

Google adwords Professional 考试题

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 1（多选题）：访问 AdWords 关键字工具的方法有几种？

- A. 从广告组中访问
- B. 从 AdWords 帐户的工具菜单中访问
- C. 从修改广告系列设置页面访问
- D. 通过外部网址访问

问题 2（单选题）：哪个工具可提供有用的字词建议，供您考虑添加到关键字列表中，并提供否定关键字，以限制不相关搜索？

- A. 点击量估算工具
- B. 关键字工具
- C. 添加关键字功能
- D. 更改关键字匹配选项工具

问题 3（单选题）：如果您设定的最高每次点击费用（CPC）是 \$0.50，下列说法正确的是：

- A. 您为每次点击支付的金额不会超过 \$0.50
- B. 您为每次点击支付的金额是\$0.50
- C. 您要为每次点击支付的金额不会超过 \$0.60
- D. 如果最高每次点击费用提高到\$0.60，将提高广告的排名

问题 4（单选题）：请选择最佳答案。如果希望广告在搜索结果正上方的顶部位置展示，需要：

- A. 和 Google 签订合同并买断这个位置
- B. 质量得分和出价都很高，并且广告通过审核
- C. 质量得分和出价都很高
- D. 广告通过审核，出价比较高而且质量高于特定最低值

问题 5（单选题）：CTR 的含义是什么？

- A. 点击率
- B. 点击次数
- C. 每次点击费用
- D. 展示次数

问题 6 (多选题) : 要使用转换跟踪, 广告主需要做哪些准备:

- A. 能够跟 AdWords 支持小组取得联系, 让他们代劳
- B. 有较高的每日预算, 保证转换跟踪的花费
- C. 能将转换代码放置到目标网站上
- D. 获得一个用于投放广告和关键字的 AdWords 帐户

问题 7 (判断题) : 全球定位广告, 应采取“每个广告组中的关键字列表和广告文字使用同一种语言”的方式来组织广告组.

- 正确 错误

问题 8 (多选题) : Google Analytics (分析) 报告可以完成以下任务:

- A. 提高点击率
- B. 评估访问者对您网站的总体兴趣
- C. 确定您网站中最受欢迎和最有价值的网页
- D. 看到访问者的 IP

问题 9 (单选题) : 如果广告组的最高每次点击费用 (CPC) 高于以下哪项, 广告就不会展示?

- A. 包含该特定广告组的广告系列的每日预算
- B. 该广告组的平均每次点击费用
- C. 为各个关键字设置的最高每次点击费用
- D. 每次转换费用

问题 10 (多选题) : 下列关于关键字最低出价的描述正确的是:

- A. 使用相同关键字做广告的人越多, 该关键字的最低出价就越高

- B. 当最低出价提高时，广告的排名就会下降
- C. 如果最高每次点击费用低于最低出价时，关键字就会变成“对于搜索无效”
- D. 关键字的最低出价会时常发生变化
- E. 关键字的点击率与最低出价无关，最低出价是系统自动计算的

问题 11 (单选题)：客户想创建一个按展示位置定位的广告系列，查看下列哪个报告可以帮助他更好地决定广告在哪些网站上投放：

- A. 搜索查询效果报告
- B. 广告展示位置效果报告
- C. 广告效果报告
- D. 展示位置/关键字效果报告
- E. 广告组效果报告

问题 12 (判断题)：修改广告系列的否定关键字时，你可以一次将同一广告系列下所有广告组使用的否定关键字查找出来。

- 正确 错误

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 13 (多选题)：客户想知道他的广告收到了多少无效点击，他可以查看下列哪些报告：

- A. 广告系列效果报告
- B. 广告组效果报告
- C. 帐户效果报告
- D. 广告效果报告
- E. 无效点击报告

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 14 (单选题)：如果一个 Google 搜索结果页上有四个 AdWords 广告，页面上最后一个广告总要支付_____

