

TENDENCIAS DE LA RADIO ONLINE COMO APOYO A LA CONSTRUCCIÓN DE ESTRATÉGIAS PROPIAS PARA EL MEDIO.

Jenny Marcela Cardona Bedoya - Yadira Carolina Vaca González

DOI: doi.org/10.22395/anagr.v17n34a9



INVESTIGACIÓN

Esta investigación presenta a través de la revisión de literatura, el análisis de tendencias que impactan la radio a nivel digital para facilitar la formulación estratégica de las emisoras online.

Identificación de Tendencias

Transformación del medio

Reconocimiento de acciones digitales



OBJETIVO



Planteamiento de las categorías facilita el proceso de recopilación de tendencias e información para su correspondiente aplicación.

UTILIZACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS



HERRAMIENTAS

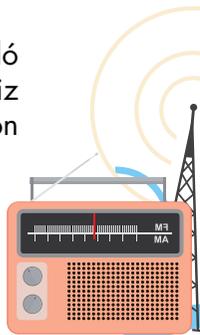
La propuesta metodológica se desarrolló a través de la matriz MICMAC (Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación método).

3 CATEGORÍAS

Características de la radio como medio de difusión

Estrategias digitales de consumo

La relación de la audiencia con el medio.



RESULTADOS



Resultado de aplicar la matriz, se encontraron tres tendencias que impactan la radio a nivel digital. Estas tendencias exploradas en un contexto real, facilitan el planteamiento estratégico mediante el apoyo de las nuevas tecnologías para el medio.

AUDIO PROGRAMÁTICO

MEZCLA DE PROGRAMACIONES

BRANDED CONTENT RADIOFÓNICO

3 TENDENCIAS