркетинги онлайн ба тавре афзоиш додани фурӯш мебошад.

В) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи кори корхонаҳо мебошад.

С) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ ин коркарди пурмасъули корхона мебошад.

Д) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ ин додугирифти информтсия рақамӣ мебошад.

15. Нишондиҳандаи муҳимтарини сифат, ки пешбурди тиҷорати онлайнро тавсиф мекунанд, нишон диҳед?

А) Таносуби шумораи харидҳо дар сайт, бо трафик.

В) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи кори корхонаҳо мебошад.

С) Боздидҳо дар сайт.

Д) Вақти миёнаи сарфкардаи корбарон дар сайт.

16. Амали истифодабарандаи мақсаднок дар сайт чист?

А) Амали мақсаднок - ин даъвати муштариин эҳтимолӣ ба офиши ширкат аст.

В) Амали мақсаднок - дар сайт амалест, ки таваҷҷӯҳи корбарро ба маҳсулот ё хизматрасонии ширкат нишон медиҳад: паҳш кардани тугмаи муайян, боздид аз саҳифаи муайян, пур кардани варақа

С) Амали мақсаднок - вақти сарф кардани корбар дар сайт.

Д) Тартиб додани шартнома барои кор, таҳияи тарҳ, тарҳ, барномасозӣ, пур кардани сайт бо маълумот, озмоиш.

17. Чанд гурӯҳ намуди веб -аналитика вучуд дорад?

А) Ду гурӯҳи калон намуди веб -аналитика вучуд доранд-стандартӣ ва комплексӣ.

В) Ду гурӯҳи калон намуди веб -аналитика вучуд доранд-стандартӣ ва асосӣ.

С) Се гурӯҳи калон намуди веб -аналитика вучуд доранд-стандартӣ, маълумотӣ ва комплексӣ.

Д) Як намуди веб -аналитика вучуд доранд-стандартӣ.

18. Асосгузори маркетинги рақамӣ кист?

А) Philip Kotler.

B) Bruce Clay India.

C) Justin Hall.

D) Kennet Toms.

19. Вариантеро нишон диҳед, ки пайдарпайии таҳияи вебсайт дуруст тавсиф карда шавад?

A) Тартиб додани вазифаи техникӣ, интихоби системаи идоракунӣ, тарҳ, барномасозӣ, пур кардани сайт бо маълумот, иҷрои кор оид ба оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯӣ.

B) Тартиб додани вазифаи техникӣ, таҳияи тарроҳӣ, насби системаи идоракунӣ, пур кардани сайт бо маълумот, таблиғ.

C) Тарҳрезии пеш аз лоиҳа, оморасозии мушаххасоти техникӣ, таҳияи тарҳ, тарҳ, насби системаи идоракунӣ, барномасозӣ, озмоиш, пур кардани сайт бо маълумот.

D) Тартиб додани шартнома барои кор, таҳияи тарҳ, тарҳ, барномасозӣ, пур кардани сайт бо иттилоот, озмоиш.

20. Истифодаи тарҳбандии ҷавобгӯ дар сайт ба чӣ оварда мерасонад? Ҳама оқибатҳои эҳтимолии истифодаи ин намуди тарҳро нишон диҳед.

A) Ёмаи ҷавобҳо дурустанд.

B) Сомона махсусан ҷолиб мегардад.

B) Саҳифаҳои сайт барои дархостҳои ҷустуҷӯ аз ҳама мувофиқтар мешаванд.

C) Сайтро дар экрани телевизион дидан мумкин аст.

D) Дар экрани телефони мобилӣ сайт дуруст нишон дода шудааст.

21. Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯии вебсайт чист? Таърифи дурустро пешниҳод кунед.

A) Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ ин чунин кор бо сайт ва омилҳои берунае мебошад, ки ба сайт таъсир мерасонанд, ки бо як дараҷаи эҳтимолият боиси он мегардад, ки сайт дар натиҷаҳои системаи ҷустуҷӯ барои баъзе корбарон бо истифода аз ин системаи ҷустуҷӯ намоён аст

В) Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ амалҳое мебошад, ки оптимизатори системаи ҷустуҷӯ бо мақсади кафолати баромади сайти таблиғшуда дар ТОП-10-и Yandex ва Google иҷро намекунад.

С) Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ як воситаи маркетинги интернетист, ки барои кафолати афзоиши трафик аз системаҳои ҷустуҷӯ ба сайти таблиғшаванда истифода мешавад.

Д) Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ як амали қаллобонаи оптимизаторҳои ҷустуҷӯ бо мақсади ғайриқонунӣ ситонидани пул аз соҳибони сайтҳо мебошад.

