
巨量-信息流(初级)认证考试(重点)题库(含答案)

一、单选题

1. 下列关于视频制作相关工具，描述错误的是

- A、 即视平台可帮助广告主利用模板快速生成创意视频
- B、 易拍 app 可提供多种特效供广告主自由创做视频
- C、 即合平台拥有强大的系统自动生成创意视频功能
- D、 电商、招商加盟、教育类等都可使用即视平台

答案： C

2. 下列不属于常见的数据分析方法的是：

- A、 对比
- B、 归因
- C、 细分
- D、 目测

答案： D

解析：方法讲究科学性和严谨性， A、B、C均为科学有效的分析方法，目测方式缺乏科学及严谨性，故错误。

3.

下列不属于今日头条频道信息流广告样式的是

- A、 大图
- B、 竖版视频
- C、 横版视频

D、组图

答案： B

4. 单选题] 下列关于广告创意文案，说法错误的是

- A、文案与落地页设置一致性**
- B、专业性的文案，让文案高大上，提升产品调性**
- C、需要迎合受众心理**
- D、巧用当下能审核通过的流行词汇**

答案： B

5.

关于移民类客户广告文案，下列允许进行广告投放的是：

- A、全程一站式服务，为您移民保驾护航**
- B、远离中国地沟油，移民国外享受健康美食**
- C、国内医疗水平太差，国外医疗有保障**
- D、国内空气污染重，雾霾大，来国外呼吸新鲜空气**

答案： A

6.

投资回报率的英文简称是

- A、ARPU**
- B、ROI**
- C、GMV**
- D、SKU**

答案： B

7. 目前，巨量引擎广告投放平台中不支持下列哪个基础定向

- A、性别
- B、兴趣关键词
- C、教育程度
- D、运营商

答案： C

解析： 在平台定向基础设置中确实不包括[教育程度]维度，可通过DMP 打包学历人群包

8.

下列关于信息流广告不同计费方式中，广告展示优先级的说法正确的是：

- A、CPT 广告=GD 广告>竞价广告
- B、CPT 广告>GD 广告>竞价广告
- C、GD 广告>CPT 广告>竞价广告
- D、CPT 广告>竞价广告>GD 广告

答案： B

9. 构思某游戏的创意时，下列做法不需要的是

- A、参考该类型游戏投放创意
- B、从游戏的版号思考
- C、从游戏开发商思考
- D、从游戏内容思考

答案： B

10.

下列关于优秀投放方案的标准，说法错误的是：(A)

- A、优质的投放方案只需要美化 PPT 形式，体现出高端大气的格调即可。
- B、应清晰梳理出客户现有//历史投放中已存在、待解决问题以及未来潜在需求
- C、对于问题及需求，除了解决能力，还要体现出与同行业人员的竞争优势.
- D、通过抓住客户的需求痛点，引导客户关注优化团队专业能力及优势

答案： A

11. 头条信息流广告中，广告出现在4-1, 是指出现在

- A、第4刷的第1个位置
- B、第1刷的第4个位置
- C、广告会向同一个用户展现4次

D、ABC 都 错

答案： B

12.

下列关于数据指标漏斗模型中落地页类的转化漏斗，表述正确的是：

- A、展示—落地页访问—落地页内转化—线索转化
- B、展示—点击—落地页内转化—落地页访问—线索转化
- C、展示—点击—落地页访问—线索转化—落地页内转化
- D、展示—点击—落地页访问—落地页内转化—线索转化

答案： D

13. 重要考点

重要考点：定向体系中的用户行为，用户首次激活时间，目前只支持三个时间段分别是一个月以内、	-
重要考点：创意审核一般在 <u>工作日</u> 24小时内完成，周末/节假日48小时内完成。如无特殊情况，大部分	
重要考点：鉅量引擎的地域定向是将用户的当前GPS、IP、历史城市、服务器地址等因素加权得出的	
重要考点：投放策略依据“环境扫描”制定整体策略，前后具有一定相关性(问了投放策略依据是什么	
重要考点：度过冷启动的利器：放量投放(原自动出价)如果效果不好，用什么来诊断?(问了，如男	
重要考点：时间四象限具体的行动是什么, 重要不紧急、 <u>重要且</u> 紧急、不紧急不重要、紧急不重要(
重要考点：PRER结构的步骤(考了判断题)	
重要考点：当异议处理有歧义时，是否可立即打断对方发言(判断题，答案错)	
重要考点：删除重复项能否对单元格使用(本题出自初级配套视频第20章节《Excel实用技能秘籍》。	
重要考点：App的留存是否对付费有影响，答案：对(判断)	
重要考点： 【判断题】 文章分类定向只针对详情页广告。 (对)	
重要考点：对成本敏感的客户，最好选用优先低成本的投放方式(对)	

A、重要考点

B、重要考点

答案： B

14.

创意层级的创意标签最多可添加多少个?

A、15 个

B、20个

C、25 个

D、30 个

答案： B

15.

作为最早把人工智能技术大规模应用于信息分发的公司之一，字节跳动成立于
() 年。

A、2007 年

B、2008 年

C、2011 年

D、2012 年

答案： D

16. 应用下载类广告投放漏斗流程环节：1. 下载2. 点击3. 展示4. 注册5. 激活6.
留存，下列排序正确的是

A、325416

B、321456

C、321546

D、312546

答案： C

解析：应该下载类广告转化路径为展现-点击-下载-激活-注册-留存

17. 以下哪种计费方式不于竞价类广告？

A、CPT

B、CPA

C、CPC

D、CPM

答案： A

18. 计划学习期成功的条件是满足多少个转化?

- A、 10
- B、 15
- C、 20
- D、 25

答案: C

19. 下列关于媒体分析, 描述准确的是: ()

- A、 媒体分析只是对客户进行基础知识普及
- B、 媒体分析主要是展现我们对媒体的了解比较透彻, 也能协助制定策略: 同步媒体的最新动向
- C、 媒体分析就是一个可有可无的版块
- D、 媒体分析不管客户是谁, 都完全可以套用。

答案: B

解析: 媒体分析不单一聚焦客户, 而是通过对于媒体属性、媒体产品、媒体信息等维度的分析, 便于对媒体进行全面的了解, 从而便于制定策略以及其他相关项目的展开

20. 次留双出价中, 累积多少个次留数, 可以度过冷启动期进入模型生效阶段?

- A、 1 天内积累20个次留数
- B、 3 天内积累20个次留数
- C、 5 天内积累30个次留数
- D、 7 天内积累100个次留数

答案: B

解析：双出价模型中的次留模型生效条件为3天累积20个次留数故选B

21.

下列广告位中，可以选择“头条文章”为推广目的的是：

- A、今日头条
- B、抖音短视频
- C、火山小视频
- D、西瓜视频

答案： A

22. 如果希望提升效果广告素材的点击率，不可从哪方面入手？

- A、 场景化提升用户代入感
- B、 突出产品优势；满足用户需求
- C、 展现福利诱惑刺激用户需求
- D、 素材体现卖点需全面，尽量全部展现

答案： D

23. 番茄时间管理工作法告诉我们，每工作分钟休息一次比较合适

- A、 15
- B、 20
- C、 25
- D、 30

答案： C

24. 引流电商客户应选择什么推广目的？

- A、 抖音号推广

B、电商店铺直投

C、落地页

D、门店推广

答案： B

25. 以下关于投放管家说法正确的是？

A、投放管家是一款智能化投放的产品

B、主要作用为数据监控、计划诊断

C、推广内容与转化跟踪内容不需要保持一致

D、不支持赔付

答案： A

解析：投放管家是一款智能化投放的产品，不作用于数据监控、计划诊断，推广内容与转化跟踪内容是重要保持一致，支持赔付功能，故选A

26. 下列关于媒体分析，描述准确的是：

A、媒体分析只是对客户进行基础知识普及

B、媒体分析主要是展现我们对媒体的了解比较透彻，也能协助制定策略，同步媒体的最新动向。

C、媒体分析就是一个可有可无的版块。

D、媒体分析不管客户是谁，都完全可以套用，

答案： B

解析：媒体分析不单一聚焦客户，而是通过对于媒体属性、媒体产品、媒体信息等维度的分析，便于对媒体进行全面的了解，从而便于制定策略以及其他相关项目的展开

27.

