baratz | ODA

Análisis de Audiencias

[

Cavaller, Victor

UOC,
2013

Monografía

En la última década, con la digitalización de los medios de comunicación, la medición y el análisis de las audiencias así como de la visibilidad se ha convertido en una tarea complicada. Internet no sólo ha propiciado fenómenos como la convergencia digital, la globalización, los nuevos modelos de negocio, etc, sinó que ha modificado los estándares de medición de la visibilidad y de la audiencia en los medios de comunicación y por tanto las estrategias de marketing de las empresas en general. El gran reto para las empresas y para los medios sigue siendo conocer, o al menos, tener noticia de quién consume qué, dónde y cómo. El conocimiento de la actividad del consumidor es el foco de atención de las empresas porque es la base de la competencia en el mercado. Diseñar una oferta unificada de medios significa desarrollar una ventaja competitiva. Este libro pretende dar a conocer las metodologías de medición y las estrategias de visibilidad y audiencia en los medios de comunicación sin dejar de atender a los aspectos contextuales que enmarcan este conjunto de actividades en los entornos online y offline. Está dirigido a los profesionales del ámbito de la comunicación y de la gestión estratégica de la información que trabajen en medios de comunicación, marketing, agencias de planificación de medios, agencias publicitarias, diseñadores de entornos web, webmasters, etc

https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTg1MjA5MDg

Título: Análisis de Audiencias Libro] Victor Cavaller...[et. al.]

Editorial: Barcelona UOC 2013

Descripción física: 160 or

Tipo Audiovisual: Audiencias

Mención de serie: Comunicación 273

Lengua: Español

ISBN: 978-84-9029-815-2

Autores: Cavaller, Victor

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid

- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es