

# Certification Meta™

## Objectifs

- Expliquer l'utilisation du son spatialisé et comment le mettre en œuvre
- Identifier l'échelle par défaut des objets Unity par rapport à l'échelle du monde réel
- Identifier l'effet du nombre de poly sur le temps d'exécution

## Prérequis

- Maîtrise des bases de mathématique financière
- Compréhension et expression écrite et orale en anglais

## Programme

### La valeur de méta technologies- Identifier les méta technologies.

- Communiquer la valeur proposition de valeur des méta pour les entreprises.

### Établir une présence commerciale

- Identifier les étapes pour établir une présence commerciale sur Facebook, Instagram et WhatsApp et les outils nécessaires pour s'engager avec publics.
- Expliquer le processus pour personnaliser les paramètres dans Meta Ads Manager.- Appliquer les meilleures pratiques créatives optimisées pour les expériences mobiles.

### Principes de base de la publicité- Reconnaître la valeur de la publicité sur les méta technologies.

- Reconnaître l'importance de l'adéquation entre les objectifs de l'entreprise et les campagne publicitaire.
- Communiquer la valeur du Meta Pixel et de l'Conversions API.
- Décrire comment les publicités sont facturées et où les publicités sont diffusées.
- Identifier les protections de la des données et les politiques les politiques publicitaires courantes.

## Rapports

- Identifier les résultats de la campagne grâce au Meta Ads Reporting
- Mesurer le succès d'une campagne

## Créer et gérer des publicités

- Identifier la différence entre l'augmentation d'un post sur une page et la promotion d'un post sur Instagram la promotion d'un post sur Instagram et la création d'une publicité dans le

## Gestionnaire de publicités Manager.

- Identifier les paramètres disponibles au niveau de la campagne, de l'ensemble de niveau de la campagne, de l'ensemble d'annonces et de l'annonce.

- Déterminer l'objectif de la campagne publicitaire pour atteindre les objectifs de l'entreprise.
- Identifier les capacités de ciblage publicitaires.
- Déterminer les formats publicitaires pour un scénario donné.- Identifier le budget et les options de et les options de programmation publicitaire.
- Identifier la relation entre le budget et les résultats estimés.