

LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

SKU: EVOL-2934-VNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Marketing](#), [Publicidad y Comunicación](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [20](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS [0](#)

CURSO TEMÁTICO

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 A partir de unos datos de seguimiento de medios calcular ratios de impacto GRP (Gross Rating Point), CPM (Coste por mil o impacto útil) u otros datos objetivos.

Contenidos

1. Conceptos clave para la medición de audiencia.
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación

