

Marketing con anuncios de Facebook Micro-credenciales

Directrices y Criterios de Evaluación de presentación

Parte 1. Descripción Preguntas (Proporciona Contexto)

Describe brevemente el proceso que utilizó para crear usted primera verdadera, se ejecuta el anuncio

Pase: Siempre una clara descripción del proceso para la creación y el seguimiento de los anuncios y los detalles específicos incluidos en el proceso de creación.

Para guiarle aquí hay un par de cosas en que pensar:

Pregunta	Respuesta
¿Cuál fue su objetivo de la campaña? ¿Qué objetivo de la campaña FB elegiste?	
¿A quién le fue determinar su audiencia?	
¿Qué presupuesto qué se decidió por?	
¿Qué tipo de anuncio creaste? ¿Vídeo? Una sola foto? ¿Diapositivas?	
¿Cómo se obtiene información sobre cómo el anuncio estaba llevando a cabo y la cantidad que se gasto cada día?	

Parte 2. Ejemplos trabajo / artefactos / Evidencia

favor presentar un documento que incluye imágenes de 2-3 anuncios que corría a lo largo de artefactos adicionales (imágenes, enlaces, etc.) y un análisis escrito que demuestra el objetivo de la campaña, el público objetivo, presupuesto y la información de seguimiento de anuncios. Ver la rúbrica a continuación los requisitos específicos.

Componentes	de la actividad	evidencia
Anuncios	proporcionado una captura de pantalla de 2-3 anuncios de diferentes tipos (imágenes, vídeo, carrusel, etc.).	
Análisis ad	un análisis escrito proporciona evidencia de que el objetivo definido de la	<i>Tratar de mostrar a través de la descripción de su anuncio, lo que el objetivo de la campaña es. No sólo nos dicen lo que es, tratar de mostrar cómo se creó un anuncio</i>

	<p>campaña de anuncios 2-3, incluyendo tanto el tipo de campaña (alcance, de la conciencia marca) y el objetivo específico de la campaña (por ejemplo, obtener 100 asistentes de un evento).</p>	<p><i>que trató de orientar ese objetivo. Además, hable un poco acerca de sus objetivos para la campaña y si ellos cumplen o no? ¿Usted desea un cierto número de clics en el botón Más información? Si es así, ¿cuántos obtuvo? Y ¿qué opinas de eso? Cómo lo hizo, o que desee, cambiar el anuncio para orientar mejor su objetivo?</i></p>
	<p>Un análisis por escrito proporcionó evidencia de la audiencia objetivo para 2-3 anuncios, incluyendo el razonamiento detrás de cómo los beneficios de la organización / empresa.</p>	<p><i>Tratar de mostrar a través de la descripción de su anuncio, que es el público objetivo. No sólo nos dicen lo que es, tratar de mostrar cómo se creó un anuncio que trató de dirigirse a ese público. Entonces, de nuevo, mirando a su Insights Tab, has llegado a esa audiencia ?.</i></p>
	<p>Un análisis escrito proporcionado evidencia del presupuesto definido para 2-3 anuncios, incluyendo el razonamiento detrás de ese presupuesto (es decir, tiempo de vida, diariamente).</p>	<p><i>Discutir el presupuesto que se decidirán y por qué decidió en él. Esto puede ser tan simple como sólo quería utilizar la mitad de mis créditos primera vez para ver cómo iban las cosas. Cualquier otro razonamiento está bien también.</i></p>

Parte 3. Reflexión

(límite de 200 palabras por cada respuesta)

Por favor, reflexionar sobre lo que ha aprendido a través del proceso.

1. Reflexionar sobre su anuncio utilizando las estrategias de seguimiento para los buenos anuncios:
 - Que sea visual: Es el anuncio visual?
 - Que sea relevante: Es el anuncio relevante
 - Dale una propuesta de valor: ¿Cómo es su producto o servicio diferente de cualquier otro? ¿Por qué el espectador haga clic en su anuncio?
 - Darle un claro llamado a la acción: Es el llamado a la acción claro?
2. ¿Qué tipo de respuesta ha recibido su anuncio? ¿Qué mejoras todavía se podría hacer a su anuncio?

Pase: Reflexiones indican claramente las estrategias utilizadas para crear un anuncio y explica con claridad los resultados de la publicidad. Las reflexiones son apoyados por ejemplos específicos.

Pregunta	Respuesta
Reflect en su anuncio utilizando las estrategias de seguimiento para los buenos anuncios:	
	Que sea visual: Es el anuncio visual?
	Que sea relevante: Es el anuncio relevante

	Dales una propuesta de valor: ¿Cómo es su producto o servicio diferente de cualquier otro? ¿Por qué el espectador haga clic en su anuncio?	
	Darle un claro llamado a la acción: Es el llamado a la acción claro?	
	¿Qué tipo de respuesta ha recibido su anuncio? ¿Qué mejoras todavía se podría hacer a su anuncio?	