

ACTIVIDAD AUTOEVALUACIÓN - FORMATOS 1

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

BURJC DIGITAL- Asignatura en Abierto

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](#) | María del Carmen Gálvez de la Cuesta – Sergio Álvarez García |

2022/2023 | Esta obra está bajo una Licencia Atribución -[CompartirIgual](#) de Creative Commons

