



## Teaching Guide

| Identifying Data           |  |               |  |                | 2017/18 |
|----------------------------|--|---------------|--|----------------|---------|
| <b>Subject (*)</b>         | Audience measurement and analysis in the digital environment   |               | <b>Code</b>                                | 615518026      |         |
| <b>Study programme</b>     | Mestrado Universitario en Socioloxía Aplicada: Investigación Social e de Mercados  |               |  |                |         |
| Descriptors                |  |               |  |                |         |
| <b>Cycle</b>               | <b>Period</b>  | <b>Year</b>   | <b>Type</b>                                | <b>Credits</b> |         |
| Official Master's Degree   | 2nd four-month period  | First         | Optativa                                   | 3              |         |
| <b>Language</b>            | SpanishGalician  |               |  |                |         |
| <b>Teaching method</b>     | Face-to-face   |               |  |                |         |
| <b>Prerequisites</b>       |  |               |  |                |         |
| <b>Department</b>          | Socioloxía e Ciencias da Comunicación  |               |  |                |         |
| <b>Coordinador</b>         | Quintas Froufe, Natalia  | <b>E-mail</b> | n.quintas.froufe@udc.es                    |                |         |
| <b>Lecturers</b>           | Díaz Gonzalez, María Jesus<br>Quintas Froufe, Natalia  | <b>E-mail</b> | m.j.diaz@udc.es<br>n.quintas.froufe@udc.es |                |         |
| <b>Web</b>                 |  |               |  |                |         |
| <b>General description</b> | Nun mundo globalizado e interconectado polas tecnoloxías da información e da comunicación, faise imprescindible para o analista e investigador social e de mercados unha formación que comprenda as metodoloxías de análise e medición das audiencias no contorno dixital. |               |  |                |         |

## Study programme competences

| Code | Study programme competences   |
|------|---|
| A1   | Dominar nun nivel de postgrado os coñecementos, as ferramentas e os procedementos da investigación social e de mercados aplicándoos á solución de problemas e necesidades   |
| A2   | Aplicar os procesos e protocolos de captación de información necesarios para observar e analizar de forma correcta e propia dun nivel avanzado o comportamento dos usuarios ou consumidores   |
| A3   | Ser quen de deseñar un proceso de investigación de carácter empírico demostrando dominio no uso de técnicas de investigación cuantitativas e/ou cualitativas  |
| A4   | Ser quen de discriminar a técnica de investigación axeitada ao problema plantexado  |
| A5   | Ter capacidade para identificar, nun nivel de postgrado, a relevancia dos distintos factores relacionados cos contornos sociais, os mercados e os consumidores que deben ser tidos en conta na investigación  |
| A6   | Análisis crítico das sociedades de consumo actuais que permita coñecer a estruturación e o significado social do consumo  |
| A8   | Ter capacidade para traballar criticamente con fontes de datos, metodoloxías e técnicas de investigación científica e ferramentas informáticas propias da investigación social e de mercados  |
| A9   | Ter capacidade para integrar e aplicar as novas tendencias en investigación social e de mercados de xeito rentable e efectivo na empresa, as administracións ou outras organizacións  |
| A10  | Ser quen de redactar, presentar e defender documentos e informes de investigación social e de mercados  |
| A11  | Coñecer, nun nivel avanzado, os mercados e os consumidores, apreciando a diversidade dos seus enfoques  |
| B1   | Posuer e comprender coñecementos que aporten unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a cotío nun contexto de investigación  |
| B2   | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (o multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo  |
| B3   | Que os estudantes sexan quen de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partires de unha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vencelladas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos |
| B4   | Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüedades  |
| B5   | Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que haberá de ser en gran medida autodirixido ou autónomo  |
| B6   | Ser quen de buscar, xestionar, analizar e sintetizar a información, seleccionando aquela que resulta pertinente para a toma de decisións  |