今日头条投放管理平台中，一个广告组最多可以创建()条广告计划。

- A、100 条
- B、999 条
- C、500 条
- D、1000 条

答案： C

28. IF 函数的功能是

- A、调整数据表现
- B、数据判断
- C、提取文字字数
- D、提取有用因素

答案： B

29. 今日头条致力于连接人与信息，促进信息的高效传播，为用户提供更精准的个性化阅读体验，下列为今日头条 slogan 的是

- A、你关心的才是头条
- B、你关心的就是头条
- C、信息创造价值
- D、信息链接价值

答案： C

30. 抖音 TopView 广告支持视频时长?

- A、10S-30S

B、5S-10S

C、3S-60S

D、10S-60S

答案： D

31. 单选题]下列不属于视频信息流广告优势的是

A、内容可视化

B、潜移默化提升受众接受度

C、精准化分发

D、可信度高

答案： D

32. 程序化落地页多素材创建流程正确的是(A)

A、橙子建站—发现模版—智能落地页—新建站点—组件—添加动态组件并添加多个图片/文案—完善其他内容—发布落地页

B、橙子建站—智能落地页—发现模版—新建站点—组件—添加动态组件并添加多个图片/文案—完善其他内容—发布落地页

答案： A

33. 巨量引擎广告投放平台中，广告主账户头像和名称多久可以修改一次

A、5天

B、1天

C、7天

D、随时可修改

答案： C

解析：巨量引擎广告投放平台，广告主头像和名称7日可进行一次修改，故选C。

34. 番茄时间管理工作法告诉我们，每工作分钟休息一次比较合适。

A、15

B、20

C、25

D、30

答案： C

解析：个番茄时间共30分钟，包括25分钟工作时间和5分钟休息时间。每四个番茄时间后停止工作，休息较长时间，大约15-30分钟。

35. 下列不属于信息流广告展现形式的是：

A、图片

B、语音信息

C、视频

D、图文

答案： B

36. 单选题在进行项目竞标时， a 国队在投放方案中承诺1周提供3支视频素材， b、d 国队承诺提供1支视频素材，最终广告主选择了a队，此案例体现了呈现优秀方案时，应具备(B)

A、时效性

B、差异化

C、多元化

D、可操作性

答案： B

37. 下列不属于常见的数据分析方法的是

A、对比

B、归因

C、细分

D、目测

答案： D

解析：方法讲究科学性和严谨性， AIB\C 均为科学有效的分析方法目测方式缺

乏科学及严谨性，故错误；备注：考到具体“归因”的具体知识点，原题是问以

下哪个是属于“归因

38.

目前过滤已转化功能支持的过滤维度有广告计划、广告组、广告账户、公司账

户、app

A、广告创意

B、广告组

C、广告计划

D、广告账户

答案： A

39.、

下列不属于创意灵感工具中灵感类型的是：

A、文章灵感

B、广告灵感

C、热点灵感

D、新闻灵感

答案： D

40. 关于巨量引擎的描述，正确的是：

A、是今日头条旗下的广告平台

B、是今日头条旗下的 APP 产品

C、是字节跳动旗下的营销服务品牌

D、是字节跳动旗下的 APP 产品

答案： C

41. 单选题1在时间管理中，34枚金币管理法指的是对()时间段的管理？

A、6:30-23:30

B、7:00-24:00

C、5:00-22:00

D、6:00-23:00

答案： B

42. 计划诊断中披露的“多平台综合”是什么意思

A、四个站内平台(抖音、火山、西瓜、头条)都选择的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断

B、只有选择了穿山用投放平台+四个站内平台(抖音、火山、西瓜、头条)的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断

