

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Aplicar técnicas de control de emisión de un plan de medios convencional utilizando herramientas de control sensorial y calculando ratios de control e impacto. Determinar la estructura y elementos críticos del «press clipping» o informe de cobertura informativa en distintos medios

CONTENIDOS

UD1. Las audiencias y la evaluación del plan de medios. 1.1. Conceptos clave para la medición de audiencia. 1.2. Indicadores de medición de audiencias e impacto. 1.3. Fuentes de medición de audiencias e impacto. 1.4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación. UD2. Control de emisión del plan de medios. 2.1. Técnicas y herramientas de control de emisión. 2.2. Control de contenidos pagados y no pagados. 2.3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa. 2.4. Control del plan de medios en Internet.