- A. 不知道质量得分和最低出价，无法确定此信息

- B. \$0.05
- C. \$0.01
- D. 该广告客户确定的最高每次点击费用 (CPC)

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 15 (单选题)：客户希望广告在每天 8 点到 18 点投放，可通过_____来实现。

- A. 广告否定词添加
- B. 排名首选项
- C. 排除网站
- D. 广告日程管理

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 16 (判断题)：“拒登广告”工具为您的帐户提供已批准广告、待审核广告或关键字等内容的状态信息。

- 正确
- 错误

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 17(单选题)：广告系列 A 在 Google 和 Google 联网的网站上投放广告。在广告系列摘要页面上看到的点击率 (CTR) 指：

- A. 各种广告网络渠道的综合平均点击率
- B. 仅来自内容网页的点击率
- C. 仅来自搜索合作伙伴网站的点击率
- D. 来自 Google 的点击率

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 18 (单选题)：投放全球的广告时，下面哪个方案最佳？

- A. 命名广告系列，使其反映目标国家/地区，例如“意大利城市”、“英国城市”、“中国城市”
- B. 对所有国家/地区和语言仅制作一个广告系列
- C. 将多种语言的关键字添加到一个广告组

D. 制作一个广告组，用于不同语言的广告和关键字（例如英语、阿拉伯语和法语）

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 19(单选题)：哪个报告可提供有关内容相关定位广告系列的最有效信息？

A. “广告系列效果”报告

B. “广告展示位置”报告

C. “搜索查询效果”报告

D. “广告效果”报告

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 20（单选题）：AdWords 使您可以将_____定位作为广告系列定位的标准功能。

A. 语言

B. 电话区号

C. 时区

D. 币种

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 21（单选题）：网站排除应用于以下哪一级？

A. 广告组

B. 帐户

C. 关键字

D. 广告系列

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 22（单选题）：要访问 API，广告客户会收到一个唯一的数字组合，作为其帐户活动的标识符。该标识符称作_____。

A. 开发人员令牌

B. API 操作

C. 帐户服务标识符

D. 编程接口

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 23 (多选题)：如何提高展示位置定位广告的花费？

- A. 设置转换跟踪
- B. 增加展示位置
- C. 提高出价
- D. 增加关键字

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 24 (多选题)：优化帐户时，为何研究竞争对手的广告和网站会有所帮助？

- A. 可确定使您的企业更具吸引力的因素
- B. 可了解对方的产品或服务与您的产品或服务的相似与不同之处
- C. 可获得竞争对手用于投放广告的关键字列表
- D. 研究竞争对手的广告和网站没有什么好处

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 25 (单选题)：关键字是下列哪种状态时广告无法展示？

- A. 已拒登
- B. 正常
- C. 有效
- D. 词组

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 26 (多选题)：显示网址必须明确告诉给用户所在指向网址的内容，以下说法正确的有？

- A. 不能是电子邮件
- B. 一定要有 http://
- C. 必须与目标网址主域名一致
- D. 必须包含扩展名

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 27 (单选题)：帐户中针对每个关键字显示的点击率 (CTR)，体现了广告在哪些网站上的效果？

- A. 展示您广告的所有网站
- B. Google 及其他搜索网络
- C. Google、搜索网络和内容网络
- D. 仅 Google

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 28 (多选题)：对于以展示位置定位的广告系列，系统可提供以下哪几种方法供您选择在哪些展示位置展示广告

- A. C. 网址列表
- B. 描述主题
- C. D. 选择人口统计数据
- D. 浏览类别

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 29 (单选题)：在 Google 搜索结果页上，排名最高的 AdWords 广告可以在搜索结果正上方的顶部位置展示。我们最多可在每页的搜索结果上方显示几个广告？

- A. 3 个
- B. 2 个
- C. 4 个
- D. 1 个

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 30 (多选题)：如果广告的投资回报率 (ROI) 较低，往往是因为_____

