

Asignatura: Organización y Gestión de la Empresa Informativa  
Profesores: Javier Galán y Guadalupe Aguado

## Control de difusión y audiencias (II)

### Objetivos

El objetivo es que el alumno profundice en uno de los pilares fundamentales del negocio de las empresas informativa, como son las audiencias. Se aborda la implantación de los sistemas de medición, las metodologías de medición y el desarrollo terminológico.

A lo largo del tema se analiza el concepto de audiencia y los pasos a plicar para delimitar soportes dentro de los medios que permitan realizar una adecuada planificación publicitaria.

Se profundiza en las diferentes metodologías propiciadas por la búsqueda de un sistema lo más fiable posible para conocer el comportamiento del público frente a los medios de comunicación, teniendo presente que el interés por encontrar un método adecuado ha venido promovido tanto por anunciantes y agencias de publicidad como por los propios medios.

Se contempla cómo las diferentes metodologías están pensadas en atención al grado de profundidad que se quiera alcanzar en el estudio y a los comportamientos y hábitos que se quieran observar. Así, cabe diferenciar entre metodologías centradas en un solo medio, multimedia o media-producto. Igualmente se pueden utilizar



metodologías basadas en el recuerdo, en el reconocimiento o en la frecuencia y tiempos de uso de los medios de comunicación.

Se profundiza en los instrumentos de medida más habituales: panel-diario del entrevistado, encuesta-cuestionario, coincidental-observación y electrónico-audímetro, analizando las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.

Finalmente se abordan los diferentes estudios de medios existentes en España, cómo están constituidos, su estructura, reglamentos de trabajo, metodologías de medición que utilizan y acogida en el mercado. De manera que el estudiante adquiera una visión general de lo que ha sido la evolución de los sistemas de medición, el interés que tienen para medios, agencias y anunciantes y cuál es la situación actual.

