

POS-E18

*PD en Comunicación Social***PLACE BRANDING EVALUATION. PROPUESTA METODOLÓGICA DE EVALUACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DE MARCAS CIUDAD.**

Alfonso Hernando_Guerrero

Universidad del País Vaco

En el escenario global contemporáneo en el que nos ha tocado vivir ciudades y regiones alrededor de todo el planeta invierten esfuerzos en competir por alcanzar una mayor notoriedad e importancia. La comunicación forma parte de las armas que tienen las ciudades y las regiones para crecer y mejorar según sus propios objetivos. Con la presente investigación intentamos proponer una metodología de evaluación con la que medir los resultados de las importantes inversiones económicas que actualmente se realizan desde las administraciones publicas para gestionar las marcas ciudad y las marcas región. Partiendo del estudio de la marca en cuestión (antecedentes, valores, objetivos, misión, visión...) y comparándolo con los resultados de un posterior análisis de contenido (pudiendo ser el análisis en prensa tradicional, prensa digital, blogs, foros digitales de opinión, redes sociales, portales de vídeo o cualquier otro tipo de contenido digital... incluso un análisis mixto partiendo de diferentes fuentes de datos permitiendo aumentar la fiabilidad de los resultados obtenidos), podemos aproximarnos al diseño de una metodología de evaluación eficaz, efectiva y de bajo coste, con la que obtener nuevos datos que faciliten la maximización de los recursos invertidos en la comunicación de ciudades y regiones.