- A. 广告没有精准设定投放语言和地理位置
- B. 使用的关键字太宽泛
- C. 使用了图片广告
- D. 广告的无效点击太多

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 31 (判断题)：请判断以下关于 AdWords 帐户时区的描述是否正确：目前 AdWords 帐户的时区只能设定为美国东部时间。

- 正确 错误

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 32 (单选题)：通过内容出价，广告客户可以_____

- A. 选择展示广告的网站
- B. 为投放内容网站的各个关键字设置最高每次点击费用
- C. 退出智能定价
- D. 为投放内容网络的广告设定和投放搜索网络的广告不同的每次点击费用

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 33 (单选题)：登录 MCC 帐户后，在“我的客户中心”(MCC) 控制台可以查看：

- A. 已链接帐户上次结算日期和金额
- B. 已链接帐户的广告组数量
- C. 已链接帐户平均点击率 (CTR)
- D. 已链接帐户平均每日费用

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。-->

问题 34 (多选题)：关于图片广告，哪三种说法正确？（选择三项。）

- A. 图片广告将展示在 Google 和 Google 联网上
- B. 每个帐户最多可上传 50 个图片广告
- C. 可接受的图片格式为 .jpg、.gif、和 .png
- D. 图片广告与网页内容相匹配

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 35 (多选题)：根据关键字匹配选项功能，当用户搜索“北京烤鸭外卖”这个词的时候，以下关键词中哪些可以触发广告（选择所有符合的答案）？

- A. [外卖烤鸭]
- B. “烤鸭外卖”
- C. 外卖北京烤鸭

D. 外卖烤鸡

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 36（多选题）：AdWords 帐户的广告可以：

 A. 按天收费 B. 按点击次数收费 C. 按展示次数收费 D. 关键字包年包月收费

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 37（单选题）：通过 AdWords “我的客户中心” 管理的多个帐户，_____。

 A. 可以针对相同的关键字展示广告 B. 可以豁免商标限制 C. 自动具备发票结算资格 D. 可以一次将广告系列否定关键字添加至多个帐户

对于不确定的考题，可以用此按钮进行标记，以便检查答题。--> [标记](#)

问题 38（判断题）：在内容网站上投放关键词定位的广告会影响广告在 Google 上的排名。

 正确 错误

问题 39（单选题）：处于对于搜索无效状态的关键字_____

 A. 需被删除才能变为有效 B. 表示已经被 AdWords 专家拒登 C. 表示尚未经过 AdWords 专家审核 D. 表明其最高每次点击费用低于最低出价

问题 40（单选题）：通过更改历史记录工具，广告主最多可以查看过去多长时间对帐户所作的更改？

 A. 从 2006 年 1 月 1 号到查询当日 B. 过去 1 个月 C. 从创建帐户开始到查询当日

D. 过去 2 个月

E. 过去 3 个月

问题 41 (多选题) : 在决定是否在您的广告文字中包含产品价格时, 应该考虑哪些因素:

A. 与您相比, 竞争对手的产品价格是高还是低?

B. 您和竞争对手的产品或服务有什么不同?

C. 竞争对手在广告文字中包含价格了吗?

D. 如何模仿竞争对手的广告, 使用户更有可能点击您的广告?

问题 42 (判断题) : Google 接受在左侧搜索结果中刊登广告。

正确 错误

问题 43 (单选题) : 分别定位多个国家/地区的最有效方法是什么?

A. 仅制作一个广告系列面向所有国家/地区和所有语言。用您希望定位的每种语言分别制作广告组

B. 分别创建帐户, 每个帐户使用唯一的语言和国家/地区定位首选项, 对应要定位的每一区域

C. 制作唯一的广告系列以及定位所有国家/地区和所有语言的唯一的描述性广告组

D. 分别制作广告系列, 每个广告系列使用唯一的语言和国家/地区定位, 专门对应要定位的每一国家/地区

问题 44 (单选题) : 什么是 AdWords 折扣器?

