



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## UF2399 Evaluación y Control del Plan de Medios

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF2399 Evaluación y control del plan de medios, incluida en el Módulo Formativo MF2188\_3 Organización y control del plan de medios de comunicación, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de Agosto, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y eventos, de planes de marketing y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento al plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

### CONTENIDOS

#### UNIDAD FORMATIVA 1. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:

2. - Audiencia.
3. - Cobertura o alcance del plan de medios.
4. - Inserciones o frecuencia de la comunicación.
5. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
6. - Coste Por Mil (CPM).
7. - Cobertura neta.
8. - Gross Rating Point.
9. - Coste por Click (CPC).
10. Fuentes de medición de audiencias e impacto.
11. - Encuesta General de Medios (EGM)
12. - Sofres TNS (Taylor Nelson Sofres) Audiencia de medios
13. - Infoadex
14. - OJD (Oficina de Justificación de la Difusión para prensa escrita).
15. - EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la investigación de medios de Comunicación).
16. - Paneles de consumidores y detallistas de Nielsen
17. - Estudios de perfiles de audiencias y coberturas de cada soporte.
18. - Medición de la audiencia en Internet.
19. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Técnicas y herramientas de control de emisión.
2. - Simulación de procesos de control de emisión.
3. - Técnicas de búsqueda «on line» y «off line».
4. Control de contenidos pagados y no pagados.
5. - Diferencias y similitudes del proceso de control.
6. - Control de plan de medios escritos.
7. - Control del plan de medios en televisión y radio.
8. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
9. - El press clipping: estructura y composición.
10. - Generación de informes y conclusiones a partir de la cobertura mediática.
11. Control del plan de medios en Internet.



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)