



Specjalista ds. danych – test końcowy

Moduł 1: Marketing cyfrowy

1. Uzupełnij definicję handlu elektronicznego, zaznaczając odpowiednie kratki (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) handel elektroniczny odnosi się do transakcji handlowych
- b) przeprowadzanych elektronicznie
- c) i obejmuje kupno
- d) i obejmuje kupno i sprzedaż
- e) towarów cyfrowych.
- f) towarów i usług cyfrowych.
- g) towarów i usług, w tym cyfrowych towarów i usług.

2. Istnieją różne możliwości prowadzenia handlu elektronicznego i tworzenia wartości online. Zaznacz tryb handlu elektronicznego pasujący do poniższych przykładów (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Business-to-Customer (B2C)	Customer-to-Customer (C2C)	Customer-to-Business (C2B)
Prywatna odsprzedaż książek			
Umożliwienie zamieszczania ogłoszeń drobnych			
Platformy sprzedażowe online			
Sklepy internetowe			
Portale przeznaczone do zamieszczania recenzji			
Konkurs fotograficzny dla klientów			

3. Czym jest ROI? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) zwrot z inwestycji = (zysk z inwestycji – koszt inwestycji)/koszt inwestycji;
- b) zwrot z inwestycji = koszt inwestycji/zysk z inwestycji;
- c) zwrot z inwestycji = zysk z inwestycji – koszt inwestycji.

4. Wskaż, która cecha z poniższej listy należy do marketingu cyfrowego, a która do marketingu tradycyjnego (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Marketing tradycyjny	Marketing cyfrowy
Celem jest poprawa wyników działalności firmy		
Wzajemna interakcja między klientem i firmą		



	Marketing tradycyjny	Marketing cyfrowy
Orientacja na klienta		
Wykorzystanie dobrze znanych kanałów komunikacyjnych o dużym zasięgu		
Spontaniczna i szybka komunikacja		
Myślenie strategiczne		
Poprawa reputacji w sieci		

5. Poniższa lista zawiera różne cele marketingowe. Zaznaczając odpowiednie kratki, wybierz pasujące do nich taktyki marketingowe (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Reklama displayowa/ banerowa	E-mail marketing	Reklama w wyszukiwarkach	Ambasadorzy marki / recenzje od klientów	Ambasadorzy marki / recenzje od klientów	Strona www i sklep internetowy
Autentyczna promocja produktu						
Zwiększenie widoczności w sieci						
Komunikacja ukierunkowana na odpowiednią grupę docelową						
Zwiększenie widoczności w sieci poza tradycyjnym rynkiem docelowym						

Moduł 2: Podstawy techniczne

1. Skrót AARRR oznacza: Acquisition (pozyskanie), Activation (aktywacja), Retention (powrót), Referral (polecenie), Revenues (przychód). Jakie najważniejsze pytania wiążą się z tymi terminami? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Pozyskanie	Aktywacja	Powrót	Polecenie	Przychód
Kto korzysta z Twojej strony www? Ilu użytkowników ją odwiedza?					
Czy użytkownicy dzielą się swoimi doświadczeniami?					
Czy użytkownicy odwiedzają Twoją stronę wielokrotnie?					
Co użytkownicy robią na Twojej stronie? Jakie jest ich doświadczenie?					
Jaki przychód jest generowany?					



2. Do czego wykorzystuje się użyteczne dane? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) personalizacja reklam i poleceń;
- b) gromadzenie większej ilości danych;
- c) odzyskiwanie utraconych klientów;
- d) optymalizowanie sprzedaży i współczynnika zwrotów.

3. Jakie korzyści czerpie handel elektroniczny z wykorzystania Big Data? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) optymalizacja cen;
- b) optymalizacja marketingu;
- c) optymalizacja portfolio produktów;
- d) optymalizacja sprzedaży.

4. Jakie są najpopularniejsze języki programowania dla DBMS?

- a) SQL i ODBC;
- b) angielski i rosyjski;
- c) JAVA i C++.