A. 是您每天愿为特定广告系列支付的费用

B. 是一个自动系统, 可监控您面临的竞争状况并自动降低您的实际每次点击费用, 从而以尽可能低的价格保持您广告在网页上的排名

C. 是查找关键字变体形式和可触发您广告的相关词语的工具

D. 是一个工具, 可自动针对每个关键字为您提供每日点击量、平均每次点击费用 (CPC)、每日费用及平均广告排名的估算值

问题 45 (单选题) : AdWords 报告会发送至哪个电子邮件地址?

A. 创建 AdWords 帐户时使用的电子邮件

- B. 所有有管理员权限的登录电子邮件
- C. 帐户的登录电子邮件
- D. 创建报告模板时指定的电子邮件

问题 46 (单选题)：哪种方法可以在最短的时间内提升广告排名？

- A. 优化 AdWords 广告系列以提高点击率 (CTR)
- B. 增加每日预算
- C. 增加最高每次点击费用 (CPC)
- D. 更改关键字匹配选项

问题 47 (单选题)：下列哪类广告的点击次数和展示次数经常出现季节性或周期性变化。

- A. 面向少数消费者的产品
- B. 稀有物品
- C. 酒类及其他受限产品
- D. 假日产品

问题 48 (单选题)：投放美国的按展示位置定位的广告可以查看_____选择展示位置。

- A. 区域统计数据
- B. 人口统计学数据
- C. 职业统计数据
- D. 心理分析数据

问题 49 (判断题)：搜索查询效果报告中“N 个其他特有的查询”指的某些搜索词，由于搜索量很低，因此没有单独列出

- 正确
- 错误

问题 50 (判断题)：如果广告的投放地区是美国，客户在中国只能通过 AdWords 账户查看自己的广告是否展示，没有其他办法或工具。

- 正确
- 错误

问题 51 (单选题)：哪个文件提供了 AdWords 计划法律条款的一般性信息？

- A. AdWords 控制中心指南
- B. Google 网站管理员指南
- C. AdWords 条款
- D. Google 商标政策

问题 52 (单选题): 如何能让广告展示在 Google 搜索结果上方的位置?

- A. 增加广告的每日预算
- B. 给广告添加更多关键字, 扩大广告的覆盖面
- C. 联系 AdWords 销售小组购买搜索结果上方的广告展示权
- D. 广告的最高每次点击费用达到\$1.00
- E. AdWords 系统挑选符合条件的广告展示在搜索结果的上方

问题 53 (单选题): 以网站定位与以关键字定位的广告在何处竞争?

- A. Google 内容网络上
- B. 在 Google.com 上
- C. 在搜索上和内容网络上
- D. 在 AdWords 广告展示的任何地方

问题 54 (单选题): 将关键字放置于广告文字的哪个部分最有可能提高广告的点击率 (CTR)?

- A. 显示网址
- B. 广告标题
- C. 广告文字的第三行
- D. 广告文字的第二行

问题 55 (多选题): 以下选项中, 影响广告排名的因素有哪 2 种?

- A. 最高每次点击费用
- B. 每日预算

C. 质量得分

D. 转换率

问题 56 (单选题) : 增加_____会使您广告的总点击次数提高。

A. 广告组总数

B. 网址

C. 产品系列

D. 每日预算

问题 57 (多选题) : 一个广告组被删除后, 如何重新启动?

A. 点击“广告组详细资料”页上的“取消删除广告组”链接

B. 点击“广告系列详细资料”页上的“恢复”按钮

C. 点击“广告系列详细资料”页上的“取消删除”链接

D. 重设该广告组的结束日期

问题 58(多选题): 当广告客户将关键字“打折机票”设为词组匹配时, Google 用户搜索下列哪些词可能会看到广告:

A. 特价打折机票

B. 北京打折机票

C. 打折机票 上海

D. 打折特价机票

问题 59 (多选题) : Google Adwords 的哪些特性可以让您控制成本?