|    |   |
|----|---|
| C1 | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma de Galicia  |
| C3 | Utilizar as ferramentas básicas das TIC necesarias para o exercicio da súa profesión e para o aprendizaxe ao longo da vida  |
| C4 | Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común |
| C5 | Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras   |
| C6 | Valorar críticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse  |
| C7 | Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida   |
| C8 | Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade  |

| Learning outcomes  |                             |     |     |
|--|-----------------------------|-----|-----|
| Learning outcomes  | Study programme competences |     |     |
| Coñecer e profundizar na conceptualización da audiencia no actual ecosistema mediático dixital | AC1                         | BC1 | CC5 |
|  | AC2                         | BC2 | CC6 |
|  | AC4                         | BC5 | CC7 |
|  | AC5                         | BC6 | CC8 |
|  | AC6                         |     |     |
|  | AC11                        |     |     |
| Aplicar as principais técnicas de análise na investigación de audiencias                       | AC1                         | BC3 | CC1 |
|  | AC2                         | BC4 | CC3 |
|  | AC3                         | BC5 | CC4 |
|  | AC8                         |     | CC6 |
|  | AC9                         |     |     |
|  | AC10                        |     |     |

| Contents   |  |
|--|--|
| Topic  | Sub-topic  |
| Tema 1. A conceptualización da audiencia no actual ecosistema mediático dixital            | Definición e principais características<br>Os hábitos de consumo mediático |
| Tema 2. A medición das audiencias: principios técnicos e metodoloxías                      | Principais técnicas de medición empregadas                                 |
| Tema 3. Principais tendencias na investigación en audiencias: audiencias activas e sociais | Audiencia social<br>A participación da audiencia                           |

| Planning                       |   |                      |                               |             |
|--------------------------------|---|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests          | Competencies  | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |
| Guest lecture / keynote speech | A1 A5 A6 A9 A11 B1<br>B5 B6                             | 8                    | 9                             | 17          |
| Workshop                       | A2 A3 A4 A8 A10 A11<br>B2 B3 B4 C1 C3 C4<br>C5 C6 C7 C8 | 12                   | 34                            | 46          |
| Oral presentation              | A10 B1 B4 B6 B8 B9                                      | 2                    | 7                             | 9           |
| Personalized attention         |   | 3                    | 0                             | 3           |

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Methodologies |             |
|---------------|-------------|
| Methodologies | Description |
|               |             |



|                                |  |
|--------------------------------|--|
| Guest lecture / keynote speech | Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución dalgunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe. |
| Workshop                       | Traballo en grupo para a aplicación práctica das técnicas de análise das mensaxes audiovisuais.<br>Realizaranse estudo de caso.  |
| Oral presentation              | Exposición oral e defensa do traballo en grupo desenvolvido no taller.   |

### Personalized attention

| Methodologies | Description  |
|---------------|--|
| Workshop      | As profesoras estarán a disposición do alumnado a través das titorías presenciais ou do correo electrónico.<br><br>Para o alumnado con recoñecemento de dedicación parcial e dispensa académica de exención de asistencia acordarase un horario personalizado para a presentación do seu traballo final.<br><br>Todas as orientacións e información necesarias para seguir esta asignatura estarán dispoñibles na plataforma virtual Moodle. |

### Assessment

| Methodologies     | Competencies  | Description   | Qualification |
|-------------------|---|---|---------------|
| Workshop          | A2 A3 A4 A8 A10 A11<br>B2 B3 B4 C1 C3 C4<br>C5 C6 C7 C8 | O devandito traballo estará planificado en diferentes fases e en cada unha delas haberá que presentar resultados.<br>É necesario aprobar a actividade desenvolvida no taller para que esta nota faga media coa presentación oral.<br>Se o taller non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa. | 70            |
| Oral presentation | A10 B1 B4 B6 B8 B9                                      | Presentación da actividade desenvolvida no taller.<br>A realización desta presentación é obrigatoria para optar á avaliación da materia.  | 30            |

### Assessment comments

|   |
|---|
| Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (Moodle) porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselle toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.<br><br>Para o alumnado con recoñecemento de dedicación parcial e dispensa académica de