22. Оё кафолат додан мумкин аст, ки ин сайт бо шартҳои қоидаҳои муайяни кор бо сайт ба ТОП-10 (20) -и натиҷаҳои системаи ҷустуҷӯ дохил мешавад?

А) Не, чунин кафолатҳоро додан мумкин нест, зеро ворид шудан ба ТОП як ҳодисаи эҳтимоли аст, ки аз бисёр омилҳо вобаста аст.

В) Бале, албатта, вагарна, агар кафолат набошад, чаро оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯро анҷом диҳед.

С) Барои баъзе дархостҳои ҷустуҷӯ ин кафолатро додан мумкин аст, барои баъзеи дигар не.

Д) Дар базеъ ҳолатҳо метавонад.

23. Дар сатри ҷустуҷӯии системаи ҷустуҷӯ кадом намудҳои дархостҳои муштариён мавҷуданд?

А) Њамаи ҷавобҳо дурустанд.

В) Маълумот.

С) Амалиёт.

Д) Тиҷоратӣ / ғайритиҷоратӣ.

24. Кадом воситаи маркетинги интернетӣ эҳтимол дорад, ки муштариёро ба ин сайт бо арзиши камтарини дарозмуддат ҷалб кунад?

А) Кор бо шабакаҳои иҷтимоӣ.

В) Рекламаи контекстӣ.

С) Оптимизатсияи системаи ҷустуҷӯ.

Д) Рекламаи баннерӣ.

25. Агар шумо тичорати худро дар интернет дар Тоҷикистон пешбарӣ карданӣ бошед, дар кадом минтақа сабти ном кардани домен афзалтар аст, то он беҳтар тарғиб карда шавад, ба шарте ки ҳама воситаҳои маркетинги интернетӣ истифода шаванд?

- A) .tj
- B) .edu
- C) .com
- D) .ord

26. Рекламаи контекстӣ чист?

- A) Рекламаи контекстӣ як воситаи маркетинги интернетист, ки намоиши баннерхоро, ки ба сайти таблиғшаванда мебарад, дар бар мегирад.
- B) Рекламаи контекстуалӣ як воситаи маркетинги интернетист, ки ба шумо имкон медиҳад танҳо муштариён ҳавасмандро ба ин сайт ҷалб кунед.
- C) Рекламаи контекстӣ як намуди таблиғи онлайн аст, ки дар он таблиғ вобаста ба дархости ҷустуҷӯи корбар ба системаи ҷустуҷӯ намоиш дода мешавад.
- D) Рекламаи контекстӣ як намуди таблиғи онлайн аст, ки дар он таблиғ вобаста ба нархи моли муштариён ба системаи ҷустуҷӯ намоиш дода мешавад.

26. Кадом нишондиҳандаи таблиғи контекстӣ кори агентии таблиғотиро тавсиф мекунад, агар ӯ вазифадор аст, ки маъракаро дар канори системаи таблиғоти контекстӣ дуруст ба роҳ монад?

- A) CTR.
- B) CPA.
- C) KPI.
- D) DBD.

27. То чӣ қадар вақт бояд таблиғоти контекстии ширкат муаррифи карда шавад?

- A) Барои як моҳ.
- B) Барои як сол.

С) Дар давраи дархости ба таъхир гузошташуда.

Д) Ҳамааш аз буҷет вобаста аст.

27. Кадам аз ин намуди таблиғи муассиртар мебошад. Варианти дурустро нишон диҳед?

А) Самаранокии таблиғи контекстӣ, чун қоида, нисбат ба таблиғи баннерӣ баландтар аст.

В) Дар бештари ҳолатҳо таблиғи баннерӣ нисбат ба таблиғи контекстӣ муассиртар аст.

С) Агар мо маъракаи контекстии таблиғотӣ гузаронем, пас ба мо баннер лозим нест.

Д) Аз дархости муштариён вобаста мебошад.

28. Пешбурд дар шабакаҳои иҷтимоӣ ба таври возеҳ боиси:

А) Тағйир додани майдони иттилоотии ширкат (тамға).

В) Афзоиши фурӯш.

С) Афзоиши трафик ба сайт.

Д) Вафодории муштариён.

29. Аббревиатура PPC чӣ маъно дорад?

А) Pay Per Click.

В) Parish Pastoral Council.

С) Public Policy Center.

Д) Peer-to-Peer Computing.

30. Аббревиатура SEM чӣ маъно дорад?

А) Search –Engine Marketing.

В) Structural Equation Modeling.

С) Space Environment Monitor.

Д) Software Engineering and Middleware.

31. Системаи лустуљӯии Google кадом солҳо пайдо шудааст?

