



Las audiencias y la evaluación del plan de medios

Sku: CT2741

Horas: 19

Formato: HTML

CONTENIDOS

1 Conceptos clave para la medición de audiencia.

- 1.1 Audiencia
- 1.2 Cobertura o alcance del plan de medios
- 1.3 Inserciones o frecuencia de la comunicación

2 Indicadores de medición de audiencias e impacto

- 2.1 Coste por Mil (CPM)
- 2.2 Cobertura neta
- 2.3. Gross Rating Point
- 2.4 Coste por Click (CPC)

3 Fuentes de medición de audiencias e impacto

- 3.1 Encuesta General de Medios (EGM)
- 3.2 Sofres TNS (Taylor Nelson Sofres) Audiencia de medios
- 3.3 Infoadex
- 3.4 OJD (Oficina de Justificación de Medios)
- 3.5 EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la investigación de Comunicación)
- 3.6 Paneles de consumidores y detallistas Nielsen
- 3.7 Estudios de perfiles de audiencias y coberturas de cada soporte
- 3.8 Medición de la audiencia en Internet

4 Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación