

题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现：	首页左侧无底色的推广位置，最多展现10条结果	首页左侧带有底色的推广链接位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两处展现的结果一致	首页右侧及翻页右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧有底色的推广链接，最多3条和推广位置，最多展现10条，且同时出现	
多选	常规报告中提供的数据指标包括	点击率	平均排名	平均点击价格	千次展现消费	
多选	以下关于关键词工具中高级查询功能的说法，正确的是	当勾选“显示搜索量最高月份”后，显示推荐关键词在过去12月中搜索量最高的具体月份	当勾选“显示地域拓展词”后，代表推荐结果出现带有地域的关键词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，最多可输入10个词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，此时推荐结果中将不会出现包含这些词语的关键词	
多选	否定关键词可以在账户的哪些层级设置	推广单元层级	推广计划层级	账户层级	关键词和创意层级	
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作	设置统一出价	设置暂停	设置每日预算	设置IP排除	
多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京、上海；在推广计划层级设置的地域为上海、广东，则实际投放地域为	上海、广东	没有任何一个地域	北京、上海	上海	
多选	以下关于URL地址的表述，正确的是	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	显示URL以主域名为主，是为了突出品牌，方便记忆	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求	周六周日全天不进行推广	每天晚上5点-12点进行推广	每周一到周五进行推广	每月最后一周不进行推广	
多选	推广客户为账户设置每日预算为1000元，计划A每日预算设置为500，计划B未设置每日预算，则以下说法正确的是：	当计划A达到限额500时，该计划下线	当计划级别达到限额1000时，所有计划全部下线	当计划A达到预算限额时，计划A和B同时下线	当计划A达到限额500时，计划A仍在线推广	
多选	若推广单元A没有设置暂停，其内的关键词1暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看到关键词1的结果	搜索结果中将看到除关键词1外的推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词1的结果	
多选	以下有关推广结果排序的相关说法，正确的是	因为同星同质量度也存在具体数值的波动，所以可能出现质量度星级相同的关键词，出价低的排名靠前	出价相同，质量度高的关键词排名靠前	质量度优秀的关键词，可能在出价低的情况下获得更好的排名	通常情况下，相同的质量度，出价高的排名更靠前	
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	在账户内添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	增加符合网民搜索习惯、相关性又高的关键词	提高创意与关键词的相关性	

多选	关于匹配模式说法正确的是	广泛匹配覆盖的范围最大	时常下载搜索词报告，分析搜索词结果，将不相关关键词放入否定词，提高广告效果	否定匹配的出现加大了广告的精准性，减少预算的浪费，百度系统每个计划能提交500个否定关键词	使用广泛匹配减少了思考关键词的劳累过程，只要提交几个简单的关键词，系统便会帮助你匹配许多的关键词，并在左侧推广位置给予展现	
单选	关键词"英语培训"参加了广泛匹配，当网民搜索以下哪些词时，不会触发推广商户的结果展现	英语周末培训班	疯狂英语口语	英语六级强化班	经纪人资格证学习班	
单选	某商户提交关键词"英语培训"参加了广泛匹配，以下说法正确的是	可添加否定关键词"英语"，以防止网民搜索"外语培训"时出现广告	可添加否定关键词"培训"，以防止网民搜索"语言培训学校"时出现广告	可添加否定关键词"招聘"，以防止网民搜索"英语培训教师招聘"时出现广告	可添加否定关键词"英语"，以防止网民搜索"英语原声电影"时出现广告	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据是展现量10000，点击量1000，cpc是0.1，转化率为0.5%，那么平均转化成本是多少？	100	50	200	20	
单选	小孙有一个电子商务网站，如果预计转化率0.25%，平均交易额2000，毛利率20%，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什么水平？	0.75	1	1.2	1.5	
单选	商户的推广信息展现了100次，被点击了10次，则该推广信息的点击率为多少？	0.1%	1.1%	1%	10%	
单选	某推广信息具体展现与排名情况如下图，则该推广信息的平均排名为多少	3	2.9	3.33	3.5	
	展现次数	5	7	9		
	点击次数	1	0	2		
	排名	4	2	3		

题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	某推广商户撰写了创意如下，网民搜索词学生假期托管班触发了商户所购买的关键词假期托管班，则推广信息在前台推广链接展示时应为：	比假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比托管更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比假期托管班更好的夏令营,专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情!去(假期托管)不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力	比学生假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	
	标题	描述1	描述2			
	比{托管}更好的夏令营	专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	去(假期托管)不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力			
多选	断句符能出现的位置，错误的是	标题、描述1和描述2	描述1和描述2	描述1	标题	
单选	当某推广商户账户内多个关键词都符合展现条件时，将优先展现：	最低展现价格高的关键词触发的创意	与网民搜索词字面完全一致的关键词触发的创意	出价高的关键词触发的创意	质量度高的关键词触发的创意	
单选	本组关键词有“ 外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件 ”，如下哪个关键词添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	
多选	关键词推荐工具中"日均搜索量"表示	某个关键词在最近一段时间被网民搜索的情况	推广商户对该关键词出价的情况	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注度情况	
单选	某推广商户从百度推广带来数据如下，请计算问号处CTR为	10%	14.28%	20%	70%	
	流量	推广结果曝光量	点击量	CTR		
	70000	100000	10000	?		
多选	网盟推广中，如果账户每天的展现量过少，可能的原因是	出价过低	投放站点过少	预算过少	投放地域过少	
多选	以下哪项是划分推广计划的好办法？	按照不同产品线或服务内容划分计划	按照不同推广日预算划分计划	将临时的促销活动单独作为一个计划	按照不同推广地域划分计划	
单选	系统默认的创意展现概率是	轮换	优先	优选	轮替	
多选	假设推广结果都展现在首页，影响推广展现量的因素包括	分地域设置	关键词检索量	关键词匹配方式	首页关键词排名	
单选	百度推广链接区域，最多能够出现几条推广信息	3条	2条	4条	5条	
多选	关于常规报告中的分地域报告，说法正确的是	推广商户可以查询到某个推广计划的分地域报告	根据分地域报告提供的数据，推广商户可结合各地域的推广效果来调整推广方案	推广商户通过查询分地域报告，可以了解潜在用户的分布	推广商户可以查询到分地域报告中的平均排名等数据信息	
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	使用的IP地址在排除范围	关键词出价低于最低展现价格	创意状态为审核中	消费完毕下线	
多选	估算工具中，可以调整估算词的哪些参数	每次点击最高出价	关键词匹配模式	推广地域	推广时段	
单选	历史操作查询工具最多可以查询到商户多长的历史数据	最近一周	最近三个月	最近一个月	最近六个月	
单选	设置时段暂停可以在哪个级别进行	关键词和创意	推广单元	账户	推广计划	

多选	小王现在的搜索推广已经做得不错了，为什么还要做网盟推广	网盟推广除了带来直接转化外，还可以促进品牌检索量以及线下购买	网盟推广覆盖百度之外的流量	网盟推广创意更多样，可以更好的提升品牌影响	网盟推广影响更多的潜在客户，让更多人直销并产生兴趣	
单选	对于蹊径物料的要求，以下说法正确的是：	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为32个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为35个	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为35个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为28个	
多选	相比上月的CPA情况，本月有所下降，可能是我们做了哪些工作带来的？	更精准的关键词	关键词、创意和网页相关度提高	搜索竞争降低	开通网盟广告	
单选	网盟推广中，图片创意的大小要控制在多少	40k	30k	55k	60k	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20	
	展现量	点击量	cpc	转化率	平均转化成本	
	10000	1000	0.1	0.10%	?	
单选	小孙有一个电子商务网站，数据如下，那么他的搜索推广的cpc理想价格控制在什么水平	1.5	1.2	1.8	2	
	预计转化率	平均交易额	毛利率			
	1%	1500	10%			
多选	4C理论包括以下哪几个	consumer	cost	click	conversion	
多选	STP理论包括以下哪几个	segment	targeting	place	positioning	
多选	4P理论包括以下哪几个	product	price	palace	promotion	
多选	大数据4V包括以下哪几个	volum	variety	value	vertical	
多选	SMART原则包括以下哪几个	specific	measurable	attainable	reasonable	
单选	网盟推广的兴趣定位，最多可以定位多少个一级兴趣点	16	17	18	19	
单选	百度统计代码需要添加到下面那个标签之前	</head>	</body>	</html>	</meta>	
多选	哪个工具可以帮助用户找到效果好的关键词	百度指数	百度点击量	百度商桥	百度统计	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	在推广计划级别，可以进行以下哪些操作	设置IP排除	设置否定关键词	设置统一出价	设置时段暂停	
多选	以下关于IP排除，说法正确的是	用户设置IP排除时，不能添加自己的IP地址	推广实况展示的推广结果与用户是否设置IP排除无关	用户将自己的ip地址设置成ip排除后，用户仍可以在该ip地址搜索到自己公司的推广结果	用户将自己的地址设置为ip排除地址后，推广实况中仍可以看到自己的推广结果	
单选	推广计划A设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1设置了精确否定匹配英语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	英语培训广告	英语招聘	培训英语	英语培训教师	
单选	关于每日消费预算的说法不正确的是	推广商户可以在推广单元层级设置每日消费预算	对于推广预算有限的商户，可以帮助其控制消费	推广商户可以在推广计划层级设置每次消费预算	每日最低消费预算为50/天	

单选	某推广信息具体展现与排名情况如下图，则该推广信息的平均排名为多少	3	2.9	3.33	3.5	
	展现次数	5	7	9		
	点击次数	1	0	2		
	排名	4	2	3		
单选	推广商户提交“婚纱摄影”为关键词，并参与短语匹配，同时将“出租”设为否定关键词，则搜索以下哪个词时可以触发推广商户的结果	婚纱摄影工作室	婚纱写真摄影服务	出租婚纱摄影场地	婚纱摄影器材出租	
单选	某关键词最低展现价格1，将最高出价设为1.50，则实际CPC很可能为	1.2	0.8	1.6	0.9	
单选	百度搜索推广结果不会展现在以下哪个搜索结果区域？	首页右侧	首页左侧	第二页左侧	第二页右侧	
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	网站的打开速度	关键词的选择	关键词的排名	创意的质量	
多选	关键词推荐工具中“日均搜索量”表示	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注程度	某个关键词在最近若干天被网民搜索的情况	客户对该关键词出价的情况	
单选	关于检索量过低的描述正确的是	检索量过低关键词不会影响推广商户核心关键词的质量度	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予提示	
单选	关于IP排除，说法正确的是：	推广商户可以将同行的IP设为IP排除地址	推广商户无法通过IP排除功能对IP进行排除	推广商户无法将本公司的IP设置为IP排除地址	推广商户可以通过IP排除功能查看每个访客的IP地址	
单选	以下关于优选的说法正确的是	是指系统将选择点击率更高的创意予以更多的展现	是指系统根据创意修改的频率的高低顺序来予以展现	是指系统将根据创意提交时间的先后顺序来予以展现	是指系统将选择推广商户指定的创意予以更多的展现	
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广展现量的因素包括	首页关键词排名	关键词匹配方式	分地域设置	推广预算设置	
单选	账户中新提的关键词，质量度是多少	1星或2星。由于是新词，质量度不可能一下子到达三星	1星	不一定	2星	
多选	不同账户，相同关键词，质量度不同的原因可能是：	创意撰写质量不同	关键词与推广信息之间的相关性不同	账户结构不同	关键词出价不同	
单选	以下组合模式无效的是	精确匹配+否定关键词	广泛匹配+否定关键词	短语匹配+精确否定关键词	广泛匹配+精确否定关键词	
单选	关键词质量度的提升不可能产生哪些影响？	平均排名上升	最低起价上升	有机会展现在推广链接的位置	平均点击费用降低	
单选	断句符的显示符号是？	<	{ }	^	>	
单选	在多个层级进行同一功能设置，实际执行结果为设置的合集“+”的关系，这一规则适用于	访问URL	消费预算	出价	否定关键词	
单选	关键词处于暂停、搜索无效、搜索量过低的状态时，会影响质量度吗？	不会	会	有时候会	不一定	

多选	提升点击率应从以下哪些方面入手	提升关键词的出价	优化创意尽量显红	增加关键词的推广地域	取消预算限制	
多选	关于账户各个层级之间的关系，说法正确的是哪个？	一个推广计划中，最多可以创建1000个推广单元	一个账户中，最多可以创建100个推广计划	一个推广单元中，最多可以有1000个关键词	一个推广单元中，最多可以撰写50套创意	
多选	以下哪些因素会影响搜索推广效果转化漏斗中“展现量”向“点击量”的转化：	账户结构	关键词的检索量	网站打开速度	关键词的排名	
多选	出价、最低展现价格、点击价格三者关系正确的是：	出价如果低于最低展现价格，则改词无法展现	最低展现价格≤出价≤点击价格	实际点击价格不高于出价	最低展现价格会有浮动（质量度的变化或商业价值的变化）	
多选	以下4种样式的搜索结果中，哪些不可以同时展现？	“推广”样式	“推广链接”样式	“右侧推广链接”样式	“百度快照”样式	
单选	在网民搜索时，如果推广商户的账户内符合网民搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意在搜索结果页获得的出现次数，称之为：	点击量	搜索量	展现量	检索量	
多选	某关键词状态有效且被触发时展现位置不是最后一行，影响其关键词每次点击价格包括下列哪些因素	下一名关键词质量度	当前关键词质量度	下一名出价	最低展现价格	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	以下关于推广排序的说法正确的是	质量度越高排名越靠前	若出价高，则不用考虑质量度影响	出价越高排名越靠前	质量度X出价越高排名越	
单选	断句符出现在标题的前多少个字符，以下哪个数字是最为合理的？	28	30	38	50	
单选	关于蹊径预算及价格的说话正确的是：	预算需要单独设定：价格需要单独设定	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格需要单独设定	预算需要单独设定，价格同凤巢系统一样	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格同凤巢系统一样	
多选	以下哪个会是关键词点击率低的直接原因？	关键词与创意相关性差	限制了投放地域	关键词匹配模式都设成了广泛匹配	出价较低，排名靠后	
多选	客户经营“河北格林堡升降机械有限公司”多年，于近期参加了百度推广；客户为账户建立了一个推广计划“河北推广计划”，在该计划中建立的推广单元分别是“地域类”、“公司类”、“产品类”。客户进行创意策划时，我们可以给予客户哪些建议？	在创意标题中写入完整的公司名称，使网民对客户公司加深印象	在创意标题的前28个字符内包含通配符，并确保关键词带入通配符后语句通顺	为“产品类”单元撰写创意时，建议加入多种联系方式，例如：QQ号码、MSN、邮箱等，这样可以有效提升客户咨询量	为“公司类”单元策划创意时，建议客户将公司简介页面的网址设置为访问URL	
单选	某推广商户撰写了创意如下，网民搜索词学生假期托管班触发了商户所购买的关键词假期托管班，则推广信息在前台推广链接展示时应为：	比假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比托管更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比假期托管班更好的夏令营,专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情!去(假期托管)不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快	比学生假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	
	标题	描述1	描述2			

	比{托管}更好的夏令营	专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	去{假期托管}不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力	乐学习,祝您一臂之力		
多选	推广商户使用IP排除工具,在账户层级设置202.14.08.*后,推广计划层级设置202.28.64.*,则推广结果将不出现在哪些IP地址的搜索结果中:	202.14.09.01	202.38.65.23	202.14.08.59	202.28.64.02	
单选	推广商户得到的推广结果如下表,请计算问号处ctr为多少	0.05%	5%	0.50%	1%	
	展现量	点击量	ctr			
	100	5	?			
单选	小赵用后台生成了一个报告,得到的数据如下表,那么问号处(平均转化成本)是多少?	100	50	200	20	
	展现量	点击量	cpc	转化率	平均转化成本	
	10000	1000	0.1	0.10%	?	
单选	下有关创意展示概率的说法,错误的是:	创意展示概率在推广计划层级设置	系统默认的创意展示概率是优选	分为轮替和优选两种	系统默认的创意展示概率是轮替	
单选	若关键词设置的访问URL是www.baidu.com,与之匹配的创意设置的访问URL是www.udiab.com,且关键词、创意的状态均有效,则以下说法正确的是	两个URL冲突,所以实际推广中无法进行正常跳转	实际推广中一半按照www.baidu.com跳转,一半按照www.udiab.com跳转	实际推广按照www.baidu.com跳转	实际推广按照www.udiab.com跳转	
单选	网盟推广中,对文字创意有什么限制?	一行标题,一行描述,一个链接	一行标题,一行描述,两个链接(展示链接和点击链接)	一行标题,两行描述,两个链接(展示链接和点击链接)	一行标题,两行描述,一个链接	
单选	小孙有一个电子商务网站,数据如下,那么他的搜索推广的cpc理想价格控制在什么水平	1.5	1.2	1.8	2	
	预计转化率	平均交易额	毛利率			
	1%	1500	10%			
多选	大数据4V不包括以下哪个	volume	variety	valency	vertical	
单选	某电子商务推广商户的1次成功转化为进入结算页面,则转化率应为	2%	3.30%	4%	1%	
	cpc	消费	注册	进入结算页面	结算完成	
	0.5	150	10	6	3	
单选	SMART原则不包括以下哪个	specific	meaning	relevant	time-based	
单选	某推广信息具体展现与排名情况如下图,则该推广信息的平均排名为多少	3	2	1	2.5	
	展现次数	1	1	1		
	点击次数	1	0	1		
	排名	3	2	1		
单选	4P理论不包括以下哪个	product	price	place	positioning	
单选	网盟推广的兴趣定位,最多可以定位多少个一级兴趣点	16	17	18	19	
单选	百度统计代码需要添加到下面那个标签之前	</head>	</body>	</html>	</meta>	

多选	哪个工具可以帮助用户找到效果好的关键词	百度指数	百度点击量	百度商桥	百度统计	
多选	品牌专区有哪些营销价值	增强品牌信任度	危机公关	线上线下整合营销	更多的网民关注	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	在策划关键词时，以下哪些方法有助于提高广告点击的针对性？	提高关键词的出价	增加品牌+产品名称类关键词	增加适量的否定关键词	只提交产品型号类型关键词	
多选	某客户单元名为“婴儿辅食”，以下哪些关键词适合添加到该单元下？	婴儿营养米粉	婴幼儿游泳	婴幼儿苹果泥	宝宝纸尿裤	
单选	以下哪一项对于优化点击率没有作用：	关键词精确分组	优化推广的界面	提高出价	优化创意	
多选	客户从事“旅游”行业，在原计划“海岛游”中，出现以下哪些情况时需要策划新的单元：	客户重新设计了网站风格	客户新增预定机票业务	客户新增巴厘岛旅游线路	客户新增游艇代理租赁业务	
单选	以下4组计划名称属于哪个策划角度： 第一组：国内旅游计划、欧洲旅游计划； 第二组：旅行社计划、旅游网计划； 第三组：商务旅游计划、家庭旅游计划； 第四组：春节优惠计划、暑期特价计划；	1假期促销；2公司名称；3客户类型；4产品地域	1产品地域；2公司名称；3客户类型；4假期促销	1客户类型；2假期促销；3产品地域；4公司名称	1产品地域；2客户类型；3公司名称；4假期促销；	
单选	某汽车客户，想重点覆盖一些已经有购车需求，但是还没有明显的品牌和产品倾向的人群，应该购买以下哪种类型的关键词来达到他的营销目的？	品牌词	具体车型词	通用词：如30万以下买什么车好	人群词：如金融财经	
单选	某品牌客户，效果考核的核心指标为CPM，请问CPM的计算方式是：	CPM=展现/消费	CPM=（展现/消费）*1000	CPM=（消费/展现）*1000	CPM=消费/转化次数	
单选	某网站以1天内1个独立用户(UV)访问页面数达到10为一次有效的转化；某一个关键词1天内点击次数600次；只访问1次网站的UV350个，且有100个UV访问页面数达到10；访问网站2次的UV共200个，其中有150个UV每次访问网站的页面数为4，其余的UV每次访问网站页面数为6；请问该关键词为其网站带来的转化率是多少	91.70%	25.00%	16.70%	50%	
单选	平均访问页数的计算方式是：	Visits/UV	跳出量/PV	PV/visits	Visits/clicks	
多选	同一组中两条创意，推广两个星期后，其中一条创意的点击率很差，我们应当？	放任，总会好起来的	按照好的那条创意再撰写一条	再观察一段时间做决策	换个思路写一条	
单选	某推广信息具体展现与排名情况如下图，则该推广信息的平均排名为多少	3	2.9	3.33	3.5	
	展现次数	5	7	9		
	点击次数	1	0	2		
	排名	4	2	3		



多选	电商客户近期百度搜索账户中品牌词的流量大幅下降，原因？	竞争对手购买客户品牌词，广告排位更靠前	客户购买了品牌专区	广告创意已经不能吸引到客户点击	统计出现错误	
多选	我们持续的对广告创意和关键词的相关度进行优化，却发现网页跳出率在一直上升，有什么可能的原因？	相比竞争对手，产品或服务不存在优势	创意优化思路需要再调整	广告创意和网页的相关性差	广告计划的预算不充足	
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理，购买流程冗长	客户点击支付页面跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	
单选	以下关于每次点击价格的说法，正确的是：	每次点击价格不会超过推广商户关键词的出价	每次点击价格不会超过推广商户关键词的最低展现价格	若关键词不是最后一名，关键词的质量度越高，则每次点击价格越高	若关键词不是最后一名，关键词的点击价格一定等于关键词出价	
单选	在多个层级进行同一功能设置，实际执行结果为高级别优先执行，这一规则适用于：	普通暂停	分地域投放	否定关键词	IP排除	
单选	某客户关键词A使用短语匹配，客户想知道当用户检索哪些关键词时，匹配到了关键词A，请问客户应该在账户内查看什么报告？	关键词报告	搜索词报告	创意报告	推广单元报告	
单选	某客户降推广暂停时段设置在20点至24点，则网民不可以在什么时间看到推广结果：	19点至20点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	
单选	搜索词报告最多能查看到哪个时间范围的数据：	过去1天	过去7天	过去10天	过去30天	
多选	某推广单元名称为“地域家具定制”，关键词有： 无锡家具定制 常州家具定制 苏州家具定制 江阴软装饰公司 装饰油画订制 常州软装 为了使单元内的关键词词性统一，应将哪些关键词移出。	装饰油画订制	苏州家具定制	常州软装	江阴软装饰公司	
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户哪一个层级进行设置	创意	推广计划	推广单元	关键词	
单选	小懒在推广单元层级设置的出价为2.5元，单元内某关键词出价为1元，则此关键词应遵循哪个出价	1元	2.5元	1.5元	1.6元	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	百度搜索推广结果不会展现在以下哪个搜索结果区域？	首页右侧	首页左侧	第二页左侧	第二页右侧	
单选	每次使用估算工具最多能估算多少个关键词？	50	100	200	10	
单选	某推广商户从百度推广带来数据如下，请计算问号处CTR为	10%	14.28%	20%	70%	
	流量	推广结果曝光量	点击量	CTR		
	70000	100000	10000	?		

多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，则以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于1.5	
多选	下列哪种情况发生时，可能与关键词质量度的变化有关？	关键词状态变成搜索无效	平均排名下降	平均点击费用上升	关键词由于搜索量过低而下线	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20	
	展现量	点击量	cpc	转化率	平均转化成本	
	10000	1000	0.1	0.10%	?	
多选	断句符能出现的位置，哪些说法是错误的？	标题、描述1和描述2	描述1和描述2	描述1	标题	
单选	小孙有一个电子商务网站，数据如下，那么他的搜索推广的cpc理想价格控制在什么水平	1.5	1.2	1.8	2	
	预计转化率	平均交易额	毛利率			
	1%	1500	10%			
单选	某电子商务推广商户的1次成功转化为进入结算页面，则转化率应为	2%	3.30%	4%	1%	
	cpc	消费	注册	进入结算页面	结算完成	
	0.5	150	10	6	3	
多选	通过百度指数可以了解到关键词的哪些信息	网民关注度	竞争对手的点击量	竞争对手的展现量	媒体关注度	
单选	以下关于百度统计的说法，错误的是	百度统计用于监测网民在某网站上的行为	百度统计可以监测到商户在百度投放的数据，如展现量，点击量等	商户使用百度统计需要在网站上添加代码	百度统计监测出的数据与其他第三方软件监测的数据有出入	
单选	当网民没有明确需求、浏览互联网站点时，网盟推广能够	突出产品信息	满足网民已有需求	激发网民潜在需求	发现网民已有需求	
单选	网盟推广报告可以最细到哪个层级	网站分类	网站二级域名	网站主域名	网页	
单选	关键词因账户达到消费预算而下线，推广商户未对消费预算进行提升，则账户内的关键词：	30分钟之内生效	60分钟左右生效	次日七点生效	次日零点生效	
多选	以下关于关键词出价，说法正确的是	出价对于质量度没有任何影响	提高出价是提升排名的方法之一	出价是指推广商户为点击所支付的最终价格	关键词质量度相同，出价越高排名越靠前	
单选	对于蹊径物料的要求，以下说法正确的是：（ ）	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为32个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为35个	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为35个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为28个	
单选	某客户通过百度统计发现相关数据表现如下：抵达率：22% 跳出率：11% 平均访问时长：5 '21 ' 平均访问页数：4页 转化率：0.15% 请问最先优化以上那个指标比较合适？	平均访问时长	抵达率	平均访问页数	跳出率	
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理，购买流程冗长	客户点击支付页面跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	
单选	网盟推广的行业定位，最多可以定位多少个行业	23	24	25	26	

多选	4C理论包括以下哪几个	consumer	cost	click	conversion	
多选	STP理论包括以下哪几个	segment	targeting	place	positioning	
多选	4P理论包括以下哪几个	product	price	palace	promotion	
多选	大数据4V包括以下哪几个	volum	variety	value	velocity	
单选	SMART原则不包括以下哪个	specific	meaning	realistic	time-based	
单选	某推广商户撰写了创意如下，网民搜索词学生假期托管班触发了商户所购买的关键词假期托管班，则推广信息在前台推广链接展示时应为：	比假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比托管更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登陆官网了解详情	比假期托管班更好的夏令营,专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情! 去(假期托管)不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力	比学生假期托管班更好的夏令营 专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	
	标题	描述1	描述2			
	比{托管}更好的夏令营	专业师资,英语学习,户外活动,寓教于乐,即可登录官网了解详情	去{假期托管}不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力			
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理，购买流程冗长	客户点击支付页面跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	
单选	某客户降推广暂停时段设置在20点至24点，则网民可以在什么时间看到推广结果：	19点至21点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	
多选	推广商户提交“婚纱摄影”为关键词，并参与精确短语匹配，则搜索以下哪个词不可以触发推广商户的结果	婚纱摄影工作室	婚纱写真摄影服务	出租婚纱摄影场地	浪漫 婚纱 摄影	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	小吴完成了投放设置，但是却没有展现，可能的原因是	创意还在审核中	账户没有余额	账户未生效	出价过低，没有竞争到展现机会	
单选	历史操作查询工具最多可以查询到推广商户最近多长时间的历史数据	一周	一月	一季度	一年	
单选	每次使用估算工具最多能够估算多少个关键词	10个	200个	50个	100个	
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京、上海；在推广计划层级设置的地域投放为上海、广东，则实际投放地域为	上海、广东	没有任何一个地域	北京、上海	上海	
多选	以下哪些情况会导致推广单元产生消费	所有创意状态均为审核中	标题和描述1的字符数均不足10个字符	关键词的访问URL和创意的访问URL不相符合	关键词出价低于推广单元出价	
多选	关于常规报告中的分地域报告，说法正确的是	推广商户可以查询到分地域报告中的平均排名等数据信息	推广商户通过查询分地域报告，可以了解潜在用户的分布	根据分地域报告提供的数据，推广商户可结合各地域的推广效果，来调整推广方案	推广商户可以查询到某个推广计划的分地域报告	
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现8条结果	首页右侧及翻页后右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧带有底色的“推广链接”位置，最多占线3条不同的推广结果，上下两处展现的结果一致	首页左侧有底色的“推广链接”最多3条和“推广”位置，最多展现10条结果，且同时出现	

多选	常规报告中包括以下哪些报告	地域报告	推广计划报告	搜索词报告	创意报告	
多选	估算工具可以估算出以下哪些内容	排名	关键词检索量	日均点击	最低展现价格	
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作	设置IP排除	添加关键词	设置时段暂停	设置否定关键词	
单选	推广商户在账户层级已经设置了20个220.x.x.x否定IP地址段，该账户只有一个计划，在计划里又设置了另外的20个221.x.x.x否定IP地址段，那么该客户这个计划最终由多少个IP地址段看不到该商户的推广结果呢？	40个	20个	30个	60个	
多选	推广单元A出价为1，其内的关键词1出价为0.9，关键词2出价为1.5，则以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于1	关键词1最终点击价格不会高于0.9	关键词1最终点击价格不会高于1	
单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为河北，推广计划A推广地域为吉林，推广计划B推广地域为上海，推广计划C无设置，则以下说法正确的是	推广计划A的实际投放地域为上海	推广计划C的实际投放地域为河北	推广计划B的实际投放地域为河北	推广计划A的实际投放地域为河北	
多选	推广计划A设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1设置了精确否定匹配外语培训，则以下那个搜索词将不会触发推广信息？	外语培训教师	培训外语	外语招聘	外语培训招聘	
多选	以下关于URL地址的表述，说法正确的是	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	显示URL以主域名为主，是为了凸显品牌，方便记忆	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	
单选	以下关于层级功能设置的相关说法，不正确的是	推广商户可以在推广计划层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广计划层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“时段暂停”设置	
单选	某账户设定的消费限额为1000元，推广计划A为500元，推广计划B为设置预算。在当天的消费还未达限时，将消费限额修改为2000元，请问账户当天预算消费完下线时，以下哪几种情况是可能发生的	推广计划A 550元 推广计划B 1000元	推广计划A 550元 账户 2200元	推广计划A 1000元 推广计划B 1000元	推广计划A 1000元 推广计划B 500元	
多选	若推广单元“好玩网游”没有设置暂停，其内的关键词“2010年最好玩的网游”暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法错误的是：	搜索结果中将看到关键词“2010年最好玩的网游”的结果	搜索结果中将看到推广单元“好玩网游”中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词“2010年最好玩的网游”的结果	搜索结果中间看到除关键词“2010年最好玩的网游”外的推广单元“好玩网游”中所有关键词的结果	
多选	影响关键词质量度的因素包括	关键词的精细分组	关键词点击率	关键词出价	关键词与创意的相关性	
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	合理使用通用符，优化创意质量	在账户内添加相关性高的关键词	提高关键词出价	设置合理的账户结构	
多选	以下关于匹配模式的撰写格式，说法正确的是	关键词加上 "" 表示短语匹配	关键词加上 "" 表示广泛匹配	关键词什么都不加表示短语匹配	关键词加上 "[]" 表示精确短语匹配	

单选	某推广商户提交关键词“英语培训”并参加广泛匹配，用以推广其英语培训的业务，则以下说法正确的是	推广商户可添加否定关键词“英语”，以防止网民搜索“英语原声电影”时出现其广告	推广商户可添加否定关键词“英语”，以防止网民搜索“外语培训”时出现其广告	推广商户可添加否定关键词“培训”，以防止网民搜索“语言培训学校”时出现其广告	推广商户可添加否定关键词“招聘”，以防止网民搜索“英语培训教室招聘”时出现其广告	
单选	搜索推广中，使用以下哪一组关键词的匹配设置，可以获得最多的展现机会	[和田玉]、“和田玉批发”	和田玉、“和田玉批发”	和田玉、和田玉批发	[和田玉]、[和田玉批发]	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20	
	展现量	点击量	cpc	转化率	平均转化成本	
	10000	1000	0.5	1.00%	?	
单选	以下关于设置周预算的说话，不正确的是：	对于经常撞线的客户，不用调整预算，只要调节一周内预算的分配，就可以有效的减少撞线情况，使客户获得更多点击	在一周内，平均分配预算，有效控制整体预算	在一周内，为客户自动分配预算，是预算摄影搜索引擎的流量变化，更少撞线	根据百度流量的趋势特点，按周进行投放分配更加合理	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	小李有数据如下表，请问cpm是多少？	21.6	55.8	67	20.6	
	cpc	ctr	roi	cpm		
	1.2	1.8%	3.1	?		
单选	推广商户得到的推广结果如下表，请计算问号处ctr为多少	0.10%	10%	1.10%	1%	
	展现量	点击量	ctr			
	100	10	?			
单选	某推广信息展现了4次，分别是第一名，第二名，第三名，第三名，则该推广信息的平均排名为多少	2.79	2.24	2.25	2.18	
单选	某电子商务推广商户的1次成功转化为结算完成，则转化率应为	2%	3.30%	4%	1%	
	cpc	消费	注册	进入结算页面	结算完成	
	0.5	150	10	6	3	
单选	某推广商户撰写了创意如下，网民搜索词“最好的浪漫婚纱摄影”触发了商户所购买的关键词“浪漫婚纱摄影”，则推广信息在前台推广链接位置展示时应为	明星般浪漫婚纱摄影铭记一生 浪漫婚纱摄影,独家外景,三机协同拍摄.专业摄影师和化妆师团队为您竭诚服务.	明星般婚纱摄影铭记一生 浪漫婚纱摄影,独家外景,三机协同拍摄.专业摄影师和化妆师团队为您竭诚服务.	明星般浪漫婚纱摄影铭记一生 浪漫婚纱摄影,独家外景,三机协同拍摄.专业摄影师和化妆师团队为您竭诚服务.尊享更多甜蜜,更多优惠!就在这个夏天,一起来拍摄铭记一生的婚纱照吧。	明星般最好的婚纱摄影铭记一生 最好的浪漫婚纱摄影,独家外景,三机协同拍摄.专业摄影师和化妆师团队为您竭诚服务.	
	标题	描述1	描述2			
	明星般(婚纱摄影)铭记一生	{婚纱摄影},独家外景,三机协同拍摄.专业摄影师和化妆师团队为您竭诚服务.	尊享更多甜蜜,更多优惠!就在这个夏天,一起来拍摄铭记一生的婚纱照吧。			
单选	断句符在以下哪种展现形式有效	右侧的推广链接	左侧的推广链接	推广	左侧和右侧的推广链接	

单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击率	推广信息费用/转化数量	点击数量/展现数量	点击费用/点击数量	每次展现排名的综合/展现次数的总和	
多选	关于关键词最低展现价格，以下哪个说法是正确的	不同推广商户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	已在线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，则无法展现	提交新的关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	该词的商业价值直接影响最低展现价格	
单选	关于蹊径预算及价格的说话正确的是：	预算需要单独设定：价格需要单独设定	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格需要单独设定	预算需要单独设定，价格同凤巢系统一样	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格同凤巢系统一样	
单选	本组关键词由“外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件”，如下哪个关键词添加至该组最合适	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	
单选	关于检索量过低的描述正确的是	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	
多选	网盟推广中，如果账户每天的展现量过少，可能的原因是	出价过低	投放站点过少	预算过少	投放地域过少	
多选	小王现在的搜索推广已经做得不错了，为什么还要做网盟推广	网盟推广除了带来直接转化外，还可以促进品牌检索量以及线下购买	网盟推广覆盖百度之外的流量	网盟推广创意更多样，可以更好的提升品牌影响	网盟推广影响更多的潜在客户，让更多人直销并产生兴趣	
多选	网盟地域推广可以细化到下面哪些层级？	校园	长沙市	江西省	海淀区	
单选	网盟推广中，对文字创意有什么限制？	一行标题，一行描述，一个链接	一行标题，一行描述，两个链接（展示链接和点击链接）	一行标题，两行描述，两个链接（展示链接和点击链接）	一行标题，两行描述，一个链接	
单选	网盟推广的兴趣定位，最多可以定位多少个一级兴趣点	16	17	18	19	
单选	百度统计代码需要添加到下面那个标签之前	</head>	</body>	</html>	</meta>	
多选	哪个工具可以帮助用户找到效果好的关键词	百度指数	百度点击量	百度商桥	百度统计	
多选	品牌专区有哪些营销价值	增强品牌信任度	危机公关	线上线下整合营销	更多的网民关注	
多选	通过百度指数可以了解到关键词的哪些信息	网民关注度	竞争对手的点击量	竞争对手的展现量	媒体关注度	
单选	以下关于百度统计的说法，错误的是	百度统计用于监测网民在某网站上的行为	百度统计可以监测到商户在百度投放的数据，如展现量，点击量等	商户使用百度统计需要在网站上添加代码	百度统计监测出的数据与其他第三方软件监测的数据有出入	

单选	某客户通过百度统计发现相关数据表现如下：抵达率：22% 跳出率：11% 平均访问时长：5 '21 ' 平均访问页数：4页 转化率：0.15% 请问最先优化以上那个指标比较合适？	平均访问时长	抵达率	平均访问页数	跳出率	
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理， 购买流程冗长	客户点击支付页面 跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	
单选	某客户降推广暂停时段设置在20点至24点，则网民不可以在什么时间看到推广结果：	19点至20点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	
多选	推广商户提交“婚纱摄影”为关键词，并参与精确短语匹配，则搜索以下哪个词时可以触发推广商户的结果	婚纱摄影工作室	婚纱写真摄影服务	出租婚纱摄影场地	浪漫 婚纱 摄影	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	某关键词状态有效且被触发时展现位置不是最后一名，影响其关键词每次点击价格包括下列哪些因素	最低展现价格	下一名关键词质量度	当前关键词质量度	下一名出价	
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化呢	创意的质量	网站的打开速度	关键词数量	关键词的排名	
多选	境外旅游关键词组里出现包含出国旅游，境外旅游景点等词，请问哪个关键词不适合放到该组？	出国旅游线路	境外旅游胜地	国外旅游	出境游报价	
单选	网盟推广中，图片创意的大小要控制在多少	40k	30k	55k	60k	
单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击率	推广信息费用/转化数量	点击数量/展现数量	点击费用/点击数量	每次展现排名的综合/展现次数的总和	
多选	关于关键词最低展现价格，以下哪些说法是正确的	不同推广商户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	已在线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，则无法展现	提交新的关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	该词的商业价值直接影响最低展现价格	
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发的广告，他可以通过运行什么报告来实现	搜索词报告	创意报告	关键词报告	账户报告	
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户哪一个层级进行设置	创意	推广单元	推广计划	关键词	
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作	添加关键词	设置否定关键词	设置每日预算	设置时段暂停	
单选	以下哪个关于创意规格的表述是错误的	右侧展现时，标题最多展现28个字符	左侧推广位置展现时，标题最多展现50个字符，描述1（最多80个字符）和描述2（最多80个字符）全部展现	左侧推广链接位置展现时，标题最多展现28个字符，描述1全部展现（最多80个字符），描述2不展现	右侧展现时，描述1拆分成两行展现，每行不超过40个字符，描述2不展现	

单选	若关键词与之匹配的创意都设置有访问URL，且不相同，则以下说法正确的是	实际推广按照关键词设置的访问URL跳转	实际推广按照创意设置的访问URL跳转	实际推广中一半按照创意设置的访问URL跳转，一半按照关键词设置的访问URL跳转	两个URL冲突，所以实际推广中无法进行正常跳转	
单选	小D在账户层级设置的每日预算为250元，在推广计划层级设置的每日预算为150元，且此账户只有这一个计划处于有效状态，则实际每日花费可能为	250	165	275	150	
多选	关于推广实况的说法正确的是：	使用推广实况查看当前推广展现情况时，会计入推广商户的展现量数据	使用推广实况查看当前推广展现情况时，不会计入推广商户的展现量数据	使用推广实况查看当前推广展现情况时，不能点击相关推广内容	使用推广实况查看当前推广展现情况时，可以点击相关推广内容	
多选	若推广单元“汽车-口碑”没有设置暂停，其内的关键词“十万元买什么车好”暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法错误的是	搜索结果中将看到排除关键词“十万元买什么车好”外的推广单元“汽车-口碑”中所有关键词的结果	搜索结果中将看到推广单元“汽车口碑”中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词“十万元买什么车好”的结果	搜索结果中将看到关键词“十万元买什么车好”的结果	
多选	以下关于精确否定关键词的说法，正确的是	可以与广泛匹配结合使用	若将关键词添加为精确否定关键词，则只要包含了该词的搜索词都不会触发推广商户的推广结果	若将关键词添加为精确否定关键词，则只有与该词完全一致的搜索词才不会触发推广商户的推广结果	可以与短语匹配结合使用	
多选	某推广商户提交关键词“温泉度假”，且参与短语匹配，则以下说法正确的是	网民搜索关键词“北京温泉度假”时，该推广商户可以展现结果	网民搜索关键词“温泉度假村”时，该推广商户可以展现结果	网民搜索“温泉度假酒店”时，该推广商户无法展现结果	网民搜索“温泉滑雪度假游”，该推广商户无法展现结果	
单选	如果在创意描述第一行出现“断句符插入过晚”提醒，会出现怎样的情况	系统自动改错	系统自动忽略	系统要求必须修改	系统自动报错	
单选	搜索推广与网盟推广相结合比单一方式投放的好处是	可以投放在所有的中文站点上	可以为更多的网站推广	其他皆不是	更大的流量、更低的成本、更多的转化	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据是展现量10000，点击量1000，cpc是0.1，转化率为0.5%，那么平均转化成本是多少？	100	50	200	20	
单选	某推广商户撰写了创意如下，网民搜索词 <u>学生假期托管班</u> 触发了商户所购买的关键词 <u>假期托管班</u> ，则推广信息在前台推广链接展示时应为：	比假期托管班更好的夏令营 比托管拥有更专业的师资,寓教于乐,即可登录官网了解详情	比托管更好的夏令营 比托管拥有更专业的师资,寓教于乐,即可登录官网了解详情	比假期托管班更好的夏令营 比假期托管班拥有更专业的师资,寓教于乐,即可登录官网了解详情 去假期托管班不如参加学习夏令营真	比假期托管班更好的夏令营 比假期托管班拥有更专业的师资,寓教于乐,即可登录官网了解详情	
	标题	描述1	描述2			



	比{托管}更好的夏令营	比{托管}拥有更专业的师资,寓教于乐,即可登录官网了解详情	去{假期托管}不如参加学习夏令营真实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力	实的英语学习环境,快乐学习,祝您一臂之力		
单选	某网站以1天内1个独立用户(UV)访问页面数达到10为一次有效的转化;某一个关键词1天内点击次数600次;只访问1次网站的UV350个,且有100个UV访问页面数达到10;访问网站2次的UV共200个,其中有150个UV每次访问网站的页面数为4,其余的UV每次访问网站页面数为6;请问该关键词为其网站带来的转化率是多少	91.70%	25.00%	16.70%	50%	
单选	某推广信息展现了4次,分别是第一名,第二名,第三名,第三名,则该推广信息的平均排名为多少	2.79	2.24	2.25	2.18	
单选	推广商户得到的推广结果如下表,请计算问号处ctr为多少	0.10%	10%	1.10%	1%	
	展现量 100	点击量 10	ctr ?			
单选	网盟推广中,对文字创意有什么限制?	一行标题,一行描述,一个链接	一行标题,一行描述,两个链接(展示链接和点击链接)	一行标题,两行描述,两个链接(展示链接和点击链接)	一行标题,两行描述,一个链接	
单选	关键词因账户达到消费预算而下线,推广商户未对消费预算进行提升,则账户内的关键词	次日七点生效	次日零点生效	60分钟左右生效	30分钟之内生效	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	某推广商户购买关键词商务酒店,网民在百度搜索上海商务酒店时看到了该商户投放的推广结果,则该商户有可能使用了以下哪些匹配模式?	否定匹配,否定词为上海商务酒店	广泛匹配	精确匹配	短语匹配	
多选	以下关于匹配模式的撰写格式,说法正确的是:	[港澳游]表示广泛匹配	[港澳游]表示精确匹配	"港澳游"表示广泛匹配	"[港澳游]"表示精确短语匹配	
单选	每次使用估算工具最多能够估算多少个关键词	10个	200个	50个	100个	
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果,原因可能是	创意状态为审核中	使用的IP地址在IP排除范围	关键词出价低于最低展现价格	消费完毕下线	
单选	关于蹊径预算及价格的说话正确的是:	预算需要单独设定:价格需要单独设定	预算从凤巢里出,不需要单独设定:价格需要单独设定	预算需要单独设定,价格同凤巢系统一样	预算从凤巢里出,不需要单独设定:价格同凤巢系统一样	

单选	以下关于设置周预算的说话，不正确的是：	对于经常撞线的客户，不用调整预算，只要调节一周内预算的分配，就可以有效的减少撞线情况，是客户获得更多点击	在一周内，平均分配预算，有效控制整体预算	在一周内，为客户自动分配预算，是预算摄影搜索引擎的流量变化，更少撞线	根据百度流量的趋势特点，按周进行投放分配更加合理	
多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	
多选	以下关于URL地址的表述，正确的是	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	显示URL以主域名为主，是为了突出品牌，方便记忆	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	
多选	为新开账户进行方案策划时，需要：	了解客户所处行业信息，确定推广的目标，并通过各种渠道收集客户产品/服务信息	细分产品/服务类型，在计划中设置尽量多的单元，并在单元中至少添加50个关键词	设置账户预算100元，根据产品/服务划分为产品词、价格类词汇2个计划，提交检索量大的词汇	提交客户主推产品/服务类词汇，并建议设置为广泛匹配	
多选	客户经营“河北格林堡升降机械有限公司”多年，于近期参加了百度推广；客户为账户建立了一个推广计划“河北推广计划”，在该计划中建立的推广单元分别是“地域类”、“公司类”、“产品类”。客户进行创意策划时，我们可以给予客户哪些建议？	在创意标题中写入完整的公司名称，使网民对客户公司加深印象	在创意标题的前28个字符内包含通配符，并确保关键词带入通配符后语句通顺	为“产品类”单元撰写创意时，建议加入多种联系方式，例如：QQ号码、MSN、邮箱等，这样可以有效提升客户咨询量	为“公司类”单元策划创意时，建议客户将公司简介页面的网址设置为访问URL	
单选	平均访问页数的计算方式是：	Visits/UV	跳出量/PV	PV/visits	Visits/clicks	
多选	小王现在的搜索推广已经做得不错了，为什么还要做网盟推广	网盟推广除了带来直接转化外，还可以促进品牌检索量以及线下购买	网盟推广覆盖百度之外的流量	网盟推广创意更多样，可以更好的提升品牌影响	网盟推广影响更多的潜在客户，让更多人直销并产生兴趣	
多选	相比上月的CPA情况，本月有所下降，可能是我们做了哪些工作带来的？	更精准的关键词	关键词、创意和网页相关度提高	搜索竞争降低	开通网盟广告	
单选	推广商户在账户层级已经设置了20个220.x.x.x否定IP地址段，该账户只有一个计划，在计划里又设置了另外的20个221.x.x.x否定IP地址段，那么该客户这个计划最终由多少个IP地址段看不到该商户的推广结果呢？	40个	20个	30个	60个	
单选	对于蹊径物料的要求，以下说法正确的是：	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为32个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为35个	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为35个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为28个	
单选	网盟推广的行业定位，最多可以定位多少个行业	23	24	25	26	

单选	百度统计代码需要添加到下面那个标签之前	</head>	</body>	</html>	</meta>	
多选	哪个工具可以帮助用户找到效果好的关键词	百度指数	百度点击量	百度商桥	百度统计	
多选	品牌专区有哪些营销价值	增强品牌信任度	危机公关	线上线下整合营销	更多的网民关注	
多选	通过百度指数可以了解到关键词的哪些信息	网民关注度	竞争对手的点击量	竞争对手的展现量	媒体关注度	
单选	以下关于百度统计的说法，错误的是	百度统计用于监测网民在某网站上的行为	百度统计可以监测到商户在百度投放的数据，如展现量，点击量等	商户使用百度统计需要在网站上添加代码	百度统计监测出的数据与其他第三方软件监测的数据有出入	
多选	4C理论包括以下几个	comsumer	cost	click	conversion	
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理，购买流程冗长	客户点击支付页面跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	
单选	某客户降推广暂停时段设置在20点至24点，则网民可以在什么时间看到推广结果：	19点至21点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	
多选	推广商户提交“婚纱摄影”为关键词，并参与精确短语匹配，则搜索以下哪个词不可以触发推广商户的结果	婚纱摄影工作室	婚纱写真摄影服务	出租婚纱摄影场地	浪漫 婚纱 摄影	
题型	题目	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现：	首页左侧无底色的推广文职，最多展现10条结果	首页左侧带有底色的推广链接位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两处展现的结果一致	首页右侧及翻页右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧有底色的推广链接，最多3条和推广位置，最多展现10条，且同时出现	123
多选	常规报告中提供的的数据指标包括	点击率	平均排名	平均点击价格	千次展现消费	123
多选	以下关于关键词工具中高级查询功能的说法，正确的是	当勾选“显示搜索量最高月份”后，显示推荐关键词在过去12月中搜索量最高的具体月份	当勾选“显示地域拓展词”后，代表推荐结果出现带有地域的关键词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，最多可输入10个词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，此时推荐结果中将不会出现包含这些词语的关键词	124
多选	否定关键词可以在账户的哪些层级设置	推广单元层级	推广计划层级	账户层级	关键词和创意层级	12
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作	设置统一出价	设置暂停	设置每日预算	设置IP排除	12
多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	23
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京、上海；在推广计划层级设置的地域为上海、广东，则实际投放地域为	上海、广东	没有任何一个地域	北京、上海	上海	1

多选	以下关于URL地址的表述，正确的是	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	显示URL以主域名为主，是为了突出品牌，方便记忆	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	123
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求	周六周日全天不进行推广	每天晚上5点-12点进行推广	每周一到周五进行推广	每月最后一周不进行推广	4
多选	推广客户为账户设置每日预算为1000元，计划A每日预算设置为500，计划B未设置每日预算，则以下说法正确的是：	当计划A达到限额500时，该计划下线	当计划级别达到限额1000时，所有计划全部下线	当计划A达到预算限额时，计划A和B同时下线	当计划A达到限额500时，计划A仍在线推广	12
多选	若推广单元A没有设置暂停，其内的关键词1暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看到关键词1的结果	搜索结果中将看到除关键词1外的推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词1的结果	34
多选	以下有关推广结果排序的相关说法，正确的是	因为同星同质量度也存在具体数值的波动，所以可能出现质量度星级相同的关键词，出价低的排名靠前	出价相同，质量度高的关键词排名靠前	质量度优秀的关键词，可能在出价低的情况下获得更好的排名	通常情况下，相同的质量度，出价高的排名更靠前	234
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	在账户内添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	增加符合网民搜索习惯、相关性又高的关键词	提高创意与关键词的相关性	1234
多选	关于匹配模式说法正确的是	广泛匹配覆盖的范围最大	时常下载搜索词报告，分析搜索词结果，将不相关关键词放入否定词，提高广告效果	否定匹配的出现加大了广告的精准性，减少预算的浪费，百度系统每个计划能提交500个否定关键词	使用广泛匹配减少了思考关键词的劳累过程，只要提交几个简单的关键词，系统便会帮助你匹配许多的关键词，并在左侧推广位置给予展现	12
单选	关键词"英语培训"参加了广泛匹配，当网民搜索以下哪些词时，不会触发推广商户的结果展现	英语周末培训班	疯狂英语口语	英语六级强化班	经纪人资格证学习班	4
单选	某商户提交关键词"英语培训"参加了广泛匹配，以下说法正确的是	可添加否定关键词"英语"，以防止网民搜索"外语培训"时出现广告	可添加否定关键词"培训"，以防止网民搜索"语言培训学校"时出现广告	可添加否定关键词"招聘"，以防止网民搜索"英语培训教师招聘"时出现广告	可添加否定关键词"英语"，以防止网民搜索"英语原声电影"时出现广告	3
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据是展现量10000，点击量1000，cpc是0.1，转化率为0.5%，那么平均转化成本是多少？	100	50	200	20	4
单选	小孙有一个电子商务网站，如果预计转化率0.25%，平均交易额2000，毛利率20%，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什么水平？	0.75	1	1.2	1.5	4
单选	商户的推广信息展现了100次，被点击了10次，则该推广信息的点击率为多少？	0.1%	1.1%	1%	10%	4

单选	某推广信息具体展现与排名情况如下图，则该推广信息的平均排名为多少	3	2.9	3.33	3.5	2
单选	某电子商务客户的1次成功转化为进入结算页面，那么某一个关键词1天的展示量为1000次，点击量为100次，消费为150元，且该关键词注册量为10次，进入结算页面5次，结算页面完成结算的3次，请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	5%	3.30%	3%	2%	1
多选	断句符能出现的位置，错误的是	标题、描述1和描述2	描述1和描述2	描述1	标题	12
单选	以下关于百度统计的说法，错误的是	百度统计用于监测网民在某网站上的行为	百度统计可以监测到商户在百度投放的数据，如展现量，点击量等	商户使用百度统计需要在网站上添加代码	百度统计监测出的数据与其他第三方软件监测的数据有出入	1
单选	本组关键词有“ 外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件 ”，如下哪个关键词添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	3
多选	关键词推荐工具中"日均搜索量"表示	某个关键词在最近一段时间被网民搜索的情况	推广商户对该关键词出价的情况	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注度情况	134
单选	当某推广商户账户内多个关键词都符合展现条件时，将优先展现：	最低展现价格高的关键词触发的创意	与网民搜索词字面完全一致的关键词触发的创意	出价高的关键词触发的创意	质量度高的关键词触发的创意	4
多选	网盟推广中，如果账户每天的展现量过少，可能的原因是	出价过低	投放站点过少	预算过少	投放地域过少	1234
多选	以下哪项是划分推广计划的好办法？	按照不同产品线或服务内容划分计划	按照不同推广日预算划分计划	将临时的促销活动单独作为一个计划	按照不同推广地域划分计划	1234
多选	系统默认的创意展现概率是	轮换	优先	优选	轮替	34
多选	假设推广结果都展现在首页，影响推广展现量的因素包括	分地域设置	关键词检索量	关键词匹配方式	首页关键词排名	123
单选	百度推广链接区域，最多能够出现几条推广信息	3条	2条	4条	5条	1
多选	关于常规报告中的分地域报告，说法正确的是	推广商户可以查询到某个推广计划的分地域报告	根据分地域报告提供的数据，推广商户可结合各地域的推广效果来调整推广方案	推广商户通过查询分地域报告，可以了解潜在用户的分布	推广商户可以查询到分地域报告中的平均排名等数据信息	23
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	使用的IP地址在排除范围	关键词出价低于最低展现价格	创意状态为审核中	消费完毕下线	1234
多选	估算工具中，可以调整估算词的哪些参数	每次点击最高出价	关键词匹配模式	推广地域	推广时段	13
单选	历史操作查询工具最多可以查询到商户多长时间的历史数据	最近一周	最近三个月	最近一个月	最近六个月	2
单选	设置时段暂停可以在哪个级别进行	关键词2最终点击价格不会高于1.5	推广单元	账户	推广计划	4
多选	在推广计划级别，可以进行以下哪些操作	设置IP排除	设置否定关键词	设置统一出家	设置时段暂停	124

多选	以下关于IP排除，说法正确的是	用户设置IP排除时，不能添加自己的IP地址	推广实况展示的推广结果与用户是否设置IP排除无关	用户将自己的ip地址设置成ip排除后，用户仍可以在该ip地址搜索到自己公司的推广结果	用户将自己的地址设置为ip排除地址后，推广实况中仍可以看到自己的推广结果	24
单选	推广计划A设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1设置了精确否定匹配英语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	英语培训广告	英语招聘	培训英语	英语培训教师	2
单选	关于每日消费预算的说法不正确的是	推广商户可以在推广单元层级设置每日消费预算	对于推广预算有限的商户，可以帮助其控制消费	推广商户可以在推广计划层级设置每次消费预算	每日最低消费预算为50/天	1
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	在账户内添加相关性高的关键词	在账户内添加热门、检索量高的关键词	设置合理的账户结构	提高创意与关键词的相关性	1234
单选	推广商户提交“婚纱摄影”为关键词，并参与短语匹配，同时将“出租”设为否定关键词，则搜索以下哪个词时可以触发推广商户的结果	婚纱摄影工作室	婚纱写真摄影服务	出租婚纱摄影场地	婚纱摄影器材出租	1
单选	某关键词最低展现价格1，将最高出价设为1.50，则实际CPC很可能为	1.2	0.8	1.6	0.9	1
单选	在百度统计中，百度推广来源报告最细可以看到哪个层级	推广计划	推广单元	关键词	账户	3
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	网站的打开速度	关键词的选择	关键词的排名	创意的质量	23
多选	关键词推荐工具中“日均搜索量”表示	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注程度	某个关键词在最近若干天被网民搜索的情况	客户对该关键词出价的情况	123
单选	关于检索量过低的描述正确的是	检索量过低关键词不会影响推广商户核心关键词的质量度	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予提示	1
多选	小王现在的搜索推广已经做得不错了，为什么还要做网盟推广	网盟推广除了带来直接转化外，还可以促进品牌检索量以及线下购买	网盟推广覆盖百度之外的流量	网盟推广创意更多样，可以更好的提升品牌影响	网盟推广影响更多的潜在客户，让更多人直销并产生兴趣	1234
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	关键词是否有足够的展现机会	网站结构或内田是否适合营销	排名是否靠前	创意是否吸引人	1234
单选	以下关于优选的说法正确的是	是指系统将选择点击率更高的创意予以更多的展现	是指系统根据创意修改的频率的高低顺序来予以展现	是指系统将根据创意提交时间的先后顺序来予以展现	是指系统将选择推广商户指定的创意予以更多的展现	1
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广展现量的因素包括	首页关键词排名	关键词匹配方式	分地域设置	推广预算设置	1234
单选	账户中新提的关键词，质量度是多少	1星或2星。由于是新词，质量度不可能一下子到达三星	1星	不一定	2星	3

单选	下列哪项建议对于需要提升咨询量的客户有直接的帮助？	提高电话接听人员的营销能力	确保接到在线咨询时能快速做出反应	将网站内的电话放在更明显的位置	针对客户问题做出专业解答	3
单选	以下组合模式无效的是	精确匹配+否定关键词	广泛匹配+否定关键词	短语匹配+精确否定关键词	广泛匹配+精确否定关键词	1
单选	下列哪项建议对于“咨询量多，订单量少”的客户有直接的帮助？	在创意中增加吸引网民的内容	提高网站访问速度	提高电话接听人员的营销能力	将关键词的匹配模式全部改为广泛	3
单选	某客户通过百度统计发现相关数据表现如下：抵达率：22% 跳出率：11% 平均访问时长：5 '21 ' 平均访问页数：4页 转化率：0.15% 请问最先优化以上那个指标比较合适？	平均访问时长	抵达率	平均访问页数	跳出率	2
单选	在多个层级进行同一功能设置，实际执行结果为设置的合集“+”的关系，这一规则适用于	访问URL	消费预算	出价	否定关键词	4
单选	关于百度商桥，以下说法错误的是？	百度商桥是一个方便客户查看网站访客留言的留言系统工具	百度商桥是一个稳定强大的网站实况监控工具	百度商桥是一款7*24在线的网站沟通工具	百度商桥是一个方便实用的推广效果评估工具	2
多选	提升点击率应从以下哪些方面入手	提升关键词的出价	优化创意尽量显红	增加关键词的推广地域	取消预算限制	12
多选	通过百度商桥，当有访客咨询时，商桥为客户提供了	熟人识别	来源词提示	访客名片和访客记录	访客的IP地址	1234
多选	以下哪些因素会影响搜索推广效果转化漏斗中“展现量”向“点击量”的转化：	账户结构	关键词的检索量	网站打开速度	关键词的排名	124
多选	出价、最低展现价格、点击价格三者关系正确的是：	出价如果低于最低展现价格，则改词无法展现	最低展现价格≤出价≤点击价格	实际点击价格不高于出价	最低展现价格会有浮动（质量度的变化或商业价值的变化）	134
多选	以下4种样式的搜索结果中，哪些不可以同时展现？	“推广”样式	“推广链接”样式	“右侧推广链接”样式	“百度快照”样式	12
单选	网站获得流量最好的方法是什么？	点击付费广告	购买高PR值链接以提高本站PR值，以提高在搜索引擎中的排名	提交网站到搜索引擎和分类目录，专心创建网站内容		2
单选	一个纯内容的页面(如文章，博客等)应该有多少字？	100-200字	400-800字	200-400字	800字以上	4
单选	最优关键字密度是多少？	2%-8%；	页面内容保持正常，但是利用隐藏文字，alt标签，meta标签尽量多加关键字；	尽可能保持文章对用户的友好性；	不管关键字密度，搜索引擎不关心这个，只集中于内容，做到人们都爱链接你的页面	4

单选	网站上的图片应该怎样进行优化？	利用alt标签精确描述每张图片，包括图片周围的描述性内容；	在alt标签中写上最重要的关键字，后面加上“图片”；	只在必要的时候使用，不用每张都加，因为这根本不重要	利用alt标签加入关键字列表以增加关键字密度。	1
多选	搜索引擎最信任哪种网站？	PR值高的网站；	后缀名为.edu和.gov网站；	PR值低但反向链接多的网站；	PR值中等到高且拥有很多高PR值反向链接的网站；	24
多选	为新开账户进行方案策划时，需要：	了解客户所处行业信息，确定推广的目标，并通过各种渠道收集客户产品/服务信息	细分产品/服务类型，在计划中设置尽量多的单元，并在单元中至少添加50个关键词	设置账户预算100元，根据产品/服务划分为产品词、价格类词汇2个计划，提交检索量大的词汇	提交客户主推产品/服务类词汇，并建议设置为广泛匹配	1 4
多选	客户经营“河北格林堡升降机械有限公司”多年，于近期参加了百度推广；客户为账户建立了一个推广计划“河北推广计划”，在该计划中建立的推广单元分别是“地域类”、“公司类”、“产品类”。客户进行创意策划时，我们可以给予客户哪些建议？	在创意标题中写入完整的公司名称，使网民对客户公司加深印象	在创意标题的前28个字符内包含通配符，并确保关键词带入通配符后语句通顺	为“产品类”单元撰写创意时，建议加入多种联系方式，例如：QQ号码、MSN、邮箱等，这样可以有效提升客户咨询量	为“公司类”单元策划创意时，建议客户将公司简介页面的网址设置为访问URL	2 4
多选	在策划关键词时，以下哪些方法有助于提高广告点击的针对性？	提高关键词的出价	增加品牌+产品名称类关键词	增加适量的否定关键词	只提交产品型号类型关键词	2 3
多选	某客户单元名为“婴儿辅食”，以下哪些关键词适合添加到该单元下？	婴儿营养米粉	婴幼儿游泳	婴幼儿苹果泥	宝宝纸尿裤	1 3
多选	以下哪些工具可以帮助用户找到效果好的关键词：	百度指数	转化跟踪工具	百度商桥	百度统计	1 2 3 4
多选	客户从事“旅游”行业，在原计划“海岛游”中，出现以下哪些情况时需要策划新的单元：	客户重新设计了网站风格	客户新增预定机票业务	客户新增巴厘岛旅游线路	客户新增游艇代理租赁业务	234
单选	以下4组计划名称属于哪个策划角度： 第一组：国内旅游计划、欧洲旅游计划； 第二组：旅行社计划、旅游网计划； 第三组：商务旅游计划、家庭旅游计划； 第四组：春节优惠计划、暑期特价计划；	1假期促销；2公司名称；3客户类型；4产品地域	1产品地域；2公司名称；3客户类型；4假期促销	1客户类型；2假期促销；3产品地域；4公司名称	1产品地域；2客户类型；3公司名称；4假期促销；	2
单选	某汽车客户，想重点覆盖一些已经有购车需求，但是还没有明显的品牌和产品倾向的人群，应该购买以下哪种类型的关键词来达到他的营销目的？	品牌词	具体车型词	通用词：如30万以下买什么车好	人群词：如金融财经	3
单选	某品牌客户，效果考核的核心指标为CPM，请问CPM的计算方式是：	CPM=展现/消费	CPM=（展现/消费）*1000	CPM=（消费/展现）*1000	CPM=消费/转化次数	3



单选	某网站以1天内1个独立用户(UV)访问页面数达到10为一次有效的转化；某一个关键词1天内点击次数600次；只访问1次网站的UV350个，且有100个UV访问页面数达到10；访问网站2次的UV共200个，其中有150个UV每次访问网站的页面数为4，其余的UV每次访问网站页面数为6；请问该关键词为其网站带来的转化率是多少	91.70%	25.00%	16.70%	50%	2
单选	平均访问页数的计算方式是：	Visits/UV	跳出量/PV	PV/visits	Visits/clicks	3
多选	同一组中两条创意，推广两个星期后，其中一条创意的点击率很差，我们应当？	放任，总会好起来的	按照好的那条创意再撰写一条	再观察一段时间做决策	换个思路写一条	24
多选	相比上月的CPA情况，本月有所下降，可能是我们做了哪些工作带来的？	更精准的关键词	关键词、创意和网页相关度提高	搜索竞争降低	开通网盟广告	12
多选	电商客户近期百度搜索账户中品牌词的流量大幅下降，原因？	竞争对手购买客户品牌词，广告排位更靠前	客户购买了品牌专区	广告创意已经不能吸引到客户点击	统计出现错误	123
多选	我们持续的对广告创意和关键词的相关度进行优化，却发现网页跳出率在一直上升，有什么可能的原因？	相比竞争对手，产品或服务不存在优势	创意优化思路需要再调整	广告创意和网页的相关性差	广告计划的预算不充足	123
多选	客户在选择好商品后，到购买支付的环节跳出率特别高，可能是哪些原因造成的？	可供选择的支付方式较少	网页设置不合理，购买流程冗长	客户点击支付页面跳转后无法打开	客户购买决策发生改变	123
单选	使用市场营销的4ps协助客户分析产品时，主要分析哪些项目？	产品、服务、分销、推广	产品、价格、分销、促销	产品、价格、促销、媒体	产品、价值、分销、促销	2
多选	相比SEM，SEO有哪些优点？	时间周期快	无需承担竞价风险	操作方便	成本低廉	24
单选	某客户关键词A使用短语匹配，客户想知道当用户检索哪些关键词时，匹配到了关键词A，请问客户应该在账户内查看什么报告？	关键词报告	搜索词报告	创意报告	推广单元报告	2
单选	内容很少的网站获得高排名的最好方法？	拥有大量各种各样网站的自然(内容相关)反向链接；	网站页面填满关键字和隐藏文字	使用内容生成软件来做搜索引擎作弊来获得搜索引擎排名	付费来获得高PR值。	1
单选	下面哪个网站能提供高质量的链接？	PR=7的网站；	和你的网站内容接近且拥有从.edu和.gov反向链接的PR=5的网站；	拥有大量被搜索引擎K掉的重复页面。	有一些可信的反向链接，PR=6，但和你的网站关系不大的网站。	2
多选	某推广单元名称为“地域家具定制”，关键词有： 无锡家具定制 常州家具定制 苏州家具定制 江阴软装饰公司 装饰油画订制 常州软装 为了使单元内的关键词词性统一，应将哪些关键词移出。	装饰油画订制	苏州家具定制	常州软装	江阴软装饰公司	134

单选	搜索引擎搜索结果页面，简称什么？	SERP	SEM	PPC		1
单选	一个 SEO 良好的网站，其主要流量往往来自	首页	内容页面	目录页面		2
单选	客户在账户层级已经设置20个220.x.x.x否定ip地址段，该账户只有一个计划，在计划里有设置了另外20个221.x.x.x否定ip地址段，那么该客户这个计划最终有多少个ip地址段看不到客户的推广结果呢？	60个	30个	40个	20个	3
单选	每次使用估算工具最多能估算多少个关键词？	50	100	200	10	2
多选	小张的网站通过百度统计得到以下的数据：平均访问时长为7秒，单页面访问率98%，可能有哪些原因？	关键词排名太低	某些关键词的相关度不够	网页加载时间过长	来访者在登陆页面上看不到他们想看的内容	234
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	关键词数量	关键词和精细分组	关键词排名	创意的质量	34
单选	每次使用估算工具最多能够估算多少个关键词？	10个	200个	50个	100个	4
多选	常规报告中包括以下哪些报告？	地域报告	推广计划报告	搜索词报告	创意报告	124
多选	推广单元A 出价为2，其内的关键词1出价为1，关键词2出价为2.5，则以下说法正确的是：	关键词2最终点击价格不会高于2.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词1最终点击价格不会高于1	关键词2最终点击价格不会高于1	13
单选	某账户设定消费限额为100元，在当天的消费还未达限时，将消费限额修改为200元，请问账户当天预算消费完下线时，当天消费与哪个金额最接近？	190	110	220	100	3
单选	某推广商户提交关键词英语培训并参加广泛匹配，用以推广其英语培训的业务，则以下说法正确的是：	推广商户可添加否定关键词英语，以防止网民搜索英语原声电影时出现其广告	推广商户可添加否定关键词英语，以防止网民搜索外语培训时出现其广告	推广商户可添加否定关键词培训，以防止网民搜索语言培训学校时出现其广告	推广商户可添加否定关键词招聘，以防止网民搜索英语培训教师招聘时出现其广告	4
单选	某推广信息具体的展现与排名情况如下则推广信息的平均排名为多少？ 展示次数      4          2          5 点击次数      1          1          2 排名          3          1          2	2.79	2.24	2.18	2	3
单选	已知账户的CTR=1.8%，CPC=1.2，ROI=1.3. 请计算CPM是多少	21.6	28.08	15.6	23.4	1
单选	网盟推广中，图片创意的大小要控制在多少？	40K	30K	55K	60K	3
单选	百度搜索推广的信息可在百度搜索结果页首页的哪些位置显示？	仅在页面右侧出现推广信息	仅在页面左侧上方和页面右侧都显示推广信息	仅在页面左侧上方出现推广信息	页面左侧上方、下方和页面右侧都可显示推广信息	4

单选	小周不希望他的搜索推广在周末有推广，他需要在账户哪个层级进行设置？	创意	推广单元	推广计划	关键词	3
多选	哪些创意可以同时展现	推广	推广链接	右侧链接	百度快照	134/234
多选	百度社区类产品有哪些	ting !	百科	贴吧	文库	1234
多选	推广单元A出价为2.5，其内的关键词1出价为2，关键词2出价为2.8，则以下说法正确的是：	关键词2 最终点击价格不会高于2.5	关键词1 最终点击价格不会高于2	关键词2 最终点击价格不会高于2.8	关键词2 最终点击价格不会高于2	23
单选	小D 在账户层级设置的每日预算为250元，在推广计划层级设置的每日预算为150元，且此账户只有这个计划处于有效状态，则实际每日花费可能为：	250 元	165 元	275 元	150元	4
多选	某推广商户提交关键词温泉度假，且参与短语匹配，则以下说法正确的是：	网民搜索关键词北京温泉度假时，该推广商户可以展现结果	网民搜索关键词温泉度假村时，该推广商户可以展现结果	网民搜索温泉度假酒店时，该推广商户无法展现结果	网民搜索温泉滑雪度假游时，该推广商户无法展现结果	12
单选	推广商户得到的推广结果如下表，请计算问号处（CTR）为多少？ <b>展现 10000；点击量 10；CTR ？</b>	10.00%	1%	0.10%	1.10%	3
单选	搜索推广与网盟推广相结合比单一方式投放的好处是：	可以投放在所有的中文站点上	可以为更多的网站推广	其他皆不是	更大的流量、更低的成本、更多的转化	4
单选	关于检索量过低的描述正确的是：	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	4
多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，则以下说法正确的是：	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于1.5	12
多选	以下关于关键词出价，说法正确的是：	出价对于提高质量度没有任何影响	提高出价是提升排名的方法之一	出价是指推广商户所支付的最终价格	关键词的质量度相同，出价越高排名越靠前	24
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京，上海；在推广计划层级设置投放地域为上海，广东；投放地域为：	上海，广东	没有任何一个地域	北京 上海	上海	1
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	关键词所在计划超出消费限额	关键词状态为搜索无效	关键词出价低于最低展现价格	使用的IP 地址在IP排除范围	1234
单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为河北，推广计划A推广地域为吉林，推广计划B推广地域为上海，推广计划C无设置则以下说法正确的是：	推广计划A的实际投放地域为上海	推广计划C的实际投放地域为河北	推广计划B的实际投放地域为河北	推广计划A的实际投放地域为河北	2
多选	若推广单元好玩网游没有设置暂停，其内的关键词2010年最好玩的网游暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到关键词2010年最好玩的网游的结果	搜索结果中将看到推广单元好玩网游中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词2010年最好玩的网游的结果	搜索结果中将看到除关键词2010年最好玩的网游外的推广单元好玩网游中所有关键词的结果	34

单选	搜索推广中，使用以下哪一组关键词的匹配设置，可以获得最多的展现机会？	[和田玉]；"和田玉批发"	和田玉；"和田玉批发"	和田玉；和田玉批发	[和田玉]；[和田玉批发]	3
多选	某电子商务推广商户的1次成功转化为进入结算页面，则转化率应为： <b>展现量 600；cpc 0.5；消费 150；注册 10；进入结算页面 6；完成结算 3；</b>	2.00%	3.30%	4.00%	1.00%	1
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化：	关键词的排名	网站的打开速度	关键词的选择	创意的质量	134
多选	以下哪个会是关键词点击率低的直接原因？	限制了投放地域	出价较低，排名靠后	关键词与创意相关性差	关键词匹配模式都设成了广泛匹配	234
多选	常规报告中包括以下哪些报告？	创意报告	地域报告	推广计划报告	搜索词报告	123
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作：	添加关键词	设置否定关键词	设置每日预算	设置时段暂停	12
单选	网盟广告的文字创意形式 是什么样的	标题，描述	标题描述1描述2	标题描述1描述2显示URL	标题描述1描述2显示URL 访问URL	4
单元	营销的4p理论中，以下哪个不是？	price	person	product	promotion	2
单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为北京，推广计划A 推广地域为浙江，推广计划B 推广地域为重庆，推广计划C 无设置则以下说法正确的是：	推广计划C的实际投放地域为北京	推广计划A的实际投放地域为重庆	推广计划A的实际投放地域为北京	推广计划B的实际投放地域为北京	1
多选	若推广单元汽车-口碑没有设置暂停，其内的关键词十万元买什么车好暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到除关键词十万元买什么车好外的推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看到推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词十万元买什么车好的结果	搜索结果中将看到关键词十万元买什么车好的结果	13
单选	以下哪些组合模式无效：	广泛匹配+精确否定关键词	广泛匹配+否定关键词	短语匹配+精确否定关键词	精确匹配+否定关键词	4
单选	某推广信息具体的展现与排名情况如下则该推广信息的平均排名为多少？ <b>展示次数 3 7 10</b> <b>点击次数 0 1 3</b> <b>排名 3 2 4</b>	3	3.5	3.15	3.75	3
单选	小张的网站通过百度统计得到以下的数据：平均访问时长7秒，单页面访问率98%，最可能是哪个原因？	来访者在登陆页面上看不到他们想看的内容	网页加载时间过长	关键词排名太低	创意中没有使用通配符	1
多选	对于基于点击行为的人群定向（回头客），正确的有：	cookie 有效期3天是指针对最近3天内点击过指定搜索广告的cookie展现	可以灵活指定cookie 有效期，最长支持90天内的历史点击行为跟踪	cookie 有效期选择越长，可以覆盖越大的cookie 量	只针对点击过指定搜索广告的cookie展现	134
多选	下列发生哪种情况时，可能与关键词的质量度有关？	关键词状态变成搜索无效	平均排名下降	平均点击费用上升	关键词由于搜索量过低而下线	123
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广的展现量因素包括：	首页关键词排名	关键词匹配方式	关键词检索量	分地域设置	234

多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	创意状态在审核中	使用的IP地址在IP的排除范围	关键词出价低于最低展现价格	消费完毕下线	1234
多选	估算工具可以估算出以下哪些内容：	排名	关键词搜索量	日均点击	最低展现价格	123
多选	推广计划A 设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1 设置了精确否定匹配外语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	外语培训教师	培训外语	外语招聘	外语培训招聘	34
多选	影响关键词的质量度的因素包括：	平均停留时间	关键词点击率	关键词出价	关键词于创意的相关性	24
多选	若推广单元A没有设置暂停，其内的关键词1暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看到关键词1的结果	搜索结果中将看到除关键词1外的推广单元A中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词1的结果	34
单选	断句符在以下哪种展现形式有效？	右侧的推广链接	左侧的推广链接	推广	左侧和右侧的推广链接	1
单选	本组关键词有“外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件”，如下哪个关键词添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	3
单选	下有关轮替的说法，正确的是：	是指每条创意不按任何规律，随机展现	是指每条创意将以同等的展现概率，进行展现	是指每条创意展现10次后，再展现下一条创意，轮换展现	是指每条创意展现5次后，再展现下一条创意，轮换展现	2
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	账面余额为零	关键词所在计划超出消费限额	创意状态为审核中	关键词出价低于最低展现价格	1234
单选	关键字最高出价是：	999.99	100	500	800	1
多选	网盟123及百度创意专家可以制做哪些类型的物料	jpg	swf	png		12
多选	4c理论包括什么	consumer	cost	costumer	communication	124
单选	以下哪个关于创意规格的表述是错误的？	右侧展现时，标题最多展现28个字符	左侧推广位置展现时，标题最多展现50个字符，描述1（最多80个字符）和描述2（最多80个字符）全部展现	左侧推广链接位置展现时，标题最多展现28个字符，描述1全部展现（最多80个字符），描述2不展现	右侧展现时，描述1拆分成两行展现，每行不超过40个字符，描述2不展现	3
多选	影响关键词质量度的因素包括：	关键词点击率	平均停留时间	关键词与创意的相关性	关键词出价	13
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，平均转化成本是多少？ <b>展现量 10000，点击量 1000，cpc 0.1，转化率 0.5%</b>	20	100	50	200	1
单选	某电子商务推广商户以进入结算页面为1次转化，则转化率应为： <b>展现量 10000；点击量 80；消费 100；注册 5；进入结算页面 2；完成结算 1。</b>	5.00%	6.25%	1.25%	2.50%	4
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化：	关键词数量	创意的质量	关键词的精细分组	关键词的排名	24

单选	关于推广优化的表述错误的是	优化可以帮助我们 在相同的投入下获得 更多的回报	优化是一个持续的 过程	优化是提升帐户投 放效果必须进行的	帐户持续投放就能 获得良好效果，不 需要进行优化	4
单选	退出率和跳出率的关系	退出率大于跳出率	退出率小于跳出率	有关系，说不清楚	没关系	4
多选	小吴完成了投放设置，但是却没有展现，可能的原因是	关键词还在审核过程中	账户没有余额	账户未生效	出价过低，没有竞争到展现机会	1234
多选	关于常规报告中的分地域报告，说法正确的是：	推广商户可以查询到分地域报告中的平均排名等数据信息	推广商户通过查询分地域报告，可以了解潜在客户的分布	根据分地域报告提供的数据，推广商户可结合各地域的推广效果，来调整推广方案	推广商户可以查询到某个推广计划的分地域报告	23
多选	在推广单元级别中，可以进行一下哪些操作：	设置IP排除	添加关键词	设置时段暂停	设定否定关键词	24
多选	百度账户级别有	推广计划	推广单元	关键词	搜索和网盟	123
多选	推广商户可以从哪些方面对质量度进行优化：	合理使用通配符，优化创意质量	在账户内添加相关性高的关键词	提高关键词出价	设置合理的账户结构	124
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表,请问问号处（CPM）是多少？ <b>展现量10000；点击量1000；cpc 0.5；CPM？</b>	100	20	10	50	4
单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击率？	推广信息费用/转化数量	点击数量/展现数量	点击费用/点击数量	每次展现排名的总和/展现次数的总和	2
多选	以下关于关键词出价，说法正确的是：	关键词质量度相同，出价越高排名越靠前	提高出价是提升排名的方法之一	出价是指推广商户为点击所支付的最终价格	出价对于质量度没有任何影响	124
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广展现量的因素包括：	分地域设置	关键词检索量	首页关键词排名	关键词匹配方式	124
多选	以下关于关键词推荐工具中高级查询功能的说法，正确的是：	当勾选“显示地域拓展词”后，代表推荐结果出现带有地域的关键词	当勾选“显示搜索量最高月份”后，显示推荐关键词在过去12个月中搜索量最高的具体月份	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语，此时推荐结果中将不会出现包含这些词语的关键词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，最多可输入20个词	123
多选	哪些百度产品可以覆盖品牌词	地标	掘金	搜索	品专	234
多选	百度百科的产品特色有哪些	客观性	权威性	时代性	系统性	1234
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	在账户内添加相关性高的关键词	在账户内添加热门、检索量高的关键词	设置合理的账户结构	提高创意与关键词的相关性	134
单选	若关键词与之匹配的创意都设置有访问URL，且不相同，则以下说法正确的是	实际推广按照关键词设置的访问URL跳转	实际推广按照创意设置的访问URL跳转	实际推广中一半按照创意设置的访问URL跳转，一半按照关键词设置的访问URL跳转	两个URL冲突，所以实际推广中无法进行正常跳转	1
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化：	在账户内添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	提高创意与关键词的相关性	设置合理的账户结构	1234

单选	小孙有一个电子商务网站，数据如下，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什么水平？ <b>预计转化率 0.25%；平均交易额 2000；毛利率 20%</b>	1.5	1	1.2	0.75	4
单选	如果在创意第一行出现“断句符插入过晚”的提醒，会出现怎样的情况？	系统自动改错	系统自动忽略	系统要求必须修改	系统自动报错	2
单选	有广告创意如下： 请问哪个关键词不能与该创意匹配？ 标题：{酒店}春节促销,房价5折优惠! 描述：春节期间全面半价,{酒店}房价最低317元起!还可享免费午餐,儿童免费住宿及餐饮	希尔顿客房	预订希尔顿	希尔顿酒店	希尔顿房价	4
单选	系统默认的创意展示概率是:	优选	轮替	轮换	优先	1
多选	断句符能出现的位置，哪些说法是错误的？	标题，描述1和描述2	描述1和描述2	描述1	标题	12
单选	历史操作查询工具最多可以查询到推广商户多长时间的历史数据	最近1周	最近六个月	最近三个月	最近一个月	3
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现：	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	首页右侧及翻页后右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧带有底色的“推广链接”位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两处展现的结果一致	首页左侧有底色的“推广链接”最多3条和“推广”位置，最多展现10条结果，且同时出现	123
单选	推广商户在账户层级中已经设置了20个220.x.x.x否定IP地址段，该账户只有一个计划，在计划里又设置了20个221.x.x.x否定IP地址段，那么该客户这个计划最终有多少个IP地址段看不到该商户的推广结果呢？	40	20	30	60	1
单选	以下关于层级功能设置的相关说法，不正确的是：	推广商户可以在推广计划层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广计划层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“时段暂停”设置	4
单选	以下关于匹配模式的撰写格式，说法正确的是:	关键词加上“”表示短语匹配	关键词加上“”表示广泛匹配	关键词（什么都不加）表示短语匹配	关键词加上“”表示精确匹配	1
单选	推广商户得到的推广结果如下，请计算问号处（CTR）为多少？ <b>展现量 100；点击量 10；CTR？</b>	0.10%	10%	1.10%	1%	2
多选	关于关键词最低展现价格，以下哪个说法是正确的？	不同推广商户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	已在线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，则无法展现	提交新的关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	该词的商业价值直接影响最低展现价格	124

单选	关于检索量过低的描述正确的是：	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	2
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发广告，他可通过运行什么报告来实现？	搜索词报告	创意报告	关键词报告	账户报告	1
单选	推广商户想了解关键词在异地的推广情况，可使用：	批量工具	账户分析工具	估算工具	推广实况工具	4
多选	以下哪些情况会导致网盟广告创意不展示	有黑名单的字	有涉黄的字	文字和文字或者文字和图片有重叠	清晰的文字广告	123
多选	百度贴吧的产品特色有哪些	兴趣聚合	开放分享	全面丰富		123
多选	以下有关推广结果排序的相关说法，正确的是	因为同星同质量度也存在具体数值的波动，所以可能出现质量度星级相同的关键词，出价低的排名靠前	出价相同，质量度高的关键词排名靠前	质量度优秀的关键词，可能在出价低的情况下获得更好的排名	通常情况下，相同的质量度，出价高的排名更靠前	1234
单选	以下关于层级功能设置的相关说法，不正确的是：	推广商户可以在推广计划层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广计划层级进行“暂停推广”设置	3
多选	以下关于精确否定关键词的说法，正确的是：	可以与广泛匹配结合使用	若将关键词添加为精确否定关键词，则只要包含了该词的搜索词都不会触发推广商户的推广结果	若将关键词添加为精确否定关键词，则只有与该词完全一致的搜索词才不会触发推广商户的推广结果	可以与短语匹配结合使用	134
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表,请问问号处（CPM）是多少？ 展现量 10000；点击量2000；cpc 0.1；CPM？	100	50	20	10	3
单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击率？	点击费用/点击数量	每次展现排名的总和/展现次数的总和	推广信息费用/转化数量	点击数量/展现数量	4
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京、上海；在推广计划层级设置的地域为上海、广东，则实际投放地域为	上海、广东	没有任何一个地域	北京、上海	上海	1
多选	假设推广结果都展现在首页，影响推广展现量的因素包括	分地域设置	关键词检索量	关键词匹配方式	首页关键词排名	123
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作：	设置时段暂停	设置否定关键词	设置每日预算	添加关键词	24
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	一个搜索推广账户可包括（）个推广计划、每个推广计划最多包括（）个推广单元？	100,500	100、1000	100,100	10,500	2



单选	某账户设定的消费限额为100元，在当天的消费还未达限时，将消费限额修改为200元，请问账户当天预算消费完下线时，当天消费与哪一个金额最接近？	100	220	110	100	2
单选	以下有关创意展示概率的说法，错误的是：	系统默认的创意展示概率是优选	分为轮替和优选两种	系统默认的创意展示概率是轮替	创意展示概率在推广计划层级设置	3
多选	否定关键词可以在账户哪些层级设置？	推广计划层级	关键词和创意层级	账户层级	推广单元层级	14
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	创意是否吸引人	网站结构或内容是否适合营销	排名是否靠前	关键词是否有足够多的展现机会	1234
单选	推广单元“理财保险-福禄双喜”创意如下：标题：中国人寿保险{福禄双喜保险}^,满期还本，享受分红；描述1：中国人寿福禄双喜集返还分红保障于一身.^生存保险金+满期保险金+身故保险金.描述2：规划财富人生，给您多重收益和生命保障,中国人寿,相知多年,值得托付！ 以下哪组关键词不适合分到该组别中？	国寿福禄双喜保险、中国人寿福禄双喜	福禄双喜保险、福禄双喜两全保险	福禄双喜、福禄双喜两全	福禄双喜两全保险、福禄双喜分红保险	1
多选	以下关于账户报告中各项指标的描述，正确的是	千次展现消费表示获得一千次展现机会所付出的推广费用	展现量即推广结果在一定时间、一定范围内获得的展现次数	点击率=点击量/展现量，点击率越低反映了网民对这条推广结果更感兴趣	平均点击价格=消费总额/点击次数	124
单选	本组关键词有“ 外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件 ”，如下哪个关键词添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	3
单选	在网民搜索时，如果推广商的账户内符合网民搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意在搜索结果页获得的出现次数，称之为：	展现量	点击量	检索量	搜索量	1
单选	对下列关键词进行分组，哪一分组比较合理：汽车，商务轿车，大众迈腾，一汽大众，volvo，沃尔沃，沃尔沃S80i，volvoS40	汽车，商务轿车，大众迈腾	汽车，一汽大众，volvo	商务轿车，volvo，volvoS40	volvo，沃尔沃	4
多选	想要通过搜索推广展开营销活动前下列哪些前期工作是必要的？	准备一个营销目的的网站	挑选相关关键词并撰写针对性强的创意	开通并激活一个搜索推广账户	设置一个专用热线电话	1234
单选	广告创意在以下哪种情况下无法正常展示	广告创意的标题为50个中文字符	所需推广网站内容完全为日语	点击所需推广网站URL后超过15秒仍无法显示页面内容	所需推广网站完全为Flash与java制作	1
多选	有效提升推广结果展现量的方法有哪些？	对创意进行关键词嵌入	将关键词设置成广泛匹配	增加关键词数量	提交多套创意	1234
单选	某网站以1次点击带来的访问粘度大于10PV为1次转化；某关键词1天平均带来的访问粘度12PV，关键词点击次数为200次。具体数据请见下表。请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	60%	100%	40%	50%	3

单选	以下哪个关于创意规格的表述是错误的？	右侧展现时，描述1拆分成两行展现，每行不超过40个字符，描述2不展现	右侧展现时，标题最多展现28个字符	左侧”推广“未知展现时，标题最多展现50个字符，描述1（最多80个字符）和描述2（最多80个字符）全部展现	左侧”推广链接“位置展现时，标题最多展现28个字符，描述1全部展现（最多80个字符），描述2不展现	4										
单选	某推广信息具体的展现雨排名情况如下则该推广信息的平均排名为多少？	2	1	2.75	2.5	4										
多选	若设置关键词”室内装修“为短语匹配，则网民用以下哪些搜索词搜索时会触发	装修设计公司、室内	室内装修设计	北京室内装修公司	家庭室内设计装修	234										
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，请问问号处（CPM）是多少？	100	50	10	20	3										
单选	将”英文小说“这个词设为否定精确匹配，潜在用户搜索如下哪些词，将看不到客户结果？	英文小说	小说英文版	英文小说下载	英文名著小说	1										
单选	某关键词最低展现价格1，将最高出价设为1.50，则实际CPC很可能为	1.2	0.8	1.6	0.9	1										
多选	某客户购买关键词”酒店“，但是该客户不想让搜索”酒店经理“的网民看到广告，而搜索”酒店“的网民可以看到广告，则否定匹配可以怎样设置？	否定短语匹配”经理“	否定短语匹配”酒店“	否定精确匹配”酒店经理“	否定短语匹配”酒店“	13										
4	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20	4										
<table><tr><td>展现量</td><td>点击量</td><td>CPC</td><td>转化率</td><td>平均转化成本</td></tr><tr><td>10,000</td><td>1,000</td><td>0.1</td><td>0.5%</td><td>？</td></tr></table>							展现量	点击量	CPC	转化率	平均转化成本	10,000	1,000	0.1	0.5%	？
展现量	点击量	CPC	转化率	平均转化成本												
10,000	1,000	0.1	0.5%	？												
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	创意是否吸引人	排名是否靠前	关键词是否有足够的展现	网站结构货内容是否适合营销	1234										
单选	关键词 <b>英语培训</b> 参加广泛匹配，当网民搜索以下哪些词时，不会触发推广商户的结果展现：	英语六级强化班	经纪人资格证学习班	英语周末培训班	疯狂英语口语	2										
单选	关于推广优化的表述错误的是	优化是提升账户投放效果必须进行的	优化可以帮助我们	账户持续投放就能获得良好效果，不需要进行优化	优化是一个持续的过程	3										
多选	否定关键词添加可以在以下哪个级别设置？	推广计划级别	账户级别	推广单元级别	关键词级别	13										
多选	以下哪项是划分推广计划的好办法？	按照不同产品线或服务内容划分计划	按照不同推广日预算划分计划	将临时的促销活动单独作为一个计划	按照不同推广地域划分计划	1234										
单选	关键词质量度的提升不可能产生哪些影响？	平均排名上升	有机会展现在推广链接的未知	平均点击费用降低	最低起价上升	4										

单选	某电子商务客户的1次成功转化为进入结算页面，那么某一个关键词1天的展示量为1000次，点击量为100次，消费为150元，且该关键词注册量为10次，进入结算页面5次，结算页面完成结算的3次，请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	2%	3.30%	5%	3%	3
	影响关键词质量度的因素包括：	关键词与创意的相关性	关键词点击率	关键词出价	平均停留时间	123
单选	某电子商务客户的1次成功转化为进入结算页面，那么某一个关键词1天的展示量为600次，平均点击价格0.75元，消费为150元，且该关键词注册量为10次，进入结算页面5次，结算页面完成结算的3次，请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	0.50%	2.50%	3.30%	0.80%	2
多选	若推广单元汽车-口碑没有设置暂停，其内的关键词十万元买什么车好暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看到关键词十万元买什么车好的结果	搜索结果中将看到除关键词十万元买什么车好外的推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词十万元买什么车好的结果	34
单选	某个关键词的推广位置上，第一名出价2元，质量度是1.4，第2名出价3元，质量度是0.7，第3名出价1，质量度是1.4，点击第2名会产生多少费用？	3	1.01	2.01	4.01	3
单选	关键词因账户达到消费预算而下线，推广商户未对消费预算进行提升，则账户内的关键词	次日零点生效	60分钟左右生效	30分钟之内生效	次日七点生效	1
多选	某关键词状态有效且被触发时展现位置不是最后一名，影响其关键词每次点击计费包括下列哪些因素	下一名出价	最低展现价格	下一名关键词质量度	当前关键词质量度	134
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求	周一至周三10点上线，周四至周日9点上线	周六周日全天不进行推广	每周一到周五进行推广	每月最后一周不进行推广	4
单选	某客户从百度带来的点击10000，流量是70000，广告曝光数为100000，则该客户的点击率为	10%	14.28%	20%	70%	1
多选	以下关于URL地址的表述，说正确的是：	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	显示URL以主域名为主，是为了突显品牌，方便记忆	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	234
单选	商户的推广信息展现了100次，被点击了10次，则该推广信息的点击率为多少？	10%	1%	1.10%	0.15	1
单选	断句符的显示符号是？	<	{ }	^	>	3

单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为北京，推广计划A推广地域为浙江，推广计划B推广地域为重庆，推广计划C无设置，则以下说法正确的是：	推广计划C的实际投放地域为北京	推广计划A实际投放地域为北京	推广计划A实际推广地域为重庆	推广计划B的实际投放地域为北京	1
多选	以下关于断句符的说法，哪些是正确的？	断句符用^来表示，计入字符数目	断句符可在标题、描述1和描述2使用	断句符最好出现在标题的前28个字符内	断句符使用，短句不宜过短，也不宜过长	34
多选	推广单元A出价2.5，其内的关键词1出价为2，关键词2出价为2.8，则以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于2.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于2.8	关键词1最终点击价格不会高于2	34
单选	百度搜索推广的信息可在搜索结果首页的哪些位置显示？	仅在页面右侧端出现推广信息	页面左侧上方和页面右侧可显示推广信息	页面左侧上方、下方和页面右侧都可显示推广信息	仅在页面左侧上方出现推广信息	3
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户的哪个层级进行设置	创意	推广计划	推广单元	关键词	2
多选	关于关键词最低展现价格，以下说法正确的是	不同客户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	提交新关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	已在线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，无法展现	该次的商业价值直接影响最低展现价格	13
单选	推广商户想了解关键词在异地的推广情况，可使用	批量工具	推广实况工具	账户分析工具	估算工具	2
单选	每次使用估算工具最多能估算多少个关键词？	50	100	200	10	2
单选	网盟推广中，建议每天的展现量应该达到多少才能达到基本的推广效果？	展现量最好不要超过50万	建议展现至少达到50万	展现量随推广商户的偏好多少都可以	建议展现量至少达到1万	4
多选	推广商户在搜索结果中找不到自己的推广结果，原因可能是	创意状态为审核中	使用的ip地址在排除范围	消费完毕下线	关键词出价低于最低展现价格	1234
单选	关于图片和flash的创意，以下表述错误的是	需要是系统制定的格式	尺寸符合系统的限制	文件大小需要控制在系统限制之内	没有任何限制，可以随意上传图片	4
多选	常规报告中包括以下哪些报告？	地域报告	推广计划报告	创意报告	搜索词报告	123
单选	推广信息需要满足下列哪些条件，才有可能出现在推广链接区域？	关键词有高质量度	创意一定要有2套以上	创意一定要有关键词嵌入	把最高出价设置成10元	1
多选	关于搜索词报告，说法正确的是	推广商户定制搜索词报告后，可以通过搜索词报告查看网民推广哪些关键词访问了推广商户的哪个推广结果	搜索词报告的查询时间跨度仅能选择昨天到10天前	通过搜索词报告可以看到网民通过哪些关键词触发了推广商户的哪些关键词	搜索词报告中的“展现量”只记录了有点击的搜索词的展现量	14
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据是展现量10000，点击量1000，cpc是0.5，转化率为1%，那么平均转化成本是多少？	50	20	100	200	1
多选	提升推广结果展现量的方法有哪些？	提交多套创意	将关键词设置成广泛匹配	对创意进行关键词嵌入	增加关键词数量	234
单选	断句符在以下哪种展现形式有效？	右侧的推广链接	左侧和右侧的推广链接	推广	左侧的推广链接	2

单选	搜索推广与网盟推广相结合比单一方式投放的好处是	其他答案都不是	可以投放在所有的中文站点上	可以为更多的网站推广	更大的流量、更低的成本、更多的转化	4
多选	小张的网站通过百度统计得到以下的数据：平均访问时长为7秒，单页面访问率98%，可能有哪些原因？	关键词排名太低	某些关键词的相关度不够	网页加载时间过长	来访者在登陆页面上看不到他们想看的内容	234
多选	排名信息可以在以下哪个报告中看到？	关键词报告	创意报告	搜索词报告	常规报告	14
单选	关键词日语班参加短语匹配，当网民搜索以下哪些词时会触发推广商户的展现结果？	成人日语学习班	日语周末班	少儿日语培训班	新东方日语班	4
多选	关于搜索推广创意样式，描述正确的是？	描述最长可以包括160个字符	三种展示形式共用一个创意	标题最长可以包括50个字符	显示URL有1017字节长度的限制	123
多选	以下关于精确否定关键词的说法，正确的是	若将关键词添加为精确否定关键词，则只有与该词完全一致的搜索词才不会触发推广商户的推广结果	若将关键字添加为精确否定关键词，则只要包含了该词的搜索词都不会触发推广商户的推广结果	可以与短语匹配结果使用	可以与广泛匹配结果使用	134
多选	关键词推荐工具中“日均搜索量”表示	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注程度	某个关键词在最近若干天被网民搜索的情况	客户对该关键词出价的情况	123
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	提高关键词出价	设置合理的账户结构	在账户中添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	234
多选	账户关键字状态为有效，但是在搜索结果页面却看不到此关键字触发的广告，有可能是以下何种原因？	创意仍在审核中	推广时段设置刚好在暂停阶段	关键词搜索量过低下线	账户余额为零	1234
多选	推广客户为账户设置每日预算为1000元，计划A每日预算设置为500，计划B未设置每日预算，则以下说法正确的是：	当计划A达到限额500时，该计划下线	当计划级别达到限额1000时，所有计划全部下线	当计划A达到预算限额时，计划A和B同时下线	当计划A达到限额500时，计划A仍在线推广	12
单选	客户在账户层级已经设置20个220.x.x.x否定ip地址段，该账户只有一个计划，在计划里有设置了另外20个221.x.x.x否定ip地址段，那么该客户这个计划最终有多少个ip地址段看不到客户的推广结果呢？	60个	30个	40个	20个	4
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求：	每周一到每周进行推广	每月最后一周不进行推广	每天晚上5点-12点进行推广	周六周日全天不进行推广	2
多选	下列关于关键词分组的说法错误的是	将意义相近、结构相同的关键词纳入同一推广单元中能达到更好的推广效果	推广单元主要目的是确保在创意中插入通配符获得飘红时，能保证语句通顺，达到更好的推广效果，所以只要将结构相同的关键词分到同一单元即可，不需要意义相近	推广单元是管理关键词/创意的小单元，可以便于更有针对性的撰写创意	将所有品牌词分到同意推广单元：即含有自有品牌的关键词，或一些专有品牌资产名称，包括其他竞争品牌	24

单选	推广计划A设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1设置了精确否定匹配英语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	英语培训广告	英语招聘	培训英语	英语培训教师	2
多选	从对客户的推广效果角度来看，下列哪些分组不合适？	人寿保险公司、哪个保险公司好、哪家保险公司信誉好、哪个保险公司比较好	养老保险、养老金、养老保险保障、养老型保险	外汇理财、外汇投资、炒外汇、外汇交易	保单查询、人寿保单、保险单查询、查询保单	12
单选	小C在推广单元层级设置的出价为2元，单元内某关键词出价设置为1.5元，则此关键词将遵循哪个出价？	1元	1.5元	1.8元	2元	2
单选	搜索推广中，使用以下哪一组关键词的匹配设置，可以获得最多的展示机会？	和田玉；和田玉批发	和田玉；"和田玉批发"	[和田玉]；[和田玉批发]	[和田玉]；"和田玉批发"	1
单选	关于IP排除设置，说法正确的是：	推广商户将IP排除地址设置成功后，无法自行删除	推广商户将IP排除地址设置成功后，无法自行修改	推广商户可以使用IP排除工具设置IP排除地址	推广商户无法将自己的IP设置为IP排除地址	3
多选	以下哪个会是关键词点击率低的原因？	限制了投放地域	管家次匹配模式都设成了广泛匹配	关键词与创意相关性差	出价较低，排名靠后	1234
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作：	设置时段暂停	设置否定关键词	设置每日预算	添加关键词	24
单选	某网站以1天内1个独立用户（UV）访问页面数达到10的为一次有效的转化；某一个关键词1天内点击次数600次；其中只访问1次网站的UV350个，且有100个UV访问页数达到10；另外200个UV访问网站2次，其中有150个UV每次访问网站的页数为4，其余的UV每次访问网站页数为6；请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	91.70%	16.70%	25%	18.20%	2
多选	估算工具可以估算出以下哪些内容？	排名	关键词检索量	日均点击	最低展现价格	123
单选	小孙有一个电子商务网站，如果预计转化率0.5%，平均交易额1000，毛利率20%，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什么水平？	1.5	2	1.2	1	4
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	使用的IP地址在排除范围	关键词出价低于最低展现价格	关键词状态为不宜推广	账户余额为零	1234
单选	如果某关键字在某日通过百度推广获得1000次展现，50次点击，形成了5次转化，在百度消费了25元，请问该关键字在该日的点击率是多少？	0.50%	50%	5%	10%	3
多选	常规报告中提供数据指标包括：	平均点击价格	点击率	平均排名	千次展现消费	123
单选	如果创意描述第一行出现“断句符插入过晚”提醒，会出现怎样的情况？	系统要求必须修改	系统自动报错	系统自动忽略	系统自动改错	1

多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	首页右侧及翻页后右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧有底色的“推广链接”最多3条和“推广”位置，最多展现10条结果，上下两处展现的结果一致	首页左侧带有底色的“推广链接”位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两次展现的结果一致	1234
单选	百度搜索推广结果不会展现在以下哪个搜索结果区域？	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	第二页右侧	首页右侧	第二页左侧	4
单选	以下有关优选的说法，正确的是：	是指系统将根据创意提交时间的先后顺序来予以展现	是指系统将选择点击率更高的创意予以更多的展现	是指系统将选择推广商户指定的创意予以更多的展现	是指系统根据创意被修改的频率的高低顺序来予以展现	2
单选	以下那种情况，百度搜索推广才会收取费用	关键词提交给系统以后	网民点击推广信息时	推广信息展现在搜索结果页面时	关键词出于有效状态时	2
单选	关于检索量低的描述正确的是：	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	检索量过低的关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	1
多选	小李的账户中，通过搜索推广得到的点击量较少，可能是由于下列哪些原因？	设置了每日预算	出价较低，排名靠后	限制了投放地域	所有关键词匹配模式都设成了广泛匹配	123
单选	在网民搜索时，如果推广商户的账户内符合网民搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意在搜索结果页获得的出现次数，称之为：	展现量	点击量	检索量过低关键词没有任何商业价值	搜索量	1
多选	网盟可以支持什么形式的创意	视频	图片	文字	flash	234
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	网站的打开速度	关键词的选择	关键词的排名	创意的质量	23
多选	小张的网盟推广昨天开始投放，已经投放了一天，为什么今天没有几个电话咨询呢？	说明投放没有效果，可以停止投放	小郑的投放设置可能存在问题，合理的设置和每天必须保证充足的展现量是能够带来效果的基础，需要对账户进行优化	网盟推广生效周期更长，建议小张持续稳定投放一个月，监测投放效果		23
多选	关于关键词最低展示价格，以下说法正确的是？	该词的商业价值直接影响最低展示价格	提交新的关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	一再线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，则无法展现	不同推广商户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	34
多选	下列哪种情况发生时，可能与关键词质量度的变化有关	平均排名下降	关键词状态变成搜索无效	平均点击费用上升	关键词由于搜索量过低而下线	123
多选	提升推广结果展现量的方法有哪些？	对创意进行关键词嵌入	增加关键词数量	提交多套创意	将关键词设置成广泛匹配	234
单选	境外旅游关键词组里现包含出国旅游，境外旅游景点等词，请问哪个关键词不适合放到该组？	境外旅游胜地	出境游报价	出国旅游线路	国外旅行	2
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	关键词是否有足够的展现机会	网站结构或内田是否适合营销	排名是否靠前	创意是否吸引人	1234

单选	公司A的网站尚未建设好，能否参加百度搜索推广，并展示A的信息？以下哪项正确？	可以提前注册百度搜索推广账户，在网站整成开通后且通过审核前，不可使将推广结果展现在网民面前	不可以提前注册百度搜索推广账户，也不可以将推广结果展现在网民面前	可以提前注册百度搜索推广账户，也可以展现推广结果		1
单选	当某推广商户账户内多个关键词都符合展现条件时，将优先展现：	最低展现价格高的关键词触发的创意	与网民搜索词字面完全一致的关键词触发的创意	出价高的关键词触发的创意	质量度高的关键词触发的创意	4
多选	某用户在账户层级设定了推广地域为北京、河北，为计划A设定推广地域为北京、上海，为计划B设定推广地域为北京、江苏，则以下说法正确的是？	计划A实际投放地域为北京、上海	计划A实际投放地域为北京	计划B实际投放区域为北京	计划B实际投放区域为北京、江苏	14
单选	有广告创意如下：标题：(酒店)春节促销，房价5折优惠！描述：春节期间全面搬家，(酒店)房价最低317元起！还可享免费午餐，儿童免费住宿及餐饮。请问哪个关键词不能与该创意匹配	希尔顿酒店	希尔顿客房	预定希尔顿	希尔顿房价	4
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发的广告，可以通过运行什么报告来实现？	搜索词报告	关键词报告	创意报告	账户报告	1
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	对于蹊径物料的要求，以下说法正确的是	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为32个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为35个	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为35个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为28个	1
单选	参加蹊径（）凤巢账户的投放，在凤巢账户上的操作，对蹊径关键词是（）	会影响；有效的	不会影响；有效的	会影响；无效的	不会影响；无效的	1
单选	关于蹊径预算及价格的说话正确的是	预算需要单独设定：价格需要单独设定	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格需要单独设定	预算需要单独设定，价格同凤巢系统一样	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格同凤巢系统一样	4
单选	账户中新提的关键词，质量度是多少	1星或2星。由于是新词，质量度不可能一下子达到三星	不一定	1星	2星	2
单选	百度统计中，要知道一段时间内您网站的整体流量及转化情况应该查看	趋势分析	流量分析	时间分析	转化分析	2
单选	以下关于设置周预算的说话，不正确的是	对于经常撞线的客户，不用调整预算，只要调节一周内预算的分配，就可以有效的减少撞线情况，是客户获得更多点击	在一周内，平均分配预算，有效控制整体预算	在一周内，为客户自动分配预算，使预算适应搜索引擎的流量变化，更少撞线	根据百度流量的趋势特点，按周进行投放分配更加合理	2



单选	关键词处于暂停、搜索无效、搜索量过低的状态时，会影响质量度吗？	不会	会	有时候会	不一定	1
单选	关于URL的字母大小写，说法错误的是	访问URL只能使用小写字母	对于访问URL，无论使用大写字母还是小写字母，系统都将为客户指向其指定的网站页面	对于显示URL，适当地使用大写字母特别是首字母大写，如www.MyFlower.com，可以帮助网民更快地识别域名含义	对于显示URL，适当地使用大写字母特别是首字母大写，可以将客户的网站与其它网站区分开来，加深网民对客户网站的印象	1
单选	对于账户中的计划、单元和关键词，说法正确的是	仅可以对关键词出价	仅可以对单元、关键词出价	仅可以对计划、关键词出价	仅可以对计划、单元出价	2
单选	在多个层级进行同一功能设置，实际执行结果为高级别优先执行，这一规则适用于	普通暂停	分地域投放	否定关键词	IP排除	1
单选	某客户将推广暂停时段设置在20点至24点，则网民不可以在什么时间看到推广结果	19点至20点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	3
单选	通配符使用注意事项表述错误的	通配符的使用标志是“{默认关键词}”	保证以触发关键词或默认关键词替代通配符后，创意语句通顺、符合逻辑	默认关键词应为单元内字长最长的关键词	一条创意中可插入多个通配符，不同通配符须使用相同的默认关键词	4
单选	虚拟监控文件夹是一个	网盟推广物料存储器	虚拟文件夹系统	管理物料推广位置的监控系统	虚拟创意管理系统	2
单选	点击率的计算公式是	点击率 = 点击量/消费量	点击率 = 点击量/展现量	点击率 = 点击量/转化量	点击率 = 点击量/浏览量	2
单选	消费总额/点击次数等于	平均展现价格	转化率	利润	平均点击价格	4
单选	搜索引擎搜索结果页面，简称什么？	SERP	SEM	PPC		1
单选	Inbound Links 指的是以下哪一种？	内部链接	反向链接	导出链接		2
单选	一个 SEO 良好的网站，其主要流量往往来自	首页	内容页面	目录页面		2
单选	目标关键词放在哪里效果最佳？	关键词标签	标题标签	描述标签		2
单选	搜索引擎程序对关键词的排名是什么时候进行？	用户输入关键词，点击搜索之后。	对于热门关键词，搜索引擎隔一段时间对排名进行更新和保存。	搜索引擎索引网页时，即对其进行排名。		2
单选	目前看来，搜索引擎无法实现	对一个站点是采集站或原创站，进行判断	判断站点内容对于某关键词的专业性。	判断被大量转载的文章的原创站点。		3

单选	下面哪个状态码可以将网站权重进行永久转移	200	301	302	404	2
不定项选择	客户从事机械行业，他在“产品词”单元中提交了4个关键词：挤出机、切胶机、捏炼机、密炼机，客户为该单元撰写创意时，我们可以建议客户：	在创意中加入多种联系方式，例如；QQ、MSN、邮箱等，以便潜在客户方便联系	在创意中适当加入醒目的数字、符合规范的标点符号，来吸引网民注意	在创意加入完整的公司地址，以便潜在客户方便了解公司位置	在创意中加入完整的公司名称，以便潜在客户加深印象	2
不定项选择	客户进行方案策划时，我们可以建议客户：	将“意义相近、结构相同”的关键词加入到同一推广单元	以容易区分和理解的方式来命名推广单元，并确保单元主题明确	以容易区分和理解的方式来命名推广计划，以方便后期管理和效果评估	在创意标题的前28个字符内包含通配符，并确保关键词带入通配符后语句通顺	1234
不定项选择	某客户为皮鞋生产厂家，在策划“皮鞋样式”的单元，以下那组关键词最适合	男士皮鞋批发，求购真皮皮鞋，团购皮鞋	男士皮鞋，女士皮鞋，儿童皮鞋	男士皮鞋，北京皮鞋批发，皮鞋批发	女士皮鞋价格，皮鞋款式，皮鞋尺码对照	2
不定项选择	为了保障良好的推广效果，我们可以建议用户提交	大幅度提升展现量的同时也能够提升点击量，且与业务相关的关键词	自身业务产品词，并参加广泛匹配	转化效果较好的关键词	关键词推荐工具中与业务相关且检索量较高的关键词	1 3 4
不定项选择	某客户从事广告行业，刚刚开通百度推广，想通过百度获得更多广告订单，客服如何帮客户设置账户？	将客户重点业务，产品词进行提交，并设置广泛匹配，通过关键词推荐工具寻找更多关键词，在推广一段时间之后，通过搜索词报告了解网民的搜索习惯，进一步优化	建议客户首先不要设置预算，如客户确实有推广成本，需要设置预算，可建议将大部分预算为主营产品做推广。	了解客户业务所涉及的地域，设置整体账户地域，也可根据重点推广业务所涉及的地域设置计划，在计划层设置主推地域	了解企业的营销思路，可针对近期重点业务，产品进行重点推广	1 2 3 4
不定项选择	以下设置合理的是：	某客户从事办公设备批发行业，在“办公耗材”计划，“复印机耗材”单元中提交了关键词：碳粉、硒鼓、墨粉	某客户从事办公设备批发行业，在“办公用品”计划，“书写用品”单元中提交了关键词：圆珠笔、白雪修正液、荧光笔、涂改笔、橡皮	某客户从事办公设备批发行业，在“办公耗材”计划，“传真机耗材”单元中提交了关键词：色带、粉盒	某客户从事办公设备批发行业，在“办公用品”计划，“便签”单元中提交了关键词：指示标签、万事贴、便签、便条纸	124
不定项选择	客户查看账户报告时，发现每日的点击率较低，请问导致此种情况的原因可能是：	关键词未参加短语匹配	创意语句不通顺	创意中未插入通配符	关键词排名靠后	234
不定项选择	为客户策划推广账户时可参与以下哪些信息？	客户业务涉及的地域	客户的企业产品特点或服务优势	客户打算在推广方面投入的费用	客户经营的产品、业务	1 2 3 4

单选	某关键词K，有四个客户X，Y，Z，W购买这个关键词。排除匹配方式的影响，假设在用户搜索关键词K时，只能触发这四个客户的广告，且按照系统规则，只有质量度>5时，广告才能跳左。四个客户账户中关键词K的出价及质量度情况如下，请问排在左侧第二位的是哪个客户的广告：	X <table><tr><th>客户</th><th>出价</th><th>质量度</th></tr><tr><td>X</td><td>3.5</td><td>6</td></tr><tr><td>Y</td><td>10.2</td><td>3</td></tr><tr><td>Z</td><td>2.3</td><td>7</td></tr><tr><td>W</td><td>2.7</td><td>8</td></tr></table>	客户	出价	质量度	X	3.5	6	Y	10.2	3	Z	2.3	7	W	2.7	8	Y	Z	W	1
客户	出价	质量度																			
X	3.5	6																			
Y	10.2	3																			
Z	2.3	7																			
W	2.7	8																			
单选	某游戏客户购买关键词B，某日展现了10000次，共获得1000次点击，消费1530元。客户规定每注册并付费一次为一次转化，该关键词当日带来200个注册，其中有100个注册进行了消费。问该关键词的平均转化费用是：	15.3	7.65	153	1.53	1															
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户哪一个层级进行设置？	推广单元	推广计划	创意	关键词	2															
单选	观察某网站监测数据，有A，B两个访客，A上午和下午分别访问了一次网站，每次访问浏览了一个页面。B下午访问了一次网站，共浏览了4个页面，请问A和B的访问次数及PV是：	2，5	3，5	2，4	3，6	4															
单选	为了使创意内容跟网民检索内容匹配度更高，我们在撰写创意时，可以通过使用哪种符号提高创意的飘红几率：	通配符	分隔符	断句符	休止符	1															
多选	某客户希望能够获得更多咨询电话，我们如何入手？	着陆页放至网站内联系我们	突出创意中的在线联系方式	突出创意中的咨询电话号码	网页内显著位置放置电话号码	34															
多选	新客户账户搭建，我们可以从哪些方向还搭建广告计划？	产品或服务类型	网站结构	推广地域	活动时间	1234															
多选	客户在实际搜索“美国留学”关键词时，触发了“英国留学”的广告创意，有可能是是什么原因导致的？	“美国留学”关键词质量度比“英国留学”差	创意没有插入{}导致	我们没有上线“美国留学”关键词，但是有“留学”一词触发	包含“美国留学”关键词的计划没有预算了	23															
单选	广告计划下的广告单元，可以单独设置每日预算	可以	不可以	需要在计划层级单独给单元设置	需要向百度申请	2															
多选	某客户的搜索报告中显示无关搜索很高，我们应当？	添加否定关键词	更改更精准的匹配方式	添加和更改精准度更高的关键词	添加修改精准度更高的创意	1234															
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案															
多选	推广单元A出价为2，其内的关键词1出价为1.5，关键词2出价为3，则以下说法正确的是：	关键词2最终点击价格不会高于3	关键词1最终点击价格不会高于1.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于1.5	12															
多选	下列发生哪种情况时，可能与关键词的质量度有关？	关键词状态变成搜索无效	平均排名下降	平均点击费用上升	关键词由于搜索量过低而下线	123															
单选	某推广商户从百度推广带来的数据如下，请计算问号处CTR为	10%	14.28%	20%	70%	1															
多选	断句符能出现的位置，哪些说法是错误的？	标题，描述1和描述2	描述1和描述2	描述1	标题	12															
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	关键词数量	关键词和精细分组	关键词排名	创意的质量	34															

多选	以下关于关键词出价，说法正确的是：	出价对于提高质量度没有任何影响	提高出价是提升排名的方法之一	出价是指推广商户所支付的最终价格	关键词的质量度相同，出价越高排名越靠前	24
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广的展现量因素包括：	首页关键词排名	关键词匹配方式	关键词检索量	分地域设置	234
多选	小吴完成了投放设置，但是却没有展现，可能的原因是	关键词还在审核过程中	账户没有余额	账户未生效	出价过低，没有竞争到展现机会	1234
单选	历史操作查询工具最多可以查询到推广商户多长时间的历史数据	最近1周	最近六个月	最近三个月	最近一个月	3
单选	每次使用估算工具最多能够估算多少个关键词？	10个	200个	50个	100个	4
单选	小A在账户层级设置的地域投放为北京，上海；在推广计划层级设置投放地域为上海，广东；投放地域为：	上海，广东	没有任何一个地域	北京 上海	上海	1
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	创意状态在审核中	使用的IP地址在IP的排除范围	关键词出价低于最低展现价格	消费完毕下线	1234
多选	关于常规报告中的分地域报告，说法正确的是：	推广商户可以查询到分地域报告中的平均排名等数据信息	推广商户通过查询分地域报告，可以了解潜在客户的分布	根据分地域报告提供的数据，推广商户可结合各地域的推广效果，来调整推广方案	推广商户可以查询到某个推广计划的分地域报告	23
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现：	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	首页右侧及翻页后右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧带有底色的“推广链接”位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两处展现的结果一致	首页左侧有底色的“推广链接”最多3条和“推广”位置，最多展现10条结果，且同时出现	123
多选	常规报告中包括以下哪些报告？	地域报告	推广计划报告	搜索词报告	创意报告	124
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	关键词所在计划超出消费限额	关键词状态为搜索无效	关键词出价低于最低展现价格	使用的IP地址在IP排除范围	1234
多选	估算工具可以估算出以下哪些内容：	排名	关键词搜索量	日均点击	最低展现价格	123
多选	在推广单元级别中，可以进行一下哪些操作：	设置IP排除	添加关键词	设置时段暂停	设定否定关键词	24
单选	推广商户在账户层级中已经设置了20个220.x.x.x否定IP地址段，该账户只有一个计划，在计划里又设置了20个221.x.x.x否定IP地址段，那么该客户这个计划最终有多少个IP地址段看不到该商户的推广结果呢？	40	20	30	60	1
多选	推广单元A 出价为2，其内的关键词1出价为1，关键词2出价为2.5，则以下说法正确的是：	关键词2最终点击价格不会高于2.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词1最终点击价格不会高于1	关键词2最终点击价格不会高于1	13
单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为河北，推广计划A推广地域为吉林，推广计划B推广地域为上海，推广计划C无设置则以下说法正确的是：	推广计划A的实际投放地域为上海	推广计划C的实际投放地域为河北	推广计划B的实际投放地域为河北	推广计划A的实际投放地域为河北	2

多选	推广计划A 设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1 设置了精确否定匹配外语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	外语培训教师	培训外语	外语招聘	外语培训招聘	34
多选	以下关于URL 地址的表述，说法正确的是:	显示URL 作为创意的一部分 在搜索推广页面显示	显示URL 以主域名为主，是为了突显品牌，方便记忆	访问URL 作为创意的一部分 在搜索推广页面显示	访问URL 最好直接跳转至用户搜索的相关内容 页面，增加转化机会	124
单选	以下关于层级功能设置的相关说法，不正确的是：	推广商户可以在推广计划层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广计划层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“时段暂停”设置	4
单选	某账户设定的消费限额为100元，在当天的消费还未达限时，将消费限额修改为200元，请问账户当天预算消费完下线时，当天消费与哪一个金额最接近？	190	110	220	100	3
多选	若推广单元好玩网游没有设置暂停，其内的关键词2010年最好玩的网游暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到关键词2010年最好玩的网游的结果	搜索结果中将看到推广单元好玩网游中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词2010年最好玩的网游的结果	搜索结果中将看到除关键词2010年最好玩的网游外的推广单元好玩网游中所有关键词的结果	34
多选	影响关键词的质量度的因素包括：	平均停留时间	关键词点击率	关键词出价	关键词于创意的相关性	24
多选	推广商户可以从哪些方面对质量度进行优化：	合理使用通配符，优化创意质量	在账户内添加相关性高的关键词	提高关键词出价	设置合理的账户结构	124
单选	以下关于匹配模式的撰写格式，说法正确的是:	关键词加上 "" 表示短语匹配	关键词加上 "" 表示广泛匹配	关键词（什么都不加）表示短语匹配	关键词加上 "" 表示精确匹配	1
单选	某推广商户提交关键词英语培训并参加广泛匹配，用以推广其英语培训的业务，则以下说法正确的是:	推广商户可添加否定关键词英语，以防止网民搜索英语原声电影时出现其广告	推广商户可添加否定关键词英语，以防止网民搜索外语培训时出现其广告	推广商户可添加否定关键词培训，以防止网民搜索语言培训学校时出现其广告	推广商户可添加否定关键词招聘，以防止网民搜索英语培训教师招聘时出现其广告	4
单选	搜索推广中，使用以下哪一组关键词的匹配设置，可以获得最多的展现机会？	[和田玉]；"和田玉批发"	和田玉；"和田玉批发"	和田玉；和田玉批发	[和田玉]；[和田玉批发]	3
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20	1
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表,请问问号处（CPM）是多少？	100	20	10	50	4
单选	推广商户得到的推广结果如下，请计算问号处（CTR）为多少？	0.10%	10%	1.10%	1%	2

单选	某推广信息具体的展现与排名情况如下 则该推广信息的平均排名为多少？									
		2.79	2.24	2.18	2	3				
	<table><tr><td>展现量</td><td>点击量</td><td>CTR</td></tr><tr><td>100</td><td>10</td><td>?</td></tr></table>	展现量	点击量	CTR	100	10	?			
展现量	点击量	CTR								
100	10	?								
多选	某电子商务推广商户的1次成功转化为进入 结算页面，则以下问号位置（转化率 ）应为：	2.00%	3.30%	4.00%	1.00%	1				
单选	断句符在以下哪种展现形式有效？	右侧的推广链接	左侧的推广链接	推广	左侧和右侧的推广 链接	1				
单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击 率？	推广信息费用/转化 数量	点击数量/展现数量	点击费用/点击数量	每次展现排名的总 和/展现次数的总和	2				
多选	关于关键词最低展现价格，以下哪个说 法是正确的？	不同推广商户购买 同一个关键词，最 低展现价格可能不 同	已在线的关键词， 当前出价低于最低 展现价格时，则无 法展现	提交新的关键词时 ，出价低于最低展 现价格将无法提交	该词的商业价值直 接影响最低展现价 格	124				
单选	以下关于百度统计的说法，哪一项是错 误的？	百度统计监测出的 数据可能与其他第 三方软件监测出的 数据有出入	商户使用百度统计 需要在网站上添加 代码	百度统计可以监测 到商户在百度投放 的数据，如展现量 ，点击量等	百度统计用于监测 网民在某网站上的 行为	3				
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因 素会影响点击量的变化：	关键词的排名	网站的打开速度	关键词的选择	创意的质量	134				
单选	本组关键词有“外汇模拟软件、外汇交 易软件、外汇软件”，如下哪个关键词 添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	3				
多选	以下关于关键词出价，说法正确的是：	关键词质量度相同 ，出价越高排名越 靠前	提高出价是提升排 名的方法之一	出价是指推广商户 为点击所支付的最 终价格	出价对于质量度没 有任何影响	124				
单选	关于检索量过低的描述正确的是：	检索量过低关键词 没有任何商业价值	检索量过低关键词 不会影响推广商户 核心词的质量度	检索量过低关键词 下线时，系统不另 行给予通知	检索量过低状态无 法显示在账户分析 工具中	2				
单选	网盟推广中，图片创意的大小要控制在 多少？	40K	30K	55K	60K	3				
多选	以下哪个会是关键词点击率低的直接原 因？	限制了投放地域	出价较低，排名靠 后	关键词与创意相关 性差	关键词匹配模式都 设成了广泛匹配	234				
单选	下有关轮替的说法，正确的是:	是指每条创意不按 任何规律，随机展 现	是指每条创意将以 同等的展现概率， 进行展现	是指每条创意展现1 0 次后，再展现下一 条创意，轮换展现	是指每条创意展现5 次后，再展现下一 条创意，轮换展现	2				
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索 推广展现量的因素包括：	分地域设置	关键词检索量	首页关键词排名	关键词匹配方式	124				
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发的 广告，他可以通过运行什么报告来实现?	搜索词报告	创意报告	关键词报告	账户报告	1				
单选	百度搜索推广的信息可在百度搜索结果 页首页的哪些位置显示？	仅在页面右侧出现 推广信息	仅在页面左侧上方 和页面右侧都显示 推广信息	仅在页面左侧上方 出现推广信息	页面左侧上方、下 方和页面右侧都可 显示推广信息	4				

多选	常规报告中包括以下哪些报告？	创意报告	地域报告	推广计划报告	搜索词报告	123
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	账面余额为零	关键词所在计划超出消费限额	创意状态为审核中	关键词出价低于最低展现价格	1234
多选	以下关于关键词推荐工具中高级查询功能的说法，正确的是：	当勾选“显示地域拓展词”后，代表推荐结果出现带有地域的关键词	当勾选“显示搜索量最高月份”后，显示推荐关键词在过去12个月中搜索量最高的具体月份	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语，此时推荐结果中将不会出现包含这些词语的关键词	当在“不包含以下词汇的推荐结果”下方的输入框中添加某个或某些词语时，最多可输入20个词	123
单选	推广商户想了解关键词在异地的推广情况，可使用：	批量工具	账户分析工具	估算工具	推广实况工具	4
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户哪一个层级进行设置？	创意	推广单元	推广计划	关键词	3
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作：	添加关键词	设置否定关键词	设置每日预算	设置时段暂停	12
单选	关于IP 排除设置，说法正确的是：	推广商户无法将自己的IP 设置为IP 排除地址	推广商户可以使用IP 排除工具自行设置IP 排除地址	推广商户将IP 排除地址设置成功后，无法自行修改	推广商户将IP 排除地址设置成功后，无法自行删除	2
多选	哪些百度产品可以覆盖品牌词	地标	掘金	搜索	品专	234
多选	哪些百度产品可以了解关键词的效果	gmail	adwords	百度统计	百度精准	34
多选	哪些创意可以同时展现	推广	推广链接	右侧链接	百度快照	134/234
单选	网盟广告的文字创意形式 是什么样的	标题，描述	标题描述1描述2	标题描述1描述2显示URL	标题描述1描述2显示URL 访问URL	4
多选	网盟123及百度创意专家可以制做哪些类型的物料	jpg	swf	png		12
多选	百度百科的产品特色有哪些	客观性	权威性	时代性	系统性	1234
多选	百度贴吧的产品特色有哪些	兴趣聚合	开放分享	全面丰富		123
多选	百度社区类产品有哪些	ting !	百科	贴吧	文库	1234
多选	营销的4p理论包括什么	price	place	product	promotion	1234
多选	4c理论包括什么	consumer	cost	costumer	communication	124
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	在账户内添加相关性高的关键词	在账户内添加热门、检索量高的关键词	设置合理的账户结构	提高创意与关键词的相关性	134
多选	以下有关推广结果排序的相关说法，正确的是	因为同星同质量度也存在具体数值的波动，所以可能出现质量度星级相同的关键词，出价低的排名靠前	出价相同，质量度高的关键词排名靠前	质量度优秀的关键词，可能在出价低的情况下获得更好的排名	通常情况下，相同的质量度，出价高的排名更靠前	1234
多选	推广单元A出价为2.5，其内的关键词1出价为2，关键词2出价为2.8，则以下说法正确的是：	关键词2最终点击价格不会高于2.5	关键词1最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于2.8	关键词2最终点击价格不会高于2	23

单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为北京，推广计划A推广地域为浙江，推广计划B推广地域为重庆，推广计划C无设置则以下说法正确的是：	推广计划C的实际投放地域为北京	推广计划A的实际投放地域为重庆	推广计划A的实际投放地域为北京	推广计划B的实际投放地域为北京	1
单选	以下哪个关于创意规格的表述是错误的？	右侧展现时，标题最多展现28个字符	左侧推广位置展现时，标题最多展现50个字符，描述1（最多80个字符）和描述2（最多80个字符）全部展现	左侧推广链接位置展现时，标题最多展现28个字符，描述1全部展现（最多80个字符），描述2不展现	右侧展现时，描述1拆分成两行展现，每行不超过40个字符，描述2不展现	3
单选	若关键词与之匹配的创意都设置有访问URL，且不相同，则以下说法正确的是	实际推广按照关键词设置的访问URL跳转	实际推广按照创意设置的访问URL跳转	实际推广中一半按照创意设置的访问URL跳转，一半按照关键词设置的访问URL跳转	两个URL冲突，所以实际推广中无法进行正常跳转	1
单选	以下关于层级功能设置的相关说法，不正确的是：	推广商户可以在推广计划层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“暂停推广”设置	推广商户可以在推广单元层级进行“时段暂停”设置	推广商户可以在推广计划层级进行“暂停推广”设置	3
单选	小D 在账户层级设置的每日预算为250元，在推广计划层级设置的每日预算为150元，且此账户只有这一个计划处于有效状态，则实际每日花费可能为：	250 元	165 元	275 元	150元	4
多选	若推广单元汽车-口碑没有设置暂停，其内的关键词十万元买什么车好暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到除关键词十万元买什么车好外的推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看到推广单元汽车-口碑中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词十万元买什么车好的结果	搜索结果中将看到关键词十万元买什么车好的结果	13
多选	影响关键词质量度的因素包括：	关键词点击率	平均停留时间	关键词与创意的相关性	关键词出价	13
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化：	在账户内添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	提高创意与关键词的相关性	设置合理的账户结构	1234
多选	以下关于精确否定关键词的说法，正确的是：	可以与广泛匹配结合使用	若将关键词添加为精确否定关键词，则只要包含了该词的搜索词都不会触发推广商户的推广结果	若将关键词添加为精确否定关键词，则只有与该词完全一致的搜索词才不会触发推广商户的推广结果	可以与短语匹配结合使用	134
多选	某推广商户提交关键词温泉度假，且参与短语匹配，则以下说法正确的是：	网民搜索关键词北京温泉度假时，该推广商户可以展现结果	网民搜索关键词温泉度假村时，该推广商户可以展现结果	网民搜索温泉度假酒店时，该推广商户无法展现结果	网民搜索温泉滑雪度假游时，该推广商户无法展现结果	12
单选	以下哪些组合模式无效：	广泛匹配+精确否定关键词	广泛匹配+否定关键词	短语匹配+精确否定关键词	精确匹配+否定关键词	4



单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	20	100	50	200	1
单选	小孙有一个电子商务网站，数据如下，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什	1.5	1	1.2	0.75	4
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表,请问问号处（CPM）是多少？	100	50	20	10	3
单选	推广商户得到的推广结果如下表，请计算问号处（CTR）为多少？ <div> <div>展现量</div> <div>点击量</div> <div>CTR</div> <div>10000</div> <div>10</div> <div>?</div> </div>	10.00%	1%	0.10%	1.10%	3
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发的广告，他可以通过运行什么报告来实现？	关键词报告	创意报告	搜索词报告	账户报告	3
单选	某推广信息具体的展现与排名情况如下则该推广信息的平均排名为多少？ <div> <div>展现次数</div> <div>3</div> <div>7</div> <div>10</div> <div>点击次数</div> <div>0</div> <div>1</div> <div>3</div> <div>排名</div> <div>3</div> <div>2</div> <div>4</div> </div>	3	3.5	3.15	3.75	3
单选	某电子商务推广商户以进入结算页面为1次转化，则以下问号位置（转化率）应为： <div> <div>展现量</div> <div>点击量</div> <div>消费</div> <div>注册</div> <div>进入结算页面</div> <div>结算完成</div> <div>转化率</div> <div>10000</div> <div>80</div> <div>100</div> <div>5</div> <div>2</div> <div>1</div> <div>?</div> </div>	5.00%	6.25%	1.25%	2.50%	4
单选	如果在创意第一行出现“断句符插入过晚”的提醒，会出现怎样的情况？	系统自动改错	系统自动忽略	系统要求必须修改	系统自动报错	2
单选	下列计算方法哪个能计算出正确的点击率？	点击数量/展现数量	点击费用/点击数量	推广信息费用/转化数量	每次展现排名的总和/展现次数的总和	1
单选	搜索推广与网盟推广相结合比单一方式投放的好处是：	可以投放在所有的中文站点上	可以为更多的网站推广	其他皆不是	更大的流量、更低的成本、更多的转化	4
单选	小张的网站通过百度统计得到以下的数据：平均访问时长7秒，单页面访问率98%，最可能是哪个原因？	来访者在登陆页面上看不到他们想看的内容	网页加载时间过长	关键词排名太低	创意中没有使用通配符	1
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化：	关键词数量	创意的质量	关键词的精细分组	关键词的排名	24
单选	有广告创意如下： 标题：{酒店}春节促销,房价5折优惠! 描述：春节期间全面半价,{酒店}房价最低317元起!还可享免费午餐,儿童免费住宿及餐饮 请问哪个关键词不能与该创意匹配？	希尔顿客房	预订希尔顿	希尔顿酒店	希尔顿房价	4

单选	关键词“玫瑰”是否有人关注，着重注意哪个指标？	日均搜索量6000	日均点击575	平均点击率5%	最低展现价格0.45	1
单选	关于检索量过低的描述正确的是：	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	检索量过低关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	4
多选	对于基于点击行为的人群定向（回头客），正确的有：	cookie有效期3天是指针对最近3天内点击过指定搜索广告的cookie展现	可以灵活指定cookie有效期，最长支持90天内的历史点击行为跟踪	cookie有效期选择越长，可以覆盖越大的cookie量	只针对点击过指定搜索广告的cookie展现	134
单选	关于推广优化的表述错误的是	优化可以帮助我们相同的投入下获得更多的回报	优化是一个持续的过程	优化是提升帐户投放效果必须进行的	帐户持续投放就能获得良好效果，不需要进行优化	4
单选	系统默认的创意展示概率是:	优选	轮替	轮换	优先	1
多选	假设推广结果都展现在首页，影响搜索推广展现量的因素包括：	关键词数量	关键词匹配方式	分地域设置	首页关键词排名	123
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	一个搜索推广账户可包括（）个推广计划、每个推广计划最多包括（）个推广单元？	100,500	100、1000	100,100	10,500	
单选	某账户设定的消费限额为100元，在当天的消费还未达限时，将消费限额修改为200元，请问账户当天预算消费完下线时，当天消费与哪一个金额最接近？	100	220	110	100	
单选	以下有关创意展示概率的说法，错误的是：	系统默认的创意展示概率是优选	分为轮替和优选两种	系统默认的创意展示概率是轮替	创意展示概率在推广计划层级设置	
多选	否定关键词可以在账户哪些层级设置？	推广计划层级	关键词和创意层级	账户层级	推广单元层级	
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	创意是否吸引人	网站结构或内容是否适合营销	排名是否靠前	关键词是否有足够多的展现机会	
单选	推广单元“理财保险-福禄双喜”创意如下：标题：中国人寿保险{福禄双喜保险}^,满期还本，享受分红；描述1：中国人寿福禄双喜集返还分红保障于一身.^生存保险金+满期保险金+身故保险金.描述2：规划财富人生，给您多重收益和生命保障,中国人寿,相知多年,值得托付！ 以下哪组关键词不适合分到该组别中？	国寿福禄双喜保险、中国人寿福禄双喜	福禄双喜保险、福禄双喜两全保险	福禄双喜、福禄双喜两全	福禄双喜两全保险、福禄双喜分红保险	
多选	以下关于账户报告中各项指标的描述，正确的是	千次展现消费表示获得一千次展现机会所付出的推广费用	展现量即推广结果在一定时间、一定范围内获得的展现次数	点击率=点击量/展现量，点击率越低反映了网民对这条推广结果更感兴趣	平均点击价格=消费总额/点击次数	
单选	本组关键词有“外汇模拟软件、外汇交易软件、外汇软件”，如下哪个关键词添加至该组最合适？	外汇交易	炒外汇	炒汇软件	外汇保证金模拟	

单选	在网民搜索时，如果推广商的账户内符合网民搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意在搜索结果页获得的出现次数，称之为：	展现量	点击量	检索量	搜索量	
单选	对下列关键词进行分组，哪一分组比较合理：汽车，商务轿车，大众迈腾，一汽大众，volvo，沃尔沃，沃尔沃S80i，volvoS40	汽车，商务轿车，大众迈腾	汽车，一汽大众，volvo	商务轿车，volvo，volvoS40	volvo，沃尔沃	
多选	想要通过搜索推广展开营销活动前下列哪些前期工作是必要的？	准备一个营销目的的网站	挑选相关关键词并撰写针对性强的创意	开通并激活一个搜索推广账户	设置一个专用热线电话	
单选	广告创意在以下哪种情况下无法正常展示	广告创意的标题为50个中文字符	所需推广网站内容完全为日语	点击所需推广网站URL后超过15秒仍无法显示页面内容	所需推广网站完全为Flash与java制作	
多选	有效提升推广结果展现量的方法有哪些？	对创意进行关键词嵌入	将关键词设置成广泛匹配	增加关键词数量	提交多套创意	
单选	某网站以1次点击带来的访问粘度大于10PV为1次转化；某关键词1天平均带来的访问粘度12PV，关键词点击次数为200次。具体数据请见下表。请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	60%	100%	40%	50%	
单选	以下哪个关于创意规格的表述是错误的？	右侧展现时，描述1拆分成两行展现，每行不超过40个字符，描述2不展现	右侧展现时，标题最多展现28个字符	左侧”推广“未知展现时，标题最多展现50个字符，描述1（最多80个字符）和描述2（最多80个字符）全部展现	左侧”推广链接“位置展现时，标题最多展现28个字符，描述1全部展现（最多80个字符），描述2不展现	
单选	某推广信息具体的展现雨排名情况如下则该推广信息的平均排名为多少？	2	1	2.75	2.5	
多选	若设置关键词”室内装修“为短语匹配，则网民用以下哪些搜索词搜索时会触发	装修设计公司、室内	室内装修设计	北京室内装修公司	家庭室内设计装修	
单选	小李用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，请问问号处（CPM）是多少？	100	50	10	20	
单选	将”英文小说“这个词设为否定精确匹配，潜在用户搜索如下哪些词，将看不到客户结果？	英文小说	小说英文版	英文小说下载	英文名著小说	
单选	某关键词最低展现价格1，将最高出价设为1.50，则实际CPC很可能为	1.2	0.8	1.6	0.9	
多选	某客户购买关键词”酒店“，但是该客户不想让搜索”酒店经理“的网民看到广告，而搜索”酒店“的网民可以看到广告，则否定匹配可以怎样设置？	否定短语匹配”经理“	否定短语匹配”酒店“	否定精确匹配”酒店经理“	否定短语匹配”酒店“	

4	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据如下表，那么问号处（平均转化成本）是多少？	100	50	200	20											
	<table><tr><td>展现量</td><td>点击量</td><td>CPC</td><td>转化率</td><td>平均转化成本</td></tr><tr><td>10,000</td><td>1,000</td><td>0.1</td><td>0.5%</td><td>?</td></tr></table>	展现量	点击量	CPC	转化率	平均转化成本	10,000	1,000	0.1	0.5%	?					
展现量	点击量	CPC	转化率	平均转化成本												
10,000	1,000	0.1	0.5%	?												
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	创意是否吸引人	排名是否靠前	关键词是否有足够的展现	网站结构货内容是否适合营销											
单选	关键词 <b>英语培训</b> 参加广泛匹配，当网民搜索以下哪些词时，不会触发推广商户的结果展现：	英语六级强化班	经纪人资格证学习班	英语周末培训班	疯狂英语口语											
单选	关于推广优化的表述错误的是	优化是提升账户投放效果必须进行的	优化可以帮助我们 在相同的投入下获得更多的回报	账户持续投放就能获得良好效果，不需要进行优化	优化是一个持续的过程											
多选	否定关键词添加可以在以下哪个级别设置？	推广计划级别	账户级别	推广单元级别	关键词级别											
多选	以下哪项是划分推广计划的好办法？	按照不同产品线或服务内容划分计划	按照不同推广日预算划分计划	将临时的促销活动单独作为一个计划	按照不同推广地域划分计划											
单选	关键词质量度的提升不可能产生哪些影响？	平均排名上升	有机会展现在推广链接的未知	平均点击费用降低	最低起价上升											
单选	某电子商务客户的1次成功转化为进入结算页面，那么某一个关键词1天的展示量为1000次，点击量为100次，消费为150元，且该关键词注册量为10次，进入结算页面5次，结算页面完成结算的3次，请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	2%	3.30%	5%	3%											
	影响关键词质量度的因素包括：	关键词与创意的相关性	关键词点击率	关键词出价	平均停留时间											
单选	某电子商务客户的1次成功转化为进入结算页面，那么某一个关键词1天的展示量为600次，平均点击价格0.75元，消费为150元，且该关键词注册量为10次，进入结算页面5次，结算页面完成结算的3次，请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	0.50%	2.50%	3.30%	0.80%											
多选	若推广单元 <b>汽车-口碑</b> 没有设置暂停，其内的关键词 <b>十万元买什么车好</b> 暂停推广，不考虑匹配模式在其中的影响，则以下说法正确的是：	搜索结果中将看到推广单元 <b>汽车-口碑</b> 中所有关键词的结果	搜索结果中将看到关键词 <b>十万元买什么车好</b> 的结果	搜索结果中将看到除关键词 <b>十万元买什么车好</b> 外的推广单元 <b>汽车-口碑</b> 中所有关键词的结果	搜索结果中将看不到关键词 <b>十万元买什么车好</b> 的结果											
单选	某个关键词的推广位置上，第一名出价2元，质量度是1.4，第2名出价3元，质量度是0.7，第3名出价1，质量度是1.4，点击第2名会产生多少费用？	3	1.01	2.01	4.01											
单选	关键词因账户达到消费预算而下线，推广商户未对消费预算进行提升，则账户内的关键词	次日零点生效	60分钟左右生效	30分钟之内生效	次日七点生效											

多选	某关键词状态有效且被触发时展现位置不是最后一行，影响其关键词每次点击计费包括下列哪些因素	下一名出价	最低展现价格	下一名关键词质量度	当前关键词质量度	
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求	周一至周三10点上线，周四至周日9点上线	周六周日全天不进行推广	每周一到周五进行推广	每月最后一周不进行推广	
单选	某客户从百度带来的点击10000，流量是70000，广告曝光数为100000，则该客户的点击率为	10%	14.28%	20%	70%	
多选	以下关于URL地址的表述，说正确的是：	访问URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	访问URL最好直接跳转至用户搜索的相关内容页面，增加转化机会	显示URL以主域名为主，是为了突显品牌，方便记忆	显示URL作为创意的一部分在搜索推广页面显示	
单选	商户的推广信息展现了100次，被点击了10次，则该推广信息的点击率为多少？	10%	1%	1.10%	0.15	
单选	断句符的显示符号是？	<	{ }	^	>	
单选	某账户内设置如下：账户层级推广地域为北京，推广计划A推广地域为浙江，推广计划B推广地域为重庆，推广计划C无设置，则以下说法正确的是：	推广计划C的实际投放地域为北京	推广计划A实际投放地域为北京	推广计划A实际推广地域为重庆	推广计划B的实际投放地域为北京	
多选	以下关于断句符的说法，哪些是正确的？	断句符用^来表示，计入字符数目	断句符可在标题、描述1和描述2使用	断句符最好出现在标题的前28个字符内	断句符使用，短句不宜过短，也不宜过长	
多选	推广单元A出价2.5，其内的关键词1出价为2，关键词2出价为2.8，则以下说法正确的是	关键词2最终点击价格不会高于2.5	关键词2最终点击价格不会高于2	关键词2最终点击价格不会高于2.8	关键词1最终点击价格不会高于2	
单选	百度搜索推广的信息可在搜索结果首页的哪些位置显示？	仅在页面右侧端出现推广信息	页面左侧上方和页面右侧可显示推广信息	页面左侧上方、下方和页面右侧都可显示推广信息	仅在页面左侧上方出现推广信息	
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户的哪个层级进行设置	创意	推广计划	推广单元	关键词	
多选	关于关键词最低展现价格，以下说法正确的是	不同客户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	提交新关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	已在线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，无法展现	该次的商业价值直接影响最低展现价格	
单选	推广商户想了解关键词在异地的推广情况，可使用	批量工具	推广实况工具	账户分析工具	估算工具	
单选	每次使用估算工具最多能估算多少个关键词？	50	100	200	10	
单选	网盟推广中，建议每天的展现量应该达到多少才能达到基本的推广效果？	展现量最好不要超过50万	建议展现至少达到50万	展现量随推广商户的偏好多少都可以	建议展现量至少达到1万	
多选	推广商户在搜索结果中找不到自己的推广结果，原因可能是	创意状态为审核中	使用的ip地址在排除范围	消费完毕下线	关键词出价低于最低展现价格	
单选	关于图片和flash的创意，以下表述错误的是	需要是系统制定的格式	尺寸符合系统的限制	文件大小需要控制在系统限制之内	没有任何限制，可以随意上传图片	
多选	常规报告中包括以下哪些报告？	地域报告	推广计划报告	创意报告	搜索词报告	

