

Certificado de Meta Asociado en Marketing Digital

El candidato seleccionado tiene los conocimientos y las habilidades fundamentales necesarios para implementar y gestionar estrategias de marketing digital, incluido el establecimiento de una presencia digital, los fundamentos de la publicidad, la gestión de diferentes tipos de anuncios digitales y la generación de informes para medir y mejorar los resultados del marketing. Esta prueba será un punto de entrada al programa de certificación Meta, con una oportunidad adicional de obtener más certificaciones profesionales de Meta.

Esta es una certificación para profesionales de marketing de nivel inicial, estudiantes de publicidad y marketing, pasantes, etc. El examen está dirigido a estudiantes de secundaria y post-secundaria inmediata, incluidos profesionales que inician su carrera. El candidato seleccionado está calificado para crear y administrar campañas de marketing digital en las plataformas Meta, con al menos 150 horas de instrucción y experiencia práctica.

1. El valor de las tecnologías Meta

- 1.1 Identificar las tecnologías
- 1.2 Comunicar la propuesta de valor de las tecnologías Meta para las empresas.

2. Establecer una presencia comercial

- 2.1 Identificar los pasos para establecer una presencia comercial en Facebook, Instagram y WhatsApp y las herramientas necesarias para interactuar con las audiencias.
- 2.2 Explique el proceso para personalizar la configuración dentro de Meta Ads Manager.
- 2.3 Aplicar las mejores prácticas creativas optimizadas para experiencias móviles.

3. Fundamentos de la publicidad

- 3.1 Reconocer el valor de la publicidad en tecnologías Meta.
- 3.2 Reconocer la importancia de hacer coincidir las metas comerciales con los objetivos de la campaña publicitaria.
- 3.3 Comunicar el valor del Meta Píxel y la API de Conversiones.

Objetivos del Examen Certificado en Marketing Digital Asociado

3.4 Describa cómo se les cobra a las personas por los anuncios y dónde se muestran los anuncios.

3.5 Identificar las protecciones de privacidad de datos y las políticas publicitarias comunes.

4. Cree y administre anuncios

4.1 Identificar las diferencias entre impulsar una publicación de una página, promocionar una publicación en Instagram y crear un anuncio en el Ads Manager.

4.2 Identificar las configuraciones disponibles en la campaña, conjunto de anuncios y nivel de anuncios.

4.3 Determinar el objetivo de la campaña publicitaria para alcanzar los objetivos comerciales.

4.4 Identificar las capacidades de orientación de anuncios.

4.5 Determinar los formatos de anuncios apropiados para un escenario determinado.

4.6 Identificar opciones de presupuesto y programación de anuncios.

4.7 Identificar la relación entre presupuesto y resultados estimados.

5. Informes

5.1 Identificar los resultados de la campaña a través de Meta Ads Reporting.

5.2 Medir el éxito de una campaña.