A. 自主设置每日预算

B. 自动计算投资回报率

C. 手动设置每次转换费用

D. 最高每次点击费用可调

问题 60 (单选题) : 根据关键字匹配选项功能, 当用户搜索“房屋装修”这个词的时候, 以下关键词中哪个可以触发广告?

- A. “装修房屋”
- B. [装修房屋]
- C. 装修我的房屋
- D. [装修]

问题 61 (单选题) : _____越多, 投资回报率就越高。

- A. 消耗
- B. 点击
- C. 流量
- D. 转换

问题 62 (单选题) : 下列哪些措施有助于提高广告效果。

- A. 在多个广告组中重复使用关键字
- B. 测试多个广告以确定哪些广告文字最有效
- C. 删除展示次数较少的关键字
- D. 删除任意否定关键字

问题 63 (多选题) : 符合以下哪些条件的广告可以出现在 Google 搜索结果的上方, 而不是右侧:

- A. 使用包年包月的计费方式
- B. 广告经过 AdWords 专家审核批准
- C. 使用 AdWords 帐户至少半年
- D. 广告的质量得分以及最高每次点击费用达到 Google 的要求

问题 64 (多选题) : 从我的更改历史记录里可以查看下列哪些数据:

- A. 帐户添加或删除用户
- B. 关键字最高每次点击费用更改
- C. 广告系列预算更改

D. 关键字添加或删除

问题 65 (单选题)：设置排名首选项之后，可以设置的最低排位是多少？

- A. 10+
- B. 8+
- C. 8
- D. 10

问题 66 (单选题)：如果帐户管理者希望统计某一段时间内观看广告的人数以及观看的次数，应该使用哪个报告类型？

- A. “关键字效果”报告
- B. “到达率和频次”报告
- C. “广告展示位置”报告
- D. “搜索查询效果”报告
- E. “广告系列效果”报告

问题 67 (多选题)：下列哪些是 AdWords 编辑指南对文字广告和图片广告目标网址的要求：

- A. 目标网址所指向的网页需为运行中的网站
- B. 目标网址需要将用户链接到目标网站的主页上
- C. 目标网址需准确反映显示网址
- D. 目标网址需为 html 网页

问题 68 (单选题)：以下哪项任务不能通过 API 完成？

- A. 添加新的关键字
- B. 修改广告组的最高每次点击费用
- C. 修改广告系列的每日预算
- D. 修改信用卡信息

问题 69 (单选题)：如果用户在您企业特定的周边距离内搜索您的关键字，哪个定位选项可触发您的广告展示？

- A. 全球定位
- B. 地区与城市定位
- C. 金字塔式定位
- D. 自定义定位

问题 70(单选题): 如果关键字工具提供了不相关的变体形式,您应该_____

- A. 将这些变体形式作为否定关键字添加
- B. 将这些变体形式作为完全匹配添加
- C. 将这些变体形式添加到主关键字列表
- D. 查看这些变体形式的点击量估算值

问题 71 (判断题): 使用点击量估算工具时, 每次只可以为所有关键字设定相同的最高每次点击费用, 而不能为每个关键字设定单独的最高每次点击费用。

- 正确
- 错误

问题 72 (判断题): Google 广告的目标网页不允许包含弹出式窗口, 包括背后弹出式广告。

- 正确
- 错误

问题 73 (多选题): 在哪个网页上可以修改广告组的当前最高每次点击费用?

- A. “广告系列摘要” 页
- B. “修改广告系列设置” 页
- C. “广告系列详细资料” 页
- D. “广告组” 页
- E. “结算摘要” 页

问题 74 (单选题): 王总使用“广告展示位置”报告后, 看到所有展示他的广告的网站, 下一步他应该怎么改进广告效果?

- A. 目前, “广告展示位置”报告还不能用于改善广告效果
- B. 再运行“到达率和频次”报告来进一步分析
- C. 使用网站排除工具排除所以广告效果不好的网站

D. 再运行“搜索查询效果”报告进行进一步分析

问题 75 (单选题): 如果一个关键字的点击率 (CTR) 较高, 但点击并未转换为销售, 应尝试更改什么内容?

A. 广告的显示网址

B. 广告系列的每日预算

C. 广告系列的目标语言

D. 网站的目标网页

问题 76 (单选题): 您在销售制作雪泥果汁的搅拌机和其他附属产品。要让您的广告展示在 soso.com 上, 您的广告系列需要加入到哪里?

A. 搜索网络

B. 内容网络

C. 智能定价

D. 转换跟踪

问题 77 (判断题): 广告日程管理能和 AdWords Budget Optimizer™ 配合使用。

正确 错误

问题 78 (多选题): 有效的目标网页有哪些特点?

A. 应展示广告中提及的具体产品

B. 应易于浏览

C. 网页内容应使用中英文两种语言

D. 应允许用户实现广告中所提及的行为

问题 79 (多选题): 哪些用户最适合使用“我的客户中心”(MCC)?

A. 搜索引擎营销商

B. 拥有多个 AdWords 帐户的企业

C. 广告代理商

D. 每个广告系列都为不同产品做广告的用户

问题 80 (多选题): Google Analytics (分析) 可帮助客户解决以下哪些难题?

- A. 客户的网站访问者来自何处?
- B. 用户使用哪些关键字来查找客户的网站?
- C. 对于客户的网站, 哪种营销活动最为有效?
- D. 是客户的网站设计促使访问者离开网站吗?
- E. 访问客户的网站时用户都做了什么?
- F. 访问者在哪些位置放弃客户的购物车?

问题 81 (单选题): 为了注册 AdWords API, 广告客户需_____。

- A. 拥有“我的客户中心”帐户
- B. 是合格的 Google Advertising Professionals 成员
- C. 管理至少 10 个 AdWords 帐户
- D. 保持 AdWords 计划的最低费用

问题 82 (多选题): 目前中国广告客户可以使用的广告形式有:

- A. 文字广告
- B. 点击播放的视频广告
- C. 移动广告
- D. 图片广告
- E. 本地商户广告

问题 83 (多选题): Google AdWords 帐户可以提供以下哪几种报告类型?

- A. 关键字效果
- B. 帐户效果
- C. 广告效果

问题 84 (单选题): 何时可以修改广告系列的预算?

- A. 仅在创建广告系列时
- B. 随时

- C. 除广告系列处于暂停或被删除状态之外的任何时间
- D. 除广告组处于暂停或被删除状态之外的任何时间

问题 85 (判断题): 如果您启用排名首选项功能, 并选择将广告展示在第一名的位置, 您的广告会在每次搜索时都出现在第一名的位置。

- 正确 错误

问题 86 (单选题): 广告商想知道有多少看到他的 AdWords 广告的用户最后在网上成功购买了商品, 如果使用转化跟踪工具, 他应该把转换跟踪代码添加在下面哪个页面上?

- A. 用户点击广告后到达的页面
- B. 显示用户信用卡信息提交成功的页面
- C. 用户点击“购买”输入信用卡信息的页面
- D. 介绍商品详细情况的页面

问题 87 (多选题): 下列关于网站和类别排除(site and category exclusion) 工具的描述正确的是:

- A. 使用这个工具可以让广告系列避免在内容不相关的搜索网络上展示
- B. 主题排除功能目前只支持有限的几种语言, 因此当广告系列的目标投放语言中含有其他不受支持的语言时, 广告商不应该使用主题排除功能
- C. 使用这个工具可以让广告系列避免在所有论坛上展示
- D. 按展示位置定位的广告系列无法使用 site and category exclusion 工具

问题 88 (判断题): 我们可以为客户提供其他广告客户对于某个关键词的出价。

- 正确 错误

问题 89 (多选题): 下列哪些因素会决定新添加的关键字的状态(有效或对于搜索无效)?