Moduł 3: Zarządzanie ryzykiem

1. Jakie są najpoważniejsze rodzaje ryzyka w zarządzaniu danymi? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) utrata danych;
- b) niespójność danych;
- c) silosy danych;
- d) utrata możliwości prowadzenia działalności.

2. Jak można przeciwdziałać niespójności danych?

- a) każdy dział organizacji potrzebuje oddzielnego systemu zarządzania bazą danych;
- b) wdrożenie jednego standardowego systemu zarządzania bazami danych w organizacji;
- c) unikanie gromadzenia zbyt dużej ilości danych.

3. Jakie są kryteria wysokiej jakości danych? (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

- a) bezpieczne przechowywanie w sposób niedostępny dla osób niepowołanych;
- b) dokładność;
- c) spójność;
- d) dostępność.

4. Proces zarządzania kryzysem obejmuje kilka kroków. Ułóż poniższe elementy we właściwej kolejności, wskazując krok pierwszy, drugi itd. (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).



	Krok pierwszy	Krok drugi	Krok trzeci	Krok czwarty	Krok piąty	Krok szósty
Powiadomienie i wyznaczenie zadań						
Weryfikacja i ocena kryzysu						
Komunikacja i zarządzanie						
Ocena poziomu kryzysu w komunikacji						
Opracowanie i przekazanie wiadomości						
Monitorowanie i feedback						

Moduł 4: Zarządzanie ryzykiem

1. Co to znaczy, że zarządzanie problemami jest proaktywne?

- problemy są określane i rozwiązywane przed wystąpieniem incydentów;
- problemy są określane i rozwiązywane po wystąpieniu incydentów;
- problemy są prowokowane, aby sprawdzić efektywność zarządzania problemami w organizacji.

2. Ochrona prywatności i danych: określ, czy zdania te są prawdziwe czy fałszywe (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Prawda	Fałsz
Najlepsze wyniki marketingowe osiąga się, gdy odbiorcy docelowi wyrazili zgodę na otrzymywanie wiadomości marketingowych (opt-in).		
Gromadzenie danych działa najlepiej bez żadnej wiedzy na temat odbiorców docelowych.		
Gromadzenie danych może być skuteczne tylko wtedy, gdy odbiorcy docelowi nie mogą zrezygnować z subskrypcji (opt-out)		

3. Określ, czy następujące zdania należą do grupy „Co robić” czy „Czego nie robić” (zaznacz wszystkie poprawne odpowiedzi).

	Co robić	Czego nie robić
Przekazywać dane poza Europejski Obszar Gospodarczy		
Unikać stosowania wstępnie zaznaczonych kratek na formularzach wyrażenia zgody		
Pytać o pozwolenie na wykorzystanie danych klientów		
Sprzedawać bazy danych		

Moduł 5: Rozwój techniczny i adaptacja

1. Do czego służą analityki webowe?

- dają Ci szczegółowe informacje na temat ruchu na Twojej stronie.



Erasmus+



- b) wyjaśniają Ci powody, dla których użytkownicy odwiedzili Twoją stronę;
- c) pokazują Ci, jakie opinie klienci mają na temat Twoich produktów.

2. Jakie są źródła organicznego ruchu z wyszukiwarek?

- a) ludzie klikali w reklamy displayowe na innych stronach i portalach;
- b) organiczne wyniki wyszukiwania: ludzie poszukujący konkretnych produktów odwiedzili Twoją stronę, nie klikając w żadną reklamę;
- c) media społecznościowe takie jak Facebook, Instagram itd.

3. Czym jest wskaźnik odrzuceń?

- a) odnosi się do liczby użytkowników, którzy odwiedzili stronę i opuścili ją bez dalszych działań;
- b) odnosi się do liczby powracających użytkowników;
- c) odnosi się do liczby użytkowników, którzy odwiedzili stronę i opuścili ją, pozostawiając negatywną informację zwrotną po jakimś incydencie.