C、只有选择超过三个以上平台投放的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断

D、只对于选择了”优选广告位“或多于一个广告位置的计划，系统综合考量整体的投放效果，得到以“多平台综合”为名称的计划诊断

答案： D

解析：只对于选择了“优选广告位“或多于一个广告位置的计划，系统综合考量整体的投放效果，得到以“”多平台综合”为名称的计划诊断，故选D

43. 广告主在新建广告创意时，从今日头条投放管理平台中哪个工具里可以获取免费图片素材

A、图片供应工具

B、图片交易工具

C、免费正版图库

D、图片制作工具

答案： C

44. ios 下载类客户，下列哪些转化目标不可使用(A)

A、下载完成

B、激活

C、次留

D、关键行为

答案： A

45.

客户推广苹果应用下载类产品，关于其推广的，下列描述正确的是：

-
- A、 必须使用直接指向苹果公司APPStore 的原始链接
 - B、 可以使用越狱链接
 - C、 可以使用短链
 - D、 可以使用跳转链接

答案： A

46. 单选题能放量会帮助广告主进行自动化的定向选择， 依托头条大数及精准的AI 算法帮广告主索情的目标受众， 降低广告主定向探索的成本， 以下关于它的描述错误的是？

- A、 启用智能放量可在计划积累到一定转化量后系统放开兴趣相关人群限制， 触达更广的人群， 达到更好的投放效果
- B、 对“兴趣分类”和“兴趣关键词”的放量不能与系统推荐同时使用
- C、 系统只会在您选择的“可放开定向”外， 探索人群； 未勾选的定向不会被放开
- D、 智能自动放量可单独使用

答案： D

47.

广告落地页制作建议中的“转化引导要清晰”指的是：

- A、 将转化按放在最核心的位置
- B、 多多放置转化按钮
- C、 合理使用转化按钮， 并尽缩短转化路径。 电话、 关注、 优惠券在页面有转化按钮的引导
- D、 为了让转化按钮瞩目， 尽量越鲜艳越好

答案： C

48.

今日头条投放管理平台中，创意展现方式有：

- A、 优选模式轮播模式
- B、 优选模式、自定义模式
- C、 程序化模式、轮播模式
- D、 优选模式、程序化模式

答案： A

解析： 优选和轮播是创意展现方式；程序化创意只是创意的过程，不要混淆

49. 程序化落地页的多落地页形式，通过添加多个落地页到一个落地组中实现落地页的变换，每组落地页支持(C)个落地页

- A、 3-8
- B、 4-6
- C、 2-10
- D、 2-8

答案： C

解析： 真题换了问法，变成了程序化落地页，最少支持几个落地页答案： 2个

50. 下列广告文案中，允许进行广告投放的是？

- A、 本产品为十九大指定用品
- B、 本游戏特色设定：升官晋级、全靠送礼
- C、 特大新闻：迎新年大甩卖
- D、 质美价优，您的明智之选

答案： D

51. IF 函数的功能是： ()

A、调整数据表现

B、数据判断

C、提取文字字数

D、提取有用因素

答案： B

解析： 答案为 B.

52. 单选题即视是一款图片转视频制作工具，即广告投放后台(AD 后台)中的图片转视频，它有三个核心能力，不包括以下哪一项?(A)(2 分)

A、模板音乐

B、模板视频

C、智能视频

D、智能音乐

答案： A

53.

下列不属于西瓜视频竞价广告资源的是

A、频道信息流广告

B、视频后贴片广告

C、小视频信息流广告

D、文章详情页广告

答案： D

54. 头条信息流竞价排名的衡量指标是什么？

A、ROI

B、Cpm

C、Ecpm

D、cpc

答案： C

55.

