



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|-------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2015/16 |
| Asignatura (*) | Estudo da audiencia | Código | 616G01020 | |
| Titulación | Grao en Comunicación Audiovisual | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Segundo | Obrigatoria | 6 |
| Idioma | CastelánGalego | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Humanidades | | | |
| Coordinación | Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | n.quintas.froufe@udc.es | |
| Profesorado | Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | n.quintas.froufe@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | A finalidade da materia é a de coñecer o sector audiovisual dende o punto de vista dos públicos e as audiencias. Para iso estudaranse e analizarán as principais técnicas de investigación de audiencias, tanto as cuantitativas coma as cualitativas. | | | |

| Competencias do título | |
|------------------------|---|
| Código | Competencias do título |
| A1 | Comunicar mensaxes audiovisuais. |
| A4 | Investigar e analizala comunicación audiovisual. |
| A6 | Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias. |
| A8 | Coñecela tecnoloxía audiovisual. |
| A11 | Coñecelas metodoloxías de investigación e análise. |
| B3 | Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar os datos relevantes (normalmente dentro do seu área de estudo) |
| B5 | Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe precisas para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|---|-----|----|------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | | | Competencias do título |
| Coñecelas metodoloxías de investigación e análise. | A1 | B5 | |
| | A4 | | |
| | A6 | | |
| | A8 | | |
| | A11 | | |
| Aplicar as técnicas de análise cuantitativas e cualitativas no estudio da audiencia | | B3 | |

| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| PARTE I. CONCEPTUALIZACIÓN DA AUDIENCIA | Estudios de recepción e análise de audiencias |
| TEMA 1. Definición de audiencia | Definición de públicos Definición de universo Definición de mostra |
| TEMA 2. Formas, estratexias e tendencias de consumo de medios | Modelos e tipoloxías de consumidores Comportamento e actitudes dos consumidores |



| | |
|---|--|
| <p>PARTE II. TIPOLOXÍAS DE INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS: CUESTIÓNS METODOLÓXICAS</p> <p>TEMA 3. Métodos e técnicas na investigación e medición de audiencias</p> | <p>Principios básicos na investigación</p> <p>Técnicas de investigación cuantitativas: cuestionario</p> <p>Técnicas de investigación cualitativas: focus group</p> |
| <p>PARTE III. OS MEDIOS E A SÚA MEDICIÓN</p> <p>TEMA 4. Medición de audiencia en televisión</p> | <p>Principais indicadores</p> <p>Análise de datos</p> <p>A televisión social</p> |
| <p>TEMA 5. Medición de audiencia en radio, prensa, internet e outras canles</p> | <p>Principais indicadores</p> <p>Análise de datos</p> |

| Planificación | | | | |
|------------------------|--------------|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Obradoiro | A1 A4 B3 B5 | 16 | 54 | 70 |
| Sesión maxistral | A6 A8 A11 | 24 | 48 | 72 |
| Atención personalizada | | 8 | 0 | 8 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías | |
|------------------|--|
| Metodoloxías | Descrición |
| Obradoiro | Modalidade formativa orientada á aplicación de aprendizaxes na que se poden combinar diversas metodoloxías/probas (exposicións, simulacións, debates, solución de problemas, prácticas guiadas, etc) a través da que o alumnado desenvolve tarefas eminentemente prácticas sobre un tema específico, co apoio e supervisión do profesorado. |
| Sesión maxistral | Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución de algunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe. A clase maxistral é tamén coñecida como ?conferencia?, ?método expositivo? ou ?lección maxistral?. Esta última modalidade sóese reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasións especiais, cun contido que supón unha elaboración orixinal e baseada no uso case exclusivo da palabra como vía de transmisión da información á audiencia. |

| Atención personalizada | |
|------------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Obradoiro | Nos obradorios os alumnos/as recibirán atención personalizada para levar a cabo os traballos requeridos en cada un deles. |

| Avaliación | | | |
|------------------|--------------|--|---------------|
| Metodoloxías | Competencias | Descrición | Cualificación |
| Obradoiro | A1 A4 B3 B5 | A avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos suporá o 50% da nota final. | 50 |
| Sesión maxistral | A6 A8 A11 | A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame escrito suporá ó 50% da nota final. | 50 |

| Observacións avaliación |
|-------------------------|
| |



A avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos suporá o 50% da nota final. A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame escrito suporá ó 50% da nota final. Será necesario alcanzar o valor medio de cada una das partes para aprobar a asignatura. Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exámenes e traballos suporán a non valoración destes.

Fontes de información

Bibliografía básica

- Morley, David (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires
- Vaca Berdayes, Ricardo (2010). El perfil de la audiencia : Cuatro y la Sexta, 2005-2008. Exlibris
- Huertas Bailén, Amparo (2002). La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa
- Callejo Gallego, Javier (1995). La Audiencia activa el consumo televisivo, discursos y estrategias. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas
- Gorton, Kristyn (2009). Media audiences : television, meaning and emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press,
- Vaca Berdayes, Ricardo (2009). El puzzle de la audiencia televisiva. Madrid: Exlibris
- Solomon, Michael R. (2008). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Educación
- Solomon, Michael R. (1997). Comportamiento del consumidor : comprar, tener y ser. México: Prentice Hall Hispanoamericana
- Francés i Domènech, Miquel, Llorca Abad, G., y Peris Blanes, A. (coord.) (2015). La televisión conectada en el entorno transmedia. Navarra: Eunsa
- Bourdon, J. & Méadel, C. (2014). Television Audiences across the world: deconstructing the ratings machine. asingstoke : Palgrave Macmillan
- Geoffrey Patriarche, H., Bilandzic, J. & Jurisic, J. (2014). Audience Research Methodologies: Between Innovation and Consolidation. New York: Routledge
- Frauke Z., Ponte, C. & O'Neill, B. (2015). Revitalising Audience Research : Innovations in European Audience Research . New York : Routledge
- Carpentier, N., Schrøder, K.C. & Hallett, L. (2014). Audience transformations : shifting audience positions in late modernity . New York: Routledge
- Álvarez Monzoncillo, J.M. (2011). La televisión etiquetada [Recurso electrónico] : nuevas audiencias, nuevos negocios . Barcelona: Fundación Telefónica
- Dossier de lecturas complementarias obligatorias confeccionado polos profesores para cada uns dos temas. - Material complementario publicado no Campus virtual. - Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle) para seguir o desenvolvemento da asignatura.

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Comunicación e industrias culturais/616G01009

Empresa/616G01010

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Sector audiovisual/616G01007

Materias que continúan o temario

Sector audiovisual/616G01007

Comunicación e industrias culturais/616G01009

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías