ACTIVIDAD AUTOEVALUACIÓN

**0.1. FORMATOS SEGÚN MENSAJE Y RECEPTOR**

**Relaciona los siguientes conceptos con la afirmación que lo define desde el punto de vista de los papeles que juegan en ellos el anuncio y el usuario.**

**DISPLAY**

Nuestro anuncio se muestra al usuario cuando éste está accediendo directamente al contenido de un medio digital determinado.

**SEARCH**

Nuestro anuncio llega al usuario cuando éste está buscando información relacionada en Internet, a través de un motor de búsqueda.

**CLASIFICADOS**

El usuario accede a un directorio y después a la categoría de su interés, en cuyo espacio se muestra nuestro anuncio.

**PUSH**

Enviamos nuestro anuncio al usuario a través de un medio digital (por eMail, por SMS, por WhatsApp…)

**0.2. INDICADORES CONTRATACIÓN**

**Relaciona cada uno de los siguientes indicadores/modelos de contratación publicitaria con la afirmación correcta que se formula sobre él**

**IMPRESSION**

Cada vez que un anuncio se muestra en una página web, independientemente de lo que el usuario haga con él después.

**CPM (Cost Per Mille Impressions)**

Es el modelo de pricing más extendido actualmente en la Publicidad Display en España y el tipo de objetivo de campaña al que se asocia es el de branding (visibilidad, reconocimiento, identificación… de marca).

**CPC (Coste Per Click)**

Es el modelo utilizado por Google AdSense en Publicidad Display en sitios web y por AdWords en buscadores (Publicidad Search). Es un modelo adecuado para la consecución de objetivos de tráfico (atraer público-objetivo a nuestro contenido publicitario, informativo, corporativo…).

**CPL (Cost Per Lead).** El Coste por dirigir, captar, contactar clientes tiene en cuenta acciones determinadas que el usuario realiza tras hacer clic en nuestro anuncio y que nos permiten incorporarlo a nuestra base de datos de clientes o consumidores.

**0.3. INDICADOR DE SEGUIMIENTO**

**¿Cuál de los siguientes indicadores se utiliza como métrica de la efectividad de una campaña de Publicidad Display?**

CTR (Clic Through Rate)

CPC (Cost Per Clic)

CPM (Cost Per Mille Impressions)

CPL (Cost per Lead)

[Grupo Ciberimaginario](https://ciberimaginario.es/) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta – Sergio Álvarez García |

2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución-[CompartirIgual](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es) de Creative Commons

