

Evaluación y control del plan de medios

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

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.