

Actualización

Paraninfo

Diseño y elaboración de **MATERIAL de COMUNICACIÓN**

Adriana Iglesias Álvarez



**COMERCIO Y
MARKETING**

Técnico Superior en Marketing y Publicidad

Incluye recursos digitales
en www.paraninfo.es



Con
**CASOS
PRÁCTICOS**

Páginas 99-105

La jerarquía correcta del **subapartado “4.1.1. Investigación publicitaria”** es la siguiente:

4.1.1. Investigación publicitaria

- **Bancos de datos estadísticos de acceso libre y gratuito:** Instituto Nacional de Estadística (INE), Portal Europeo de Datos (European Open Data Portal), Eurostat (Statistical Office of the European Communities), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Instituto de Comercio Exterior español (ICEX), Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI o WIPO).
- **Bancos de datos privados y de pago:** Axesor, Statista y Market Research
- **Entidades privadas para el estudio de la inversión publicitaria:** InfoAdex y ArceMedia
- **Entidades privadas para el análisis de audiencias:** AIMC, Kantar Media, Geomex, OJD y OJD Interactiva.
- **Otros:** Google Analytics, ProQuest Central, Scopus, Biblioteca Digital Hispánica, Biblioteca Digital Mundial y Anuncios.com.