- A. 关键字最低出价
- B. 关键字的最高每次点击费用
- C. 广告组状态
- D. 广告系列的每日预算

问题 90 (多选题): 下列关于关键字匹配的描述正确的是:

- A. 如果广告组所有关键字都是完全匹配，就不需要使用否定关键字
- B. 关键字使用完全匹配可以确保广告只展示给最相关的用户看
- C. 关键字使用完全匹配可以比广泛匹配获得更多点击次数
- D. 使用完全匹配的关键字比使用广泛匹配的关键字质量得分更高

问题 91 (单选题)：选择哪个“报告中心”选项，即可使创建的报告仅包含点击次数超过 500 的关键字？

- A. 过滤器
- B. 计划
- C. 查找/排序功能
- D. 按需报告

问题 92 (多选题)：使用关键字工具，你可以查看：

- A. 关键字的搜索量趋势
- B. 任意月份的关键字搜索量
- C. 关键字在哪个月份搜索量最高
- D. 估算的广告排名
- E. 是否有很多广告客户使用这些关键字做广告

问题 93 (单选题)：要将广告定位至全球的西班牙语受众，应选择什么？

- A. 西班牙语作为目标语言，西班牙作为目标国家
- B. 西班牙语和所有国家/地区
- C. 所有语言，以西班牙作为目标国家
- D. 所有语言和所有国家/地区

问题 94 (单选题)：否定关键字何时可最有效地改善广告系列的效果？

- A. 当它们是非常精确的多字词组时，例如“-1960 年红色经典跑车”
- B. 当它们可能触发您的广告展示，但不大可能是广告的目标客户时

- C. 当它们描述您所售产品或服务时
- D. 当广泛匹配、词组匹配和完全匹配关键字均为完全相同的字词时

问题 95 (单选题): 下列关于目标网址和显示网址的描述, 不正确的是:

- A. 目标网址应与显示网址的主域名一致
- B. 如果目标网址链接太长, 不宜用作显示网址
- C. 显示网址字段可用作广告文字的附加行
- D. 显示网址应包含域扩展名, 如 .com、.net 或 .org

问题 96 (判断题): 客户想将广告选择在国内投放, 但是目标语言选择英语, 是可以做到的。

- 正确 错误

问题 97 (多选题): 下列关于 AdWords 帐户简化版本的描述正确的是:

- A. 简化版的 AdWords 帐户中, 广告只能投放一个国家, 广告投放的语言也只能选择一种
- B. 由简化版升级成标准版的 AdWords 帐户可以随时退回到简化版
- C. 简化版 AdWords 帐户只能投放文字广告, 而不能投放图片广告
- D. 简化版 AdWords 帐户中不设每日预算, 而是设定每月预算
- E. 简化版 AdWords 帐户使用时间超过 15 天后会自动升级成标准版 AdWords 帐户
- F. 简化版 AdWords 帐户中只能创建一个广告系列, 一个广告组

问题 98 (多选题): 以下哪些是无效点击的来源?

- A. 提高广告费用而进行的手动点击
- B. 采用自动点击工具、漫游器进行的点击
- C. 刊登广告的网站所有人为了提高自己的收益而进行的手动点击
- D. 其他欺诈性点击软件进行的自动点击

问题 99 (单选题): 当_____变体形式属于不相关关键字时应使用完全匹配, 当_____变体形式属于不相关关键字时应使用广泛匹配。

- A. 少数，大多数
- B. 信息不足，无法回答该问题
- C. 大多数，少数
- D. 没有，所有

问题 100 (多选题)：使用关键字诊断工具可以：

- A. 查看广告针对某个关键字是否展示
- B. 查看如何改善关键字质量得分
- C. 查看广告组关键字的质量得分
- D. 查看目标网页的质量