# Quiz : infos pour auteur

Il s’agit de créer un quiz par chapitre ou par module pour une vidéo : le titre du quiz correspond au titre du chapitre (ou du module). Chaque **quiz** va contenir 7 à 10 **questions** ; la réponse à chaque question doit se trouver dans une seule section du livre (séquence d’une vidéo). La saisie du quiz se fera dans un document spécifique à partir du modèle que nous vous transmettons (**Modèle pour un quiz.docx**).

Chaque question présentera **4 choix de réponse au minimum + le choix Je ne sais pas ; évitez les choix du type Vrai/Faux.** Elle n’est pas associée à un niveau.

Veillez dans la mesure du possible à ce que toutes les réponses ne soient pas justes, 2 réponses max sur 4 semblent bien. Veillez à ce que les réponses soient indiscutables (ce qui n’est pas toujours facile lorsque la question est « littéraire »).

Veillez également à ce qu’il n’y ait pas plus de 2 questions associées à une même section, cherchez à couvrir le maximum de sections du chapitre.

## Consignes à respecter pour la rédaction :

* Utilisez le modèle **Modèle pour un quiz.docx** transmis : les styles à appliquer aux titres, questions, réponses… y sont indiqués.
* Le libellé de la question et de la réponse peuvent être formatés (gras, italique, souligné).
* La ou les réponses justes doivent être surlignées en vert.
* Le type de puce est spécifique pour indiquer si la question est à choix multiple (▪) ou si une seule réponse est possible (○).
* Les extraits de code doivent être sous forme d’image pour pouvoir garder l’indentation.
* Il est possible d’intégrer une image dans la question, il faut nous transmettre le fichier png de l‘image.
* Si un choix fait référence à une option ou onglet ou menu du logiciel, cette information doit être en gras.
* Ne pas mettre de point à la fin des différents choix.
* Ne pas utiliser de référence de ce type : **Au chapitre 10.3**, car les sections ne sont pas numérotées ainsi dans le livre numérique ; indiquez clairement, le titre du chapitre.
* Il faut indiquer la section du livre (la séquence vidéo) où se trouve la réponse dans la colonne de droite sous la forme [nom du chapitre - titre de section] ([nom du module - titre de séquence] ; **pour les livres, seules les sections de niveau 1 doivent être mentionnées** même si la réponse se trouve dans une sous-section ; les sections de niveau 1 correspondent au 1er niveau de titre dans la table des matières.

## Exemple : extrait d’un quiz sur Google Adwords associé au livre **Certification Google AdWords Principes fondamentaux : les bases de la publicité** :

Connaissez-vous les principes de base de Google AdWords ?

Certification Google AdWords Principes fondamentaux : les bases de la publicité

# [Introduction]

## [Chapitre 1]

|  |  |
| --- | --- |
| Quel est l’un des principaux avantages de Google AdWords ?   * Être premier dans les résultats de recherche naturels * Pouvoir collecter des informations sur les concurrents * Pouvoir cibler ses clients potentiels * Pouvoir forcer les gens à acheter vos produits/services * Je ne sais pas | [introduction – presentation de google adwords] |
| Si vous diffusez vos campagnes AdWords sur le Réseau de Recherche, vous devez régler des frais :   * Lorsque les internautes cliquent sur votre annonce * Lorsque les annonces sont diffusées sur les pages de résultats de recherche Google * Lorsque les annonces sont diffusées sur des emplacements du Réseau Display * Lorsque l’internaute effectue un achat * Je ne sais pas | [introduction– le reseau google] |
| Qu’est-ce que le ciblage contextuel par mots clés ?   * Les annonces sont diffusées sur des emplacements que vous définissez manuellement * Les annonces sont diffusées sur des emplacements choisis automatiquement en fonction des mots clés définis * Les annonces sont diffusées sur des emplacements choisis automatiquement en fonction de catégorie de centres d’intérêt * Les annonces sont diffusées sur tous les emplacements disponibles sur le Réseau Display * Je ne sais pas | [introduction – le reseau google] |
| Le niveau de qualité d’une annonce ciblée par emplacements sur le Réseau Display de Google se base sur :   * Le budget quotidien de la campagne * La pertinence du mot clé par rapport à la requête de l’internaute * La qualité de la page de destination * Le CPC max du mot clé qui a diffusé l’annonce * Je ne sais pas | [introduction – niveau de qualite] |
| Quels sont les avantages de diffuser votre annonce en haut de la première page de résultats de recherche Google (plusieurs réponses possibles) ?   * Vous pouvez afficher davantage d’extensions d’annonces * Vous payerez moins cher pour un clic * Votre annonce aura plus de chances de générer des clics * Votre annonce aura un niveau de qualité de 10 * Je ne sais pas | [introduction – mise en concurrence et classement des annonces] |