Paraninfo

UF2399 - Evaluación y control del plan de medios

Editorial: Paraninfo
Autor: MARIA CARMEN JARQUE NASARRE, SANTIAGO OÑATE CUADROS, JAVIER PÉREZ DE MARCOS
Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 90
ISBN 13: 9788428340649
ISBN 10: 8428340641
Precio sin IVA: $ 50764.00 COP
Precio con IVA: $ 50764.00 COP
Fecha publicacion: 27/03/2019

Sinopsis

La evaluación y control del plan de medios es una herramienta fundamental en el ámbito de la gestión del marketing y la comunicación. Estructurado en dos grandes bloques de contenido, este manual aborda tanto las cuestiones esenciales relativas a la audiencia y la evaluación de los medios, como al control y emisión del propio plan de medios.

De forma sencilla, accesible y didáctica se presentan todos los conceptos fundamentales relativos al mundo de las audiencias, las fuentes de medición, los soportes utilizados para ello y el detalle de los perfiles y coberturas de cada soporte. Se incluyen de manera fundada términos y aspectos sobre la muestra y el muestreo, así como cálculos sencillos para determinar el tamaño de dichas muestras, sin olvidar aspectos tan relevantes como los referidos a la medición de audiencias en internet.

Asimismo, se presenta el desarrollo de técnicas y herramientas del control de emisión, mostrando también recursos de búsqueda *online* y *offline*. Se incluyen procesos referidos al control de medios: escritos, televisión, radio e internet (redes sociales), y todo ello se completa con el análisis de impacto de una campaña a través de ratios. Además, la obra responde al contenido curricular previsto para la unidad formativa UF2399 *Evaluación y control de medios,* a su vez integrada en el módulo formativo MF 2188_3 *Organización y control del plan de medios de comunicación,* que forma parte del certificado de profesionalidad COMM0112 *Gestión de marketing y comunicación,* regulado por RD 614/2013 de 2 de agosto.

A fin de facilitar y afianzar el proceso de aprendizaje, se incluye una cuidada selección de ejemplos, casos prácticos solucionados, propuestas de actividades, cuestionarios y “Recuerdas”, que hacen de este manual

una obra imprescindible en el entorno profesional del marketing y la comunicación.
Los autores, expertos docentes y formadores profesionales, están especializados en el mundo de la comunicación y el marketing, que es su pasión.

Indice

Introducción normativa

1. Las audiencias y la evaluación del plan de medios

1.1. Conceptos clave para la medición de audiencia

1.1.1. Audiencia

1.1.2. Cobertura o alcance del plan de medios

1.1.3. Inserciones o frecuencia de la comunicación

1.2. Indicadores de medición de audiencias e impacto

1.2.1. Coste por mil (CPM)

1.2.2. Cobertura neta

1.2.3. Gross Rating Point

1.2.4. Coste por click (CPC)

1.3. Fuentes de medición de audiencias e impacto

1.3.1. Encuesta General de Medios (EGM)

1.3.2. Sofres TNS (Taylor Nelson Sofres) Audiencia de medios

1.3.3. Infoadex

1.3.4. OJD (Oficina de Justificación de la Difusión para la prensa escrita)

1.3.5. EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)

1.3.6. Paneles de consumidores y detallistas de Nielsen

1.3.7. Estudios de perfiles de audiencias y coberturas de cada soporte

1.4. Medición de la audiencia en internet

1.4.1. Ventajas e inconvenientes

1.4.2. La medición híbrida

1.4.3. Nuevos dispositivos

2. Control de emisión del plan de medios

2.1. Técnicas y herramientas de control de emisión

2.1.1. Simulación del proceso de control de emisión

2.1.2. Técnicas de búsqueda *online* y *offline*

2.2. Control de contenidos pagados y no pagados

2.2.1. Diferencias y similitudes del proceso de control

2.2.2. Control del plan de medios escritos

2.2.3. Control del plan de medios en televisión y radio

2.2.4. Control del plan de medios en publicidad exterior

2.2.5. Ratios de impacto de una campaña

2.3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa

2.3.1. El press clipping: estructura y composición

2.4. Control del plan de medios en internet

2.4.1. Redes sociales

Paraninfo Colombia Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
clientes@paraninfo.co www.paraninfo.mx