今日头条投放管理平台中，有效咨询功能目前不支持下列哪些客服系统

A、美洽

B、小6客服

C、快商通

D、企业 q9

答案： D

56. 下列不属于信息流广告展现形式的是：

A、图片

B、语音信息

C、视频

D、图文

答案： B

解析：语音信息不属于

57. 创意构思进行正确顺序是()

A、分析受众画像-构思使用场是-研究产品属性切入产品卖点

-
- B、 研究产品属性-构思使用场景分析受众画像-切入产品卖点
 - C、 研究产品属性分析受众画像-构思使用场号-切入产品卖点
 - D、 分析受众画像-切入产品卖点-构思使用场景-研究产品属性

答案： C

解析：此题目正确答案为 C，此题考察对于创意构思顺序的理解

58.

关于人群包的使用，下列说法错误的是：()

- A、 一旦定向使用了DMP 创建的自定义人群包，建议不使用其他定向条件，否则会让受众进一步变窄
- B、 点击人群包可以通过 ad 后台广告主自己产出
- C、 为了保证拉新效果，可以定期排除点击多次的人群
- D、 头条后台只能提供单计划30天的点击人群

答案： D

59. 关于教育培训类广告文案，下列允许进行投放的是？

- A、 专科保过培训
- B、 本科100%拿证
- C、 考试不过退费
- D、 全日制专升本保过班培训

答案： C

60. 网民在使用今日头条APP 时，每刷一次，系统会以广告库中根据用户的属性匹配相应的广告，这广告会根据其进行排序，刷新之后，用户将会看到用字为第一名的广告

A、ecpm

B、cpm

C、ocpm

D、cpc

答案：A

61.

下列不厘于橙子建站转化效果更好的原因的是：

A、落地页预加载，一触即达

B、适配广告平台，有效提高转化效果

C、页面热力图分析，精准优化

D、素材和落地页一致性更强

答案：D

62.

今日头条投放管理平台中，广告主账户头像和名称多久可以修改一次

A、5天

B、1天

C、7天

D、随时可修改

答案：C

63. 关于OCPM 的扣费逻辑以下正确的是(每千次展示扣费)

A、预估点击率*预估转化率*出价

B、下一位 eCPM+0.01

C、预估点击率预估转化率+0.01

D、下一位 eCPM+0.02

答案： B

64. 下列关于创意层级设置的说法，正确的是

A、创意分类和创意标签是系统预估广告CTR 的重要指标，故创意分类、创意标签越宽泛，效果越好：

B、账户头像和品牌名称不是必填项，所以没必要设置

C、动态词包是根据词包和用户兴趣地点等特征进行动态替换，实现动态创意表达，能有效提升广告点击率

D、程序化创意只支持视频素材

答案： C

解析：

创意分类和创意标签是系统预估广告CTR 的重要指标，因此要越精准，效果越好，故 A 错误； B:账户头像和品牌名称是必填项，必须按照广告主真实情况填写，故 B错误； C:动态词包是根据词包和用户兴趣地点等特征进行动态替换，实现动态创意表达，能有效提升广告点击率，故 C 正确； D:程序化创意支持视频、图片等类型素材，故 D 错误