А) солҳои 1990-2000.

В) солҳои 1970-1980.

С) солҳои 1980-1990.

D) солъои 2000-2020.

32. Протокол http кадом солъо пайдо шудааст?

A) солъои 1980-1995.

B) солъои 1975-1980.

C) солъои 2000-2005.

D) солъои 2005-2020.

33. Таблиғи банерї чист?

A) Таблиғи банерї (Banner Ads)—ин маълумоти графикаест, ки маълумоти муштариёро муаррифи мекунад.

B) Таблиғи банерї ин маълумотест, ки ширкати таблиғотиро муаррифи мекунад.

C) таблиғи банерї маълумотест, ки имконият медиҳад шумораи муштариёни ба сайт воридшударо ба қайд гирад.

D) Таблиғи банерї маълумоти мултимедие мебошад, ки ҳосиятҳои асосии молу маълумотро танқид мекунад.

34. Оё видеореклама метавонад молу маълумотро муаррифи намояд?

A) Ёа.

B) Не.

C) Қисман метавонад.

D) Тамоман наметавонад.

35. Сервис таблиғи контекстии Google чӣ ном дорад?

A) Adwords.

B) iTunes.

C) Amazon.

D) Ozon.

36. Кадоме аз ин сервисҳо ба компанияи Google таалуқ дорад?

A) Ёамаи ҷавобҳо дурустанд.

B) YouTube.

C) AdWords.

D) AdSense.

37. Ба сервисҳои таблиғи контекстӣ кадомҳо дохил мешаванд?
- A) Њамаи ҷавобҳо дурустанд.
 - B) Google Adwords.
 - C) Yandex Direct.
 - D) Begun.
38. Арзиши ҳадди аксар (мусбат) -и нишондиҳандаи NPS (Net Promoter Score) чанд аст?
- A) 100 %.
 - B) 50 %.
 - C) 20 %.
 - D) 120 %.
39. Кадом арзишҳои NPS аз рӯи усули муаллиф ҳамчун "аъло" тасниф карда мешаванд?
- A) 68-100 %.
 - B) 10-20 %.
 - C) 100-120 %.
 - D) 50-60 %.
40. Кадом арзишҳои NPS аз рӯи усули муаллиф ҳамчун "ғайриқаноатбахш" тасниф карда мешаванд?
- A) 0 %.
 - B) 10 %.
 - C) 50 %.
 - D) 80 %.
41. Канали калонтарин барои ҷалби то 53% муштарӣ ба ин сайт кадом аст?
- A) SEO.
 - B) SDS.
 - C) SMM.
 - D) YouTube.
42. Кадом роҳи беҳтарини зиёд кардани ҷалб дар вебсайт мебошад?
- A) Унсурҳои интерактивӣ - видеоҳо, видеороликҳо, тестҳо, аудио.

В) Унсурҳои хаттӣ - видеоҳо, зеркашиҳо, тестҳо, аудио.

С) Унсурҳои мултимедӣ - видеоҳо, хатҳо.

Д) Унсурҳои анъанавӣ – матн, зеркашиҳо, тестҳо, рақамҳо.

43. Барои таблиғ дар Яндекс ба ҳисоби миёна кадом ҳаҷми мақолаҳои SEO беҳтар аст?

А) 6,000 - 20,000 символ.

В) 60 - 20 символ.

С) 10,000 - 80,000 символ.

Д) 60,000 - 100,000 символ.

44. Тартиби дурусти пайдарпаии фурӯшро интихоб кунед?

А) Дикқат, таваҷҷӯҳ, баррасӣ, арзёбӣ, харид.

В) Танкид, таваҷҷӯҳ, баррасӣ, арзёбӣ.

С) Дикқат, таваҷҷӯҳ, баррасӣ, арзёбӣ, харид ва баргардонидани мол.

Д) Баррасӣ, арзёбӣ, танкид, радкунӣ.

45. Фарқи муҳими байни фурӯш таввасути смартфонҳо ва компютерҳо дар чист?

А) Дар смартфон - таблиғи ширкатҳои маҳаллӣ самараноктар аст.

В) Дар смартфон - таблиғи ширкатҳои маҳаллӣ камхарљтар аст.

С) Дар компютерҳо - таблиғи ширкатҳои маҳаллӣ самараноктар аст

Д) Дар компютер- таблиғи ширкатҳои маҳаллӣ беҳатартар аст

46. Оё HTTP нисбат ба HTTPS беҳатартар аст?

А) Не.

В) Ёа.

С) Намедонам.

Д) Ёамаи ҷавобҳо нодурустанд.

47. Фарқи байни рекламаҳои пулакии ҷустуҷӯ ва SEO чист?

