



FICHA DE AVALIAÇÃO SUMATIVA

UFCD 10785 – Publicidade nas Redes Sociais

Instruções

- Leia atentamente cada questão antes de responder.
- Assinale com **X** apenas a resposta correta nas questões de escolha múltipla.
- Assinale com **X** se a afirmação é Verdadeira (V) ou Falsa (F) nas questões correspondentes.

TEMPO PARA REALIZAÇÃO: 60 MINUTOS

PONTUAÇÃO: 0 a 20 VALORES

Nome do Formando: _____

Questões

1. "O alcance orgânico refere-se ao número de visualizações de um anúncio pago."
- 2 pontos

- a) Verdadeiro
- b) Falso



2. Qual das seguintes foi uma das primeiras redes sociais populares? : - 1 ponto

- a) Twitter
- b) LinkedIn
- c) MySpace
- d) Instagram

3. Qual dos seguintes é um objetivo comum de uma campanha de publicidade nas redes sociais? - 2 pontos

- a) Diminuir visibilidade da marca
- b) Aumenta tráfego para website
- c) Limitar interação do público
- d) Reduzir segmentação do público-alvo

4. "O Facebook Ads foi lançado antes do Twitter introduzir anúncios pagos"- 1 pontos

- a) Verdadeiro (V)
- b) Falso (F)

5. Qual dos seguintes formatos de anúncio está disponível no Facebook/Instagram - 2 pontos

- a) Apenas texto
- b) Imagem, Vídeo e Carrossel
- c) Apenas vídeo
- d) Apenas imagem

6. "A segmentação de campanhas permite direcionar anúncios com base em dados demográficos, interesses e comportamentos"- 1 ponto



- a) Verdadeiro
- b) Falso

7. **Qual das seguintes métricas é importante para avaliar o desempenho de uma campanha publicitária:- 2 pontos**

- a) Número de cliques na página
- b) Taxa de Cliques (CTR)
- c) Número de seguidores na página
- d) Frequência de publicações na página

8. **A publicidade nas redes sociais envolve necessariamente um investimento financeiro - 1 ponto**

- a) Verdadeiro
- b) Falso

9. **Qual é uma das vantagens da publicidade nas redes sociais para as marcas - 1 ponto**

- a) Limitação na segmentação do público
- b) Alcance massivo e segmentação detalhada
- c) Impossibilidade de medir resultados
- d) Foco exclusivo em alcance orgânico

10. **"O alcance pago permite um controlo maior sobre o público que será impactado pela publicidade."**
- 1 ponto

- a) Verdadeiro
- b) Falso



11. Qual dos seguintes não é um formato de publicidade no Facebook?

2 pontos

- a) Carrossel
- b) Vídeo
- c) InMail
- d) Imagem

12. A plataforma onde fazemos anúncios no YouTube tem o nome; - 1 ponto

- a) Meta Ads
- b) Bing Ads
- c) Bing Ads
- d) Google Ads

13. "O YouTube é atualmente o segundo maior website do mundo em tráfego. O alcance massivo que tem é uma vantagem para divulgarmos as nossas marcas, bens ou serviços". - 1 ponto

- a) Verdadeiro
- b) Falso

14. Qual das seguintes opções NÃO é um formato de anúncio no YouTube?

- 1 ponto

- a) Anúncios In-Stream ignoráveis
- b) Anúncios Bumper
- c) Anúncios de Pesquisa
- d) Anúncios Discovery



15. “ A métrica CPV (Custo por Visualização) é uma das métricas a seguir para avaliar o desempenho de campanhas de anúncio no Youtube” - 1 ponto

a) Verdadeiro

[]

b) Falso

[]