65. 信息流图文广告是一种穿插式广告，可以做到样式高度原生，下列不属于今日头条信息流广告图文样式的是

A、小图

B、组图

C、拼图

D、大图

答案： C

66. 下列不属于AD 后台创意优化工具的是：

A、视频在线制作工具

B、 程序化创意

C、 系统推荐标题

D、 云图

答案： D

67. 下列影响今日头条的地域定向的因素中， 优先级最高的是

A、 GPS

B、 IPS

C、 历史城市

D、 服务器地址

答案： A

68. 目前， 巨量引擎广告投放平台中不支持下列哪个基础定向：

A、 性别

B、 兴趣关键词

C、 教育程度

D、 运营商

答案： C

解析：在平台定向基础设置中确实不包括[教育程度]维度，可通过DMP 打包学
历人群包后定向该类人群

69. 下列关于即合平台开通流程，1、开通权限2、发布需求3、视频确认4、脚
本确认5、承接需求，正确顺序是

A、12543

B、12345

C、21345

D、21534

答案： A

70. 后定向该类人群巨量引擎广告投放平台中，广告主账户头像和名称多久可以
修改一次

A、5 天

B、1 天

C、7 天

D、随时可修改

答案： C

解析：巨量引擎广告投放平台，广告主头像和名称7日可进行一次修改，故选

C

71. 中国网民共9.4亿，其中手机网民包含（）亿

A、9.32 亿

B、9 亿

C、3 亿

D、8.9 亿

答案： A

72. 在策划撰写投放方案时，关于团队历史合作客户部分的呈现，可以不包含的内容是：

A、简述巨量引擎各个资源位定位、用户特征和目前支持的素材类型。

B、分行业列举合作客户，重点列举广告主所在行业的相关客户合作情况。

C、列举合作的知名客户，重点列举广告主所在行业 TOP3。

D、重点呈现出跟客户的合作年限、合作业务额、客户满意度

答案： A

解析：团队历史合作客户部分应体现团队与客户之间的合作成就，平台媒体资源位与内容偏差较大，故不包含

73. 巨量引擎广告的核心优势是？

A、流量领先精准定向

B、智能投放灵活计费

C、主动检索竞价排名

D、只有 A 和 B 正确

答案： D

74. 站外落地页分析工具有

A、百度统计

B、秒针

C、橙子建站

D、admster

答案： A

解析： 橙子建站为站内落地页分析工具，秒针及 admster 为流量监测工具，常用来监测投放数据而非站外落地页分析

75. 下列关于创意层级设置的说法，正确的是

A、创意分类和创意标签是系统预估广告 CTR 的重要指标，故创意分类、创意标签越宽泛，效果越好：

B、账户头像和品牌名称不是必填项，所以没必要设置

C、动态词包是根据词包和用户兴趣地点等特征进行动态替换，实现动态创意表达，能有效提升广告点击率

D、程序化创意只支持视频素材

答案： C

解析： A:创意分类和创意标签是系统预估广告CTR 的重要指标，因此要精准，效果越好，故 A 错误；B:账户头像

76. 单选题智能放量会帮助广告主进行自动化的定向选择，依托头条大数据及精准的 AI 算法帮助广告主探索精准的目标受众，降低广告主定向探索的成本，以下关于它的描述错误的是？

A、启田智能放量可在计划积累到一定转化是后系统放开兴趣相关人群限制，触达更广的人群，达到更好的投放效果

B、对“兴趣分类”和“兴趣关键词”的放量不能与系统推荐同时使用

C、系统只会在您选择的“可放开定向”外，探索人群，未勾选的定向不会被放开

D、智能自动放量可单独使用

答案： D

77. 关于今日头条，以下描述正确的是：

- A、今日头条是一款基于机器学习的个性化资讯推荐引擎
- B、今日头条是一款人工智能的个性化资讯推荐引擎
- C、今日头条是一款基于机器学习的个性化资讯搜索引擎
- D、是巨量引擎与广泛的合作伙伴携手打造的全新移动生态联盟

答案： A

78. 应用下载类广告投放漏斗流程环节：1. 下载2. 点击3. 展示. 注册5激活6. 留存，下列排序正确的是：

- A、325416
- B、321456
- C、321546
- D、312546

答案： C

79. 次留双出价中，累积多少个次留数，可以度过冷启动期进入模型生效阶段？

- A、1 天内积累20个次留数
- B、3 天内积累20个次留数
- C、5 天内积累30个次留数
- D、7 天内积累100个次留数

答案： B

解析：双出价模型中的次留模型生效条件为3天累积20个次留数，故选B

80. 关于巨量引擎信息流广告素材，可以使用的是：(D)

-
- A、大图、小图、组图等图片素材
 - B、横板视频、竖版视频等视频素材
 - C、微动、轮播、视频等多种素材
 - D、ABC 都正确

答案： D

81.