А) Рекламаҳои пулакӣ одатан тезтаранд ва манфиатҳои SEO тадриҷан ва дарозтар давом мекунанд.

В) Имкониятҳои рекламаҳои пулакӣ васеъ мебошанд ва манфиатҳои SEO маъдуд мебошад.

C) Њар ду имкониятҳои баробар доранд.

D) SEO нисбати рекламаҳои пулакӣ беҳатартар мебошад.

48. CRM чист?

A) Customer Relation Management.

B) Customer Relative Management.

C) Customer Relation Marginal.

D) Colon Relation Management.

49. Кадом маълумотро ба шабакаҳои иҷтимоӣ илова кардан лозим аст?

A) Он маълумоте, ки ба алгоритмҳои баровардани шабакаи иҷтимоӣ бештар мувофиқат мекунад.

B) Он маълумоте, ки ба нодуруст аст.

C) Он маълумоте, ки дуруст аст.

D) Он маълумоте, ки ба алгоритмҳои баровардани шабакаи иҷтимоӣ мувофиқат намекунад.

50. Эҷоди мундариҷаи сайт чиро дар бар мегирад?

A) Ҷустуҷӯ, навиштан, ҷамъоварӣ, наворбардорӣ, коркард барои нашр.

B) Дархост, навиштан, ҷамъоварӣ, наворбардорӣ, коркард барои нашр.

C) Дархост, навиштан, ҷамъоварӣ, наворбардорӣ, коркард барои фирма.

D) Дархост, навиштан, ҷамъоварӣ, несткунӣ, коркард барои нашр.

51. Кадоме аз хидматҳо барои пешбурди мундариҷаи визуалӣ аз ҳама мувофиқтар аст?

A) Pinterest.

B) Инстаграм.

C) Flickr.

D) LinkedIn.

52. Системаи Google Analytics –ро кадом ӯлатҳо истифода мебаранд?

A) Ҳангоми гузароридани снъиш (аудит).

B) Ҳангоми пешниҳод намудани молу маъсулот ба муштарӣ.

C) Ҳангоми санҷидани корхонаҳо.

D) Ҳангоми воришави ба сайт.

53. Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ дар чист?

А) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи талошҳои маркетинги онлайн ба тавре афзоиш додани фурӯш мебошад.

В) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ санҷиши сифати молу маъсулот.

С) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи талошҳои маркетинги онлайн дар 10 сол.

Д) Мақсади асосии аудити маркетинги рақамӣ оптимизатсияи кори корхона.

54. Ба аудити сайт чӣ дохил мешавад?

А) Бояд маълумот ҷамъоварӣ карда шавад, сайт таълил карда шавад, Тафтиши танзими кабинетҳои таълимотӣ гузаронида шавад, хулоса бароварда шавад.

В) Сайт таълил карда шавад, тафтиши танзими кабинетҳои таълимотӣ гузаронида шавад, хулоса бароварда шавад.

С) Бояд маълумоти ҷамъовардашуда ба қисматҳои ӯро карда шавад, сайт таълил карда шавад, тафтиши танзими кабинетҳои таълимотӣ гузаронида шавад, хулосаи аниқ бароварда шавад.

Д) Тафтиши танзими кабинетҳои таълимотӣ гузаронида шавад, маълумот ворид карда шавад, хулоса бароварда шавад.

55. Дар пункти ҷамъовари намудани маълумот (аудити фаъолияти таълимотӣ) кадом намуди маълумотҳои овардан мумкин аст?

А) бартариҳои маҳсулот, хизматрасонӣ, бренди маҳсулот, дархости шунавандагон, тарзи раванди фурӯш, каналҳои фурӯш ва каналҳои таълимотро, дастрасӣ ба системаҳои таҳлилӣ ва офисҳои таълимотӣ.

В) бренди маҳсулот, пешниҳоди фурушандагон бо нархи муайян, дархости шунавандагон, тарзи раванди фурӯш, каналҳои фурӯш ва каналҳои таълимотро, дастрасӣ ба системаҳои таҳлилӣ ва офисҳои таълимотӣ.

С) сифати маҳсулот, хидматҳо, бренди маҳсулот, дархости шунавандагон, тарзи раванди фурӯш, каналҳои фурӯш ва каналҳои таблиғотро, дастрасӣ ба нарх.

Д) бартарихи маҳсулот, хидмат, бренди ширкати таблиғотӣ, дархости шунавандагон, тарзи раванди фурӯш, каналҳои фурӯш ва каналҳои таблиғотро, дастрасӣ ба системаҳои таҳлилӣ ва офисҳои таблиғотӣ.

56. Тафтиши танзими кабинетҳои таблиғотӣ чӣ маъно дорад?

А) Чи гуна таблиғотҳо дар Yandex.Direct, Google Adwords, Facebook, Instagram, Vkontakte, MyTarget танзим карда мешаванд, омӯзонида мешаванд.

В) Чи гуна пешравиҳо дар Yandex.Direct, Google Adwords, Facebook, Instagram, Vkontakte, MyTarget танзим карда мешаванд, омӯзонида мешаванд.

С) Чи гуна пешниҳодҳо дар Yandex ва Google танзим карда мешаванд, омӯзонида мешаванд.

Д) Чи гуна камбудиҳо дар Yandex ва Google танзим карда мешаванд, омӯзонида мешаванд.

57. Стратегияи маркетинги рақамӣ чист?

А) Стратегияи маркетинги рақамӣ маҷмӯи амалҳои ба нақша гирифташуда барои расидан ба ҳадафҳои тижоратӣ мебошад.

В) Стратегияи маркетинги рақамӣ маҷмӯи камбудиҳо мебошад, ки барои бартараф кардани он ширкат нақша мекашад.

С) Стратегияи маркетинги рақамӣ маҷмӯи қойдаҳои мебошад, ки танзимро талаб мекунад.

Д) Стратегияи маркетинги рақамӣ маҷмӯи амалҳои ба нақша гирифташуда барои расидан ба ҳадафҳои ғайрирасмӣ мебошад.

58. Мушкилии стратегияи маркетинги рақамӣ аз чӣ иборат аст?

А) аз андозаи тижорат ва ҳадафҳои дарозмуддат.

В) аз андозаи мушкилотҳо ва ҳадафҳои.

С) аз нақшаҳо.

Д) аз ҳадафҳои дарозмуддат ва ҳадафҳои ғайрирасмӣ.

59. Чаро стратегияи маркетинги рақамӣ лозим аст?

- A) барои пешбурди фаъолияти маркетинг.
- B) барои пешбурди фаъолияти бонк.
- C) барои пешбурди фаъолияти корхонаҳои ғайридавлатӣ.
- D) барои азнавтаъсисёбии маркетинг.
60. Оё стратегияи маркетинги рақамӣ барои гирифтани маълумоти бештар кумак мекунад?
- A) Ҳа.
- B) Не.
- C) Қисман.
- D) На он қадар.
61. Оё стратегияи маркетинги рақамӣ барои муносибатхоро бо шунавандагон (клиент) бештар кардан кумак мекунад?
- A) Ҳа.
- B) Не.
- C) Қисман.
- D) На он қадар.
62. Гузаронидани тадқиқот ва гузоштани ҳадаф барои сохтани стратегияи маркетинги рақамӣ хизмат мекунад?
- A) Ҳа.
- B) Не.
- C) Қисман.
- D) На он қадар.
63. PatentBot барои чӣ истифода бурда мешавад?
- A) барои бақайдгирии тамғаи молӣ.
- B) барои бақайдгирии андозаи мол.
- C) барои бақайдгирии нархи мол.
- D) барои бақайдгирии фуруши мол.
64. Маркетинги системаи ҷустуҷӯи (SEM) барои чӣ пешбини гардидааст?

А) Маркетинги системаи ҷустуҷӯи (SEM) маҷмӯи чораҳоест, ки ба афзоиши трафики вебсайт аз ҷониби шунавандагони мақсадноки худ бо истифода аз системаҳои ҷустуҷӯ нигаронида шудаанд.

В) Маркетинги системаи ҷустуҷӯи (SEM) маҷмӯи чораҳоест, ки барои ҷалби мустақими трафики пешбини шудааст.

С) Маркетинги системаи ҷустуҷӯи (SEM) маҷмӯи чораҳоест, ки барои бақайдгирии молу маъсулот пешбини гардидааст.

Д) Маркетинги системаи ҷустуҷӯи (SEM) маҷмӯи чораҳоест, ки барои таблиғоти молу хизматрасониё истифода бурда мешавад.

65. Вазифаи асосии SEM дар чист?

А) афзоиши трафики вебсайт ба шунавандагони мақсаднок.

В) афзоиши трафики вебсайт ба таблиғгарон.

С) афзоиши трафики вебсайт ба корбарон.

Д) афзоиши трафики вебсайт ба кормандони БДА.

66. Истилоҳи "SEM - маркетинги системаи ҷустуҷӯ" аз ҷониби кӣ пешниҳод гардид?

А) рӯзноманигор ва соҳибкори амрикоӣ Дэнни Салливан.

В) барномасоз ва соҳибкори амрикоӣ Дэнни Батт.

С) соҳибкори фаронсавӣ Дэнни Салвадоти.

Д) нависанда ва соҳибкор Савана Пит.

67. Истилоҳи "SEM - маркетинги системаи ҷустуҷӯ" кай пешниҳод гардид?

А) соли 2001 (Дэнни Салливан).

В) соли 1999 (Дэнни Батт).

С) соли 1995 (Дэнни Салвадоти).

Д) соли 2010 (Савана Пит).

68. Google Ads барои чӣ пешбинӣ шудааст?

А) ҳамчун воситаи таблиғи веб.

В) ҳамчун воситаи таъия веб.

С) ҳамчун воситаи аудити веб.

Д) ҳамчун воситаи неткунии веб.

69. Google Safebrowsing ва Yandex Safebrowsing барои чӣ истифода бурда мешаванд?

A) барои тафтиш ва ҷустуҷӯи вирусҳо ва дигар коди зараровар.

B)) барои тафтиш ва азназаргузаронии сайтҳо.

C)) барои соғибкорӣ дар муҳити Руннет.

D)) барои таъини сайт.

70. URL чист?

A) Системаи ягонаи ҷустуҷӯӣ.

B) Системаи воридотӣ.

C) Системаи нигоҳдорӣ.

D) системаи аудиторӣ.

71. Ду шабакаи ибтидоии ҷустуҷӯ, ки мутахассисони SEM бо онҳо кор меkunанд, кадомҳоянд?

A) Google Ads ва Bing Ads.

B) Gmail ва Bing Ads.

C) Gmail ва Twitter.

D) Yandex ва Facebook.

72. Google AdWords ду шабаро дар бар мегирад, ин шабакаҳо кадомҳоян?

A) Google Search Network ва Google Display Network.

B) Google Search Network ва Google Ads.

C) Google Display Network ва Gmail.

D) Mail ва Gmail.

73. Чаро SEO барои маркетинг муҳим аст?

A) SEO як ҷузъи асосии маркетинги рақамӣ мебошад ва барои ҷустуҷӯ хизмат мерасонад.

B) SEO як ҷузъи асосии маркетинги рақамӣ мебошад, ки таввасути он ба сайтҳо ворид шудан имконпазир мебошад.

C) SEO як ҷузъи асосии маркетинги рақамӣ мебошад, ки таввасути он сайтҳоро таъин меkunанд.

D) SEO як чузӣ асосии маркетинги рақамӣ мебошад, ки таввасути он аудити сайтҳо амалӣ мегардонанд.

74. Трафик-менеджмент (Traffic management) чист?

A) Traffic management як бахши калидии логистика мебошад. Он ба банақшагирӣ, назорат ва хариди хадмоти нақлиётӣ, ки барои ба таври ҷисмонӣ интиқол додани воситаҳои нақлиёт (масалан ҳавопаймоҳо, воситаҳои нақлиёти роҳӣ, ҳайати ҳаракаткунанда ва киштиҳои обӣ) ва бор заруранд, дахл дорад.

B) Traffic management як бахши калидии иқтисодиёт мебошад, ки барои банақшагирӣ, назорат ва хариди молу маъсулот хизмат мерасонад.

C) Traffic management як бахши калидии маркетинги рақамӣ мебошад, ки амалиётҳои зарурии харид дар бозорҳо ба нақша мегарад.

D) Traffic management як бахши калидии математика мебошад, ки барои ҳисобу китоб намудани масъалаҳои мураккаб хизмат мекунад.

75. Мақсади асосии Traffic management аз ҷиҳати иборат мебошад?

A) ташкил, танзим, роҳнамоӣ ва назорат.

B) ташкил, танзим, пардохт ва харид.

C) харид, фуруш, тақсимот, таъмин.

D) қабул, танзим, равон.

76. Менеджерони трафик кадом вазифаҳо ҳал мекунанд?

A) Менеджерони трафик пеш аз ҳама манбаъҳоеро меҷӯянд, ки метавонанд трафикро ба лоиҳа оранд, ҷараёни доимии онро ташкил кунанд, ин трафикро ҷен кунанд, сабти корбарон ва амалҳои мақсадноки онҳо пеш баранд.

B) Менеджерони трафик хариду фуруши молро ба танзим мебароранд.

C) Менеджерони трафик хариду беҳатарии сайтҳои таълимотиро ба танзим мебароранд.

D) Менеджерони трафик хариду фуруши молро ба танзим мебароранд.

77. Муҳимияти арзиҳои самаранокии маркетинги интернетии корхона дар ҷиҳати ас?

А) Яке аз бартариҳои асосии маркетинги интернетӣ қобилияти арзёбии даромаднокии амалҳои анҷомдодашуда мебошад.

В) Яке аз бартариҳои асосии маркетинги интернетӣ қобилияти арзёбии фаъолияти корхона мебошад.

С) Яке аз бартариҳои асосии маркетинги интернетӣ ин самаранокии кори ширкатҳо мебошад.

Д) Яке аз бартариҳои асосии маркетинги интернетӣ автоматикунонии кори корхона мебошад.

78. Аббревиатураи ROI чӣ маъно дорад?

А) Return On Investment.

В) Return On Insetr.

С) Return On Input.

Д) Resalt On Investment.

79. ROI (Return On Investment) барои чӣ пешбини шудааст?

А) ROI (Return On Investment- Бозгашти сармоягузорӣ) нишондиҳандаи маъмултарики иқтисодӣ барои муайян кардани даромаднокии ғизоноварики ҳама гуна раванди тиҷорат мебошад.

В) ROI (Return On Investment) нишондиҳандаи маъмултарики иқтисодӣ мебошад, ки барои рушди корхонаҳо истифода мешавад.

С) ROI (Return On Investment) нишондиҳандаи маъмултарики иқтисодӣ мебошад, ки барои рушди корхонаҳо истифода мешавад.

Д) ROI (Return On Investment) нишондиҳандаи маъмултарики иқтисодӣ мебошад, ки барои муайян кардани ҳама гуна равандҳои иқтисодӣ истифода мешавад.

80. CPV чӣ маъно дорад?

А) Cost Per Visitor.

В) Cost Per Visto.

С) Costing Per Visible.

Д) Cost Peremum Visitor.

81. CPC кадом маъноро ифода мекунад?

A) Cost Per Click.

B) Cost Per Cost.

C) Cost Per Clows.

D) Costing Per Clip.

82. CPA чіро ифода мекунад?

A) Cost Per Action.

B) Cost Per Activity.

C) Cost Peron Action.

D) Cost Per Autor.

83. CTR чист?

A) Click through Rate.

B) Cost Per Rating.

C) Click through Random.

D) Click through Resalt.

84. CPC чиро ифода мекунад?

A) арзиши як клик.

B) суръати клик.

C) равиши клик.

D) боздиди клик.

85. Нишондиҳандаҳои техникӣ чиро нишон диҳад?

A) арзёбии сайт.

B) арзиши сайт.

C) фаъолияти сайт.

D) арзёбии таблиғот.

86. Оё SEO пешбурди вебсайт дар системаҳои ҳустуҷӯӣ муайян мекунад?

A) Ёа.

B) Не.

C) Намедонад.

D) Комилан не.

87. HTML барои чӣ истифода мебаранд?

- A) барои сайтсозӣ.
- B) барои тафтиши кори корхона.
- C) барои ӯисобу китоби иқтисодӣ.
- D) барои рақамгузории саъифаҳои сайт.

88. Маркетинги ВАО иҷтимоӣ ӯамчун маркетинги рақамӣ ӯисоб мешавад ё не?

- A) Ҳа.
- B) Не.
- C) Намедонам.
- D) Маълумоти кофӣ надорам.

89. Оё маркетинги почтаи электрониро барои рушди маркетинги рақамӣ истифода мебаранд ё не?

- A) Ҳа.
- B) Не.
- C) Комилан не.
- D) Кам-кам.

90. Пешбурд дар шабакаҳои иҷтимоӣ ба таври возеҳ боиси:

- A) Афзоиши фурош.
- B) Афзоиши трафик ба сайт.
- C) Вафодории муштариён.
- D) Тағйир додани майдони иттилоотии ширкат (тамға).

91. В2В чиро ифода мекунад?

- A) Business-to Business.
- B) Business –to Budget.
- C) Bus –to Bus.
- D) Business –to Bilding.

91. В2С чиро ифода мекунад?

- A) Business –to Consumer.
- B) Business –to Consist.
- C) Business – to Client.

D) Bus –to Consumer.

92. Амалиёти C2B аз чӣ иборат аст?

A) Consumer-to Business, яъне муносибати муштарӣро тавассути мубодилаи интернет муайян мекунад.

B) Consumer-to Business, яъне муносибати кормандонро тавассути мубодилаи интернет муайян мекунад.

C) Consumer-to Business, яъне фурӯши мустақим ба истеъмолкунандаро муайян мекунад.

D) Consumer-to Business, яъне истеъмолкунанда қобилияти мустақилона муқаррар кардани арзиши молҳо ва хидматҳои гуногуни пешниҳоднамудаи ширкатҳоро фароҳам меорад.

93. Тичорати электронӣ ба кадом категорияи маркетинги рақамӣ тааллуқ дорад?