单选	推广信息需要满足下列哪些条件，才有可能出现在推广链接区域？	关键词有高质量度	创意一定要有2套以上	创意一定要有关键词嵌入	把最高出价设置成10元	
多选	关于搜索词报告，说法正确的是	推广商户定制搜索词报告后，可以通过搜索词报告查看网民推广哪些关键词访问了推广商户的哪个推广结果	搜索词报告的查询时间跨度仅能选择昨天到10天前	通过搜索词报告可以看到网民通过哪些关键词触发了推广商户的哪些关键词	搜索词报告中的“展现量”只记录了有点击的搜索词的展现量	
单选	小赵用后台生成了一个报告，得到的数据是展现量10000，点击量1000，cpc是0.5，转化率为1%，那么平均转化成本是多少？	50	20	100	200	
多选	提升推广结果展现量的方法有哪些？	提交多套创意	将关键词设置成广泛匹配	对创意进行关键词嵌入	增加关键词数量	
单选	断句符在以下哪种展现形式有效？	右侧的推广链接	左侧和右侧的推广链接	推广	左侧的推广链接	
单选	搜索推广与网盟推广相结合比单一方式投放的好处是	其他答案都不是	可以投放在所有的中文站点上	可以为更多的网站推广	更大的流量、更低的成本、更多的转化	
多选	小张的网站通过百度统计得到以下的数据：平均访问时长为7秒，单页面访问率98%，可能有哪些原因？	关键词排名太低	某些关键词的相关度不够	网页加载时间过长	来访者在登陆页面上看不到他们想看的内容	
多选	排名信息可以在以下哪个报告中看到？	关键词报告	创意报告	搜索词报告	常规报告	
单选	关键词日语班参加短语匹配，当网民搜索以下哪些词时会触发推广商户的展现结果？	成人日语学习班	日语周末班	少儿日语培训班	新东方日语班	
多选	关于搜索推广创意样式，描述正确的是？	描述最长可以包括160个字符	三种展示形式共用一个创意	标题最长可以包括50个字符	显示URL有1017字节长度的限制	
多选	以下关于精确否定关键词的说法，正确的是	若将关键词添加为精确否定关键词，则只有与该词完全一致的搜索词才不会触发推广商户的推广结果	若将关键字添加为精确否定关键词，则只要包含了该词的搜索词都不会触发推广商户的推广结果	可以与短语匹配结果使用	可以与广泛匹配结果使用	
多选	关键词推荐工具中“日均搜索量”表示	反映某个关键词被购买、出价的激烈程度	最近网民对这个关键词的关注程度	某个关键词在最近若干天被网民搜索的情况	客户对该关键词出价的情况	
多选	推广商户可以从以下哪些方面对质量度进行优化	提高关键词出价	设置合理的账户结构	在账户中添加相关性高的关键词	合理使用通配符，优化创意质量	
多选	账户关键字状态为有效，但是在搜索结果页面却看不到此关键字触发的广告，有可能是以下何种原因？	创意仍在审核中	推广时段设置刚好在暂停阶段	关键词搜索量过低下线	账户余额为零	
多选	推广客户为账户设置每日预算为1000元，计划A每日预算设置为500，计划B未设置每日预算，则以下说法正确的是：	当计划A达到限额500时，该计划下线	当计划级别达到限额1000时，所有计划全部下线	当计划A达到预算限额时，计划A和B同时下线	当计划A达到限额500时，计划A仍在线推广	

单选	客户在账户层级已经设置20个220.x.x.x否定ip地址段，该账户只有一个计划，在计划里有设置了另外20个221.x.x.x否定ip地址段，那么该客户这个计划最终有多少个ip地址段看不到客户的推广结果呢？	60个	30个	40个	20个	
单选	在推广时段管理中不能实现以下哪项推广需求：	每周一到每周进行推广	每月最后一周不进行推广	每天晚上5点-12点进行推广	周六周日全天不进行推广	
多选	下列关于关键词分组的说法错误的是	将意义相近、结构相同的关键词纳入同一推广单元中能达到更好的推广效果	推广单元主要目的是确保在创意中插入通配符获得飘红时，能保证语句通顺，达到更好的推广效果，所以只要将结构相同的关键词分到同一单元即可，不需要意义相近	推广单元是管理关键词/创意的小单元，可以便于更有针对性的撰写创意	将所有品牌词分到同意推广单元：即含有自有品牌的关键词，或一些专有品牌资产名称，包括其他竞争品牌	
单选	推广计划A设置了短语否定匹配关键词为招聘，其内的推广单元1设置了精确否定匹配英语培训，则以下哪个搜索词将不会触发推广信息？	英语培训广告	英语照片	培训英语	英语培训教师	
多选	从对客户的推广效果角度来看，下列哪些分组不合适？	人寿保险公司、哪个保险公司好、哪家保险公司信誉好、哪个保险公司比较好	养老保险、养老金、养老保险保障、养老型保险	外汇理财、外汇投资、炒外汇、外汇交易	保单查询、人寿保单、保险单查询、查询保单	
单选	小C在推广单元层级设置的出价为2元，单元内某关键词出价设置为1.5元，则此关键词将遵循哪个出价？	1元	1.5元	1.8元	2元	
单选	搜索推广中，使用以下哪一组关键词的匹配设置，可以获得最多的展示机会？	和田玉；和田玉批发	和田玉；"和田玉批发"	[和田玉]；[和田玉批发]	[和田玉]；"和田玉批发"	
单选	关于IP排除设置，说法正确的是：	推广商户将IP排除地址设置成功后，无法自行删除	推广商户将IP排除地址设置成功后，无法自行修改	推广商户可以使用IP排除工具设置IP排除地址	推广商户无法将自己的IP设置为IP排除地址	
多选	以下哪个会是关键词点击率低的原因？	限制了投放地域	管家次匹配模式都设成了广泛匹配	关键词与创意相关性差	出价较低，排名靠后	
多选	在推广单元级别，可以进行以下哪些操作：	设置时段暂停	设置否定关键词	设置每日预算	添加关键词	
单选	某网站以1天内1个独立用户（UV）访问页面数达到10的为一次有效的转化；某一个关键词1天内点击次数600次；其中只访问1次网站的UV350个，且有100个UV访问页面数达到10；另外200个UV访问网站2次，其中有150个UV每次访问网站的页数为4，其余的UV每次访问网站页数为6；请问该关键词为其网站带来的转化率是多少？	91.70%	16.70%	25%	18.20%	

多选	估算工具可以估算出以下哪些内容？	排名	关键词检索量	日均点击	最低展现价格	
单选	小孙有一个电子商务网站，如果预计转化率0.5%，平均交易额1000，毛利率20%，那么他的搜索推广的CPC理想控制在什么水平？	1.5	2	1.2	1	
多选	推广商户在搜索结果里找不到自己的推广结果，原因可能是：	使用的IP地址在排除范围	关键词出价低于最低展现价格	关键词状态为不宜推广	账户余额为零	
单选	如果某关键字在某日通过百度推广获得1000次展现，50次点击，形成了5次转化，在百度消费了25元，请问该关键字在该日的点击率是多少？	0.50%	50%	5%	10%	
多选	常规报告中提供数据指标包括：	平均点击价格	点击率	平均排名	千次展现消费	
单选	如果创意描述第一行出现“断句符插入过晚”提醒，会出现怎样的情况？	系统要求必须修改	系统自动报错	系统自动忽略	系统自动改错	
多选	网民通过百度首页进行搜索时，搜索推广结果将在哪些区域展现	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	首页右侧及翻页后右侧页面，每页最多展现8条结果	首页左侧有底色的“推广链接”最多3条和“推广”位置，最多展现10条结果，上下两处展现的结果一致	首页左侧带有底色的“推广链接”位置，最多展现3条不同的推广结果，上下两次展现的结果一致	
单选	百度搜索推广结果不会展现在以下哪个搜索结果区域？	首页左侧无底色的“推广”位置，最多展现10条结果	第二页右侧	首页右侧	第二页左侧	
单选	以下有关优选的说法，正确的是：	是指系统将根据创意提交时间的先后顺序来予以展现	是指系统将选择点击率更高的创意予以更多的展现	是指系统将选择推广商户指定的创意予以更多的展现	是指系统根据创意被修改的频率的高低顺序来予以展现	
单选	以下那种情况，百度搜索推广才会收取费	关键词提交给系统以后	网民点击推广信息时	推广信息展现在搜索结果页面时	关键词出于有效状态时	
单选	关于检索量低的描述正确的是：	检索量过低关键词不会影响推广商户核心词的质量度	检索量过低的关键词下线时，系统不另行给予通知	检索量过低关键词没有任何商业价值	检索量过低状态无法显示在账户分析工具中	
多选	小李的账户中，通过搜索推广得到的点击量较少，可能是由于下列哪些原因？	设置了每日预算	出价较低，排名靠后	限制了投放地域	所有关键词匹配模式都设成了广泛匹配	
单选	在网民搜索时，如果推广商户的账户内符合网民搜索需求的关键词被触发，该关键词所对应的创意在搜索结果页获得的出现次数，称之为：	展现量	点击量	检索量过低关键词没有任何商业价值	搜索量	
多选	网盟可以支持什么形式的创意	视频	图片	文字	flash	
多选	给定展现量一样的情况下，以下哪些因素会影响点击量的变化	网站的打开速度	关键词的选择	关键词的排名	创意的质量	



多选	小张的网盟推广昨天开始投放，已经投放了一天，为什么今天没有几个电话咨询呢？	说明投放没有效果，可以停止投放	小郑的投放设置可能存在问题，合理的设置和每天必须保证充足的展现量是能够带来效果的基础，需要对账户进行优化	网盟推广生效周期更长，建议小张持续稳定投放一个月，监测投放效果		
多选	关键词最低展示价格，以下说法正确的是？	该词的商业价值直接影响最低展示价格	提交新的关键词时，出价低于最低展现价格将无法提交	一再线的关键词，当前出价低于最低展现价格时，则无法展现	不同推广商户购买同一个关键词，最低展现价格可能不同	
多选	下列哪种情况发生时，可能与关键词质量度的变化有关	平均排名下降	关键词状态变成搜索无效	平均点击费用上升	关键词由于搜索量过低而下线	
多选	提升推广结果展现量的方法有哪些？	对创意进行关键词嵌入	增加关键词数量	提交多套创意	将关键词设置成广泛匹配	
单选	境外旅游关键词组里现包含出国旅游，境外旅游景点等词，请问哪个关键词不适合放到该组？	境外旅游胜地	出境游报价	出国旅游线路	国外旅行	
多选	建立百度搜索推广账户，进行推广后，商户至少还要关注哪些方面？	关键词是否有足够的展现机会	网站结构或内田是否适合营销	排名是否靠前	创意是否吸引人	
单选	公司A的网站尚未建设好，能否参加百度搜索推广，并展示A的信息？以下哪项正确？	可以提前注册百度搜索推广账户，在网站整成开通后且通过审核前，不可使将推广结果展现在网民面前	不可以提前注册百度搜索推广账户，也不可以将推广结果展现在网民面前	可以提前注册百度搜索推广账户，也可以展现推广结果		
单选	当某推广商户账户内多个关键词都符合展现条件时，将优先展现：	最低展现价格高的关键词触发的创意	与网民搜索词字面完全一致的关键词触发的创意	出价高的关键词触发的创意	质量度高的关键词触发的创意	
多选	某用户在账户层级设定了推广地域为北京、河北，为计划A设定推广地域为北京、上海，为计划B设定推广地域为北京、江苏，则以下说法正确的是？	计划A实际投放地域为北京、上海	计划A实际投放地域为北京	计划B实际投放区域为北京	计划B实际投放区域为北京、江苏	
单选	有广告创意如下：标题：{酒店}春节促销，房价5折优惠！描述：春节期间全面搬家，{酒店}房价最低317元起！还可享免费午餐，儿童免费住宿及餐饮。请问哪个关键词不能与该创意匹配	希尔顿酒店	希尔顿客房	预定希尔顿	希尔顿房价	
单选	小郑想看到网民通过搜索什么词触发的广告，可以通过运行什么报告来实现？	搜索词报告	关键词报告	创意报告	账户报告	
类型	题面	选项1	选项2	选项3	选项4	答案
单选	对于蹊径物料的要求，以下说法正确的是	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为32个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为35个	子链数量为2~5条，长度差2~5个字，总汉字数最多为35个	子链数量为3~5条，长度差2~3个字，总汉字数最多为28个	4
单选	参加蹊径（）凤巢账户的投放，在凤巢账户上的操作，对蹊径关键词是（）	会影响；有效的	不会影响；有效的	会影响；无效的	不会影响；无效的	2

单选	关于蹊径预算及价格的说话正确的是	预算需要单独设定：价格需要单独设定	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格需要单独设定	预算需要单独设定，价格同凤巢系统一样	预算从凤巢里出，不需要单独设定：价格同凤巢系统一样	4
单选	账户中新提的关键词，质量度是多少	1星或2星。由于是新词，质量度不可能一下子达到三星	不一定	1星	2星	2
单选	百度统计中，要知道一段时间内您网站的整体流量及转化情况应该查看	趋势分析	流量分析	时间分析	转化分析	2
单选	以下关于设置周预算的说话，不正确的是	对于经常撞线的客户，不用调整预算，只要调节一周内预算的分配，就可以有效的减少撞线情况，是客户获得更多点击	在一周内，平均分配预算，有效控制整体预算	在一周内，为客户自动分配预算，是预算摄影搜索引擎的流量变化，更少撞线	根据百度流量的趋势特点，按周进行投放分配更加合理	2
单选	关键词处于暂停、搜索无效、搜索量过低的状态时，会影响质量度吗？	不会	会	有时候会	不一定	2
单选	关于URL的字母大小写，说法错误的是	访问URL只能使用小写字母	对于访问URL，无论使用大写字母还是小写字母，系统都将为客户指向其指定的网站页面	对于显示URL，适当地使用大写字母特别是首字母大写，如www.MyFlower.com，可以帮助网民更快地识别域名含义	对于显示URL，适当地使用大写字母特别是首字母大写，可以将客户的网站与其它网站区分开来，加深网民对客户网站的印象	4
单选	对于账户中的计划、单元和关键词，说法正确的是	仅可以对关键词出价	仅可以对单元、关键词出价	仅可以对计划、关键词出价	仅可以对计划、单元出价	2
单选	在多个层级进行同一功能设置，实际执行结果为高级别优先执行，这一规则适用于	普通暂停	分地域投放	否定关键词	IP排除	1
单选	某客户将推广暂停时段设置在20点至24点，则网民不可以在什么时间看到推广结果	19点至20点	9点至20点	21点至23点	10点至21点	3
单选	通配符使用注意事项表述错误的	通配符的使用标志是“{默认关键词}”	保证以触发关键词或默认关键词替代通配符后，创意语句通顺、符合逻辑	默认关键词应为单元内字长最长的关键词	一条创意中可插入多个通配符，不同通配符须使用相同的默认关键词	4
单选	虚拟监控文件夹是一个	网盟推广物料存储器	虚拟文件夹系统	管理物料推广位置的监控系统	虚拟创意管理系统	2
单选	点击率的计算公式是	点击率 = 点击量/消费量	点击率 = 点击量/展现量	点击率 = 点击量/转化量	点击率 = 点击量/浏览量	2
单选	消费总额/点击次数等于	平均展现价格	转化率	利润	平均点击价格	4

单选	搜索引擎搜索结果页面，简称什么？	SERP	SEM	PPC		2
单选	Inbound Links 指的是以下哪一种？	内部链接	反向链接	导出链接		1
单选	一个 SEO 良好的网站，其主要流量往往来自	首页	内容页面	目录页面		2
单选	目标关键词放在哪里效果最佳？	关键词标签	标题标签	描述标签		2
单选	搜索引擎程序对关键词的排名是什么时候进行？	用户输入关键词，点击搜索之后。	对于热门关键词，搜索引擎隔一段时间对排名进行更新和保存。	搜索引擎索引网页时，即对其进行排名。		2
单选	目前看来，搜索引擎无法实现	对一个站点是采集站或原创站，进行判断	判断站点内容对于某关键词的专业性。	判断被大量转载的文章的原创站点。		3
单选	下面哪个状态码可以将网站权重进行永久转移	200	301	302	404	2
不定项	客户从事机械行业，他在“产品词”单元中提交了4个关键词：挤出机、切胶机、捏炼机、密炼机，客户为该单元撰写创意时，我们可以建议客户：	在创意中加入多种联系方式，例如；QQ、MSN、邮箱等，以便潜在客户方便联系	在创意中适当加入醒目的数字、符合规范的标点符号，来吸引网民注意	在创意加入完整的公司地址，以便潜在客户方便了解公司位置	在创意中加入完整的公司名称，以便潜在客户加深印象	1234
不定项	客户进行方案策划时，我们可以建议客户：	将“意义相近、结构相同”的关键词加入到同一推广单元	以容易区分和理解的方式来命名推广单元，并确保单元主题明确	以容易区分和理解的方式来命名推广计划，以方便后期管理和效果评估	在创意标题的前28个字符内包含通配符，并确保关键词带入通配符后语句通顺	1234
不定项	某客户为皮鞋生产厂家，在策划“皮鞋样式”的单元，以下那组关键词最适合	男士皮鞋批发，求购真皮皮鞋，团购皮鞋	男士皮鞋，女士皮鞋，儿童皮鞋	男士皮鞋，北京皮鞋批发，皮鞋批发	女士皮鞋价格，皮鞋款式，皮鞋尺码对照	2
不定项	为了保障良好的推广效果，我们可以建议用户提交	大幅度提升展现量的同时也能够提升点击量，且与业务相关的关键词	自身业务产品词，并参加广泛匹配	转化效果较好的关键词	关键词推荐工具中与业务相关且检索量较高的关键词	1234
不定项1		将客户重点业务，产品词进行提交，并设置广泛匹配，通过关键词推荐工具寻找更多关键词，在推广一段时间之后，通过搜索词报告了解网民的搜索习惯，进一步优化	建议客户首先不要设置预算，如客户确实有推广成本，需要设置预算，可建议将大部分预算为主营产品做推广。	了解客户业务所涉及的地域，设置整体账户地域，也可根据重点推广业务所涉及的地域设置计划，在计划层设置主推地域	了解企业的营销思路，可针对近期重点业务，产品进行重点推广	1234

不定项	以下设置合理的是：	某客户从事办公设备批发行业，在“办公耗材”计划，“复印机耗材”单元中提交了关键词：碳粉、硒鼓、墨粉	某客户从事办公设备批发行业，在“办公用品”计划，“书写用品”单元中提交了关键词：圆珠笔、白雪修正液、荧光笔、涂改笔、橡皮	某客户从事办公设备批发行业，在“办公耗材”计划，“传真机耗材”单元中提交了关键词：色带、粉盒	某客户从事办公设备批发行业，在“办公用品”计划，“便签”单元中提交了关键词：指示标签、万事贴、便签、便条纸	1234															
不定项	客户查看账户报告时，发现每日的点击率较低，请问导致此种情况的原因可能是：	关键词未参加短语匹配	创意语句不通顺	创意中未插入通配符	关键词排名靠后	1234															
不定项	为客户策划推广账户时可参与以下哪些信息？	客户业务涉及的地域	客户的企业产品特点或服务优势	客户打算在推广方面投入的费用	客户经营的产品、业务	1234															
单选	某关键词K，有四个客户X，Y，Z，W购买这个关键词。排除匹配方式的影响，假设在用户搜索关键词K时，只能触发这四个客户的广告，且按照系统规则，只有质量度>5时，广告才能跳左。四个客户账户中关键词K的出价及质量度情况如下，请问排在左侧第二位的是哪个客户的广告：	X <table><tr><th>客户</th><th>出价</th><th>质量度</th></tr><tr><td>X</td><td>3.5</td><td>6</td></tr><tr><td>Y</td><td>10.2</td><td>3</td></tr><tr><td>Z</td><td>2.3</td><td>7</td></tr><tr><td>W</td><td>2.7</td><td>8</td></tr></table>	客户	出价	质量度	X	3.5	6	Y	10.2	3	Z	2.3	7	W	2.7	8	Y	Z	W	1
客户	出价	质量度																			
X	3.5	6																			
Y	10.2	3																			
Z	2.3	7																			
W	2.7	8																			
单选	某游戏客户购买关键词B，某日展现了10000次，共获得1000次点击，消费1530元。客户规定每注册并付费一次为一次转化，该关键词当日带来200个注册，其中有100个注册进行了消费。问该关键词的平均转化费用是：	15.3	7.65	153	1.53	1															
单选	小周不希望他的搜索推广在周六周日有推广，他需要在账户哪一个层级进行设置？	推广单元	推广计划	创意	关键词	2															
单选	观察某网站监测数据，有A，B两个访客，A上午和下午分别访问了一次网站，每次访问浏览了一个页面。B下午访问了一次网站，共浏览了4个页面，请问A和B的访问次数及PV是：	2，5	3，5	2，4	3，6	4															
单选	为了使创意内容跟网民检索内容匹配度更高，我们在撰写创意时，可以通过使用哪种符号提高创意的飘红几率：	通配符	分隔符	断句符	休止符	1															
多选	某客户希望能够获得更多咨询电话，我们如何入手？	着陆页放至网站内联系我们	突出创意中的在线联系方式	突出创意中的咨询电话号码	网页内显著位置放置电话号码	1234															
多选	新客户账户搭建，我们可以从哪些方向还搭建广告计划？	产品或服务类型	网站结构	推广地域	活动时间	1234															
多选	客户在实际搜索“美国留学”关键词时，触发了“英国留学”的广告创意，有可能是什么原因导致的？	“美国留学”关键词质量度比“英国留学”差	创意没有插入{}导致	我们没有上线“美国留学”关键词，但是有“留学”一词触发	包含“美国留学”关键词的计划没有预算了	134															
单选	广告计划下的广告单元，可以单独设置每日预算	可以	不可以	需要在计划层级单独给单元设置	需要向百度申请	2															

多选	某客户的搜索报告中显示无关搜索很高，我们应当？	添加否定关键词	更改更精准的匹配方式	添加和更改精准度更高的关键词	添加修改精准度更高的创意	12
----	-------------------------	---------	------------	----------------	--------------	----