下列关于广告创意文案，说法错误的是

- A、文案与落地页设置一致性
- B、专业性的文案，让文案高大上，提升产品调性
- C、需要迎合受众心理
- D、巧用当下能审核通过的流行词汇

答案： B

82. 在巨量引擎APP上投放信息流广告，最不可能使用的工具是：

- A、卡券平台
- B、创意灵感
- C、动态词包
- D、DOU+

答案： D

解析：此题目正确答案为 D, DOU+ 暂不支持在巨量引擎APP上进行使用

83. 竞价 ocpm 的出价方式中，广告排序的核心依据是：

- A、点击率
- B、预估点击率

C、 出价

D、 ecpm

答案： D

84. 根据今日头条信息流广告售卖方式的展现优先级， 优先展示的广告类型是：

A、 GD 广告

B、 竞价广告

C、 CPT 广告

D、 以上都不对

答案： C

85. 在广告视频制作中， 连接广告主和创作者， 能够快速批量生产高质量视频的制作平台是

A、 即视平台

B、 易拍平台

C、 即合平台

D、 头条广告视频平台

答案： C

86.

对某些类型的文章分类感兴趣的受众是通过()定向表现出来的。

A、 兴趣分类

B、 兴趣关键词

C、 人群包

D、 智能定向

答案： A

87. 站外落地页分析工具有

A、 百度统计

B、 秒针

C、 橙子建站

D、 admster

答案： A

解析：

团队历史合作客户部分应体现团队与客户之间的合作成就，平台媒体资源位与内容偏差较大，故不包含。

88. 以下关于投放管家说法正确的是？

A、 投放管家是一款智能化投放的产品

B、 主要作用为数据监控、计划诊断

C、 推广内容与转化跟踪内容不需要保持一致

D、 不支持赔付

答案： A

解析：投放管家是一款智能化投放的产品，不作用于数据监控、计划诊断，推广内容与转化跟踪内容是需要保持一致，支持赔付功能，故选A，

89.

下列关于计费方式，描述错误的是

A、 CPC: 每次点击价格=下一位 ecpm/预估点击率+0.01

B、OCPM: 每千次展现扣费=下一位ecpm*(预估点击率*预估转化率)+0.01

C、CPA: 每转化扣费=下一位ecpm/(预估点击率*预估转化率)+0.01

D、CPV: 每次播放价格=下一位ecpm/预估播放率+0.01

答案: B

90. 单选题] 下列不属于视频信息流广告优势的是

A、内容可视化

B、潜移默化提升受众接受度

C、精准化分发

D、可信度高

答案: D

91.

下列不属于字节跳动公司海外产品的是

A、tiktok

B、vigo video

C、topbuzz

D、news video

答案: D

92. 以下关于账户管家, 说法正确的是?

A、新账户非常适合使用投放管家通过冷启动期

B、投放管家不支持冷启动超成本赔付

C、游戏行业额外支持为单计划追加预算、调整出价功能

D、投放管家不支持选择定向包

答案： C

93. 计划诊断中披露的”多平台综合”是什么意思

- A、四个站内平台(抖音、火山、西瓜、头条)都选择的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断
- B、只有选择了穿山甲投放平台+四个站内平台(抖音、火山、西瓜、头条)的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断
- C、只有选择超过三个以上平台投放的时候，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断
- D、只对于选择了“优选广告位”或多于一个广告位置的计划，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断

答案： D

解析：只对于选择了”优选广告位”或多于一个广告位置的计划，系统综合考量整体的投放效果，得到以”多平台综合”为名称的计划诊断，故选D。

94. 以下对 cpc、ctr、cvt、cpt、依次描述正确的是

- A、展示扣费、转化率、点击率、浏览量
- B、点击扣费、点击率、浏览量、转化率
- C、点击扣费、按时间结算、点击率、转化率
- D、点击扣费、点击率、转化率、按时间结算

答案： D

95.

抖音短视频频道视频信息流广告中，评论管理功能不支持的是

- A、转发某条评论

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/218030055143007007>