A) Мизочи рақамӣ.

B) Рақобати рақамӣ.

C) Kommunikatsiya raqamii.

D) Taqsimoti raqamii.

94. Веб- сайтҳо ба кадом мақсад дар тичорати электронӣ истифода мебаранд?

A) Барои пешбурди тичоратҳо истифода аз имконот ва технологияҳои нав.

B) Барои таъини стратегия.

C) Барои нишондиҳандаҳои иқтисодӣ ва пешбурди савдо.

D) Барои рушди соҳаи иқтисодиёт.

95. Сайти корпоративӣ чист?

A) Сайти корпоративӣ сайте ҳисобида мешавад, ки як созмони муайянро ифода мекунад ва дорои ҳама маълумоти зарурӣ дар бораи ширкат, фаъолияти он, инчунин тавсифи маҳсулот, хизматрасониҳо, хидматҳои гуногун, ҷойҳои ҳолӣ ва ғайра мебошад.

В) Сайти корпоративӣ сайте ҳисобида мешавад, ки дар он маълумот оиди фаъолияти ширкатҳо, инчунин тавсифи маҳсулот, хизматрасониҳо, хидматҳои гуногун, ҷойҳои ҳолӣ ва ғайра мебошад.

С) Сайти корпоративӣ сайте ҳисобида мешавад, ки дар он танҳо маълумотҳои махфӣ нигоҳ дошта мешавад.

Д) Сайти корпоративӣ маълумоти тамоми корхонаҳои як давлатро ифода мекунад.

96. Контент-маркетинг чист?

А) Контент-маркетинг як соҳаи маркетингест, ки маҷмӯи усулҳои эҷод ва паҳн кардани матн ва мундариҷаи мувофиқ ва арзишмандро дар атрофи бренд ё маҳсулот / хизматрасонӣ бо мақсади эҷод кардани машғулият, ки инчунин раванди хариди корбаронро роҳнамоӣ мекунад, дар бар мегирад.

В) Контент-маркетинг як соҳаи маркетингест, ки хизматрасонии махсусро илро мекунад.

С) Контент-маркетинг як соҳаи маркетингест, ки маҷмӯи усулҳои коркарди информатсияро дар бар мегирад.

Д) Контент-маркетинг як соҳаи маркетингест, ки вазифаҳои гуногуни маркетинги рақамиро дар бар мегирад.

97. Ҳадафҳои контент-маркетинг кадомҳоянд?

А) Шунавандагонро бо бренд шинос мекунад, зиёд кардани трафики вебсайт, беҳтар кардани кори SEO.

В) Миқдори шунавандагонро ба сифати он табдил медиҳад, сайтро тафтиш мекунад.

С) Шунавандагонро бо бренд шинос мекунад, нархро муайян мекунад.

Д) Зиёд кардани трафики вебсайт, бадтар кардани кори SEO.

98. Вазифаи контент-стратег аз чӣ иборат аст?

А) Контент-стратег як шахсияти касбӣ мебошад, ки ҳама фаъолиятҳои марбут ба эҷоди контент брендро назорат мекунад.

В) Контент-стратег як шахсияти касбӣ мебошад, ки ҳама фаъолиятҳои марбут ба сайтсозиро назорат мекунад.

C) Контент-стратег як шахсияти касбӣ мебошад, ки ҳама фаъолиятҳои марбут ба омӯзиши тилоратӣ назорат мекунад.

D) Контент-стратег як шахсияти касбӣ мебошад, ки ҳама фаъолиятҳои марбут ба эҷоди стратегияи корхона назорат мекунад.

99. Web analytics чист?

A) Web analytics системаест, ки барои андозагирӣ, ҷамъоварӣ, таҳлил, муаррифӣ ва тафсири маълумот дар бораи муштариёни вебсайт мебошад.

B) Web analytics системаест, ки барои исботи дурустии сайт истифода бурда мешавад.

C) Web analytics системаест, ки барои таҳлили кори корхона истифода бурда мешавад.

D) Web analytics системаест, ки барои андозагирӣ, ҷамъоварӣ, таҳлил, муаррифӣ ва тафсири маълумот дар бораи иљтисодиёти ӯаён мебошад.

100. Таҳлили трафики сайт чиро дар бар мегирад?

A) омор, тамоюлҳо, нишондиҳандаҳои мутлақ ва нисбӣ.

B) чеки миёна, маҳсулоти маъмул, даромад дар заминаи каналҳои хариди трафик.

C) таҳлили зичии кликҳо, роҳҳои табдили меҳмонон дар сайт, таҳлили ҳарака

D) ҳамкорӣ бо шаклҳо, табдили микро ва макро