

***Estudios de Periodismo***

**Universidad Carlos III de Madrid**

---

# **Organización y gestión de la empresa informativa**

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado*



**Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

## **□ Control de la difusión y de la audiencia de los medios (II) AUDIOVISUALES**

- Fuentes, metodología y análisis de datos.**
-

---

## □ **Objetivo**

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

---

## □ **Concepto de audiencia**

- Audiencia bruta
  - Audiencia neta
  - Duplicación de audiencia
  - Audiencia acumulada
  - Audiencia útil
-

---

## □ **Delimitación de los soportes**

- Definición de soporte y condiciones
  - Soporte en televisión
  - Soporte en prensa
  - Soporte en radio
-

---

## □ **Evolución de la medición de las audiencias**

- Encuesta sobre comportamiento habitual.
  - Encuesta sobre el día de ayer.
  - Método del diario.
  - Encuesta coincidental
  - Audímetro
-

---

## □ **Metodologías de medición**

- Estudios monográficos, multimedia y media-productos.
  - Metodologías basadas en el reconocimiento
  - Metodologías basadas en el recuerdo.
  - Metodologías de la audiencia de ayer por primera vez.
  - Metodologías de la frecuencia de lectura
-

**Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

- 
- **Estudios de audiencia en España**
    - Estudio General de Medios
    - Estudio General de Audiencias
    - Taylor Nelson Sofres
-



## Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

## □ Bibliografía

- Fuentes CALLEJO, J. (2001): *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*. Paidós. Barcelona.
- HUERTAS, A.: (2002): *La audiencia investigada*. Gedisa editorial. Barcelona.
- JAUSET, J.L.(2000) *La investigación de audiencias en televisión*. Fundamentos estadísticos. Paidós. Barcelona.

## □ Fuentes

- Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO): <http://www.auedemo.es>
  - Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC): [http://www. Aimc.es](http://www.Aimc.es)
  - Estudio de audimetría de TNS: <http://www.sofresam.com>
  - Infoadex Informa. Boletines informativos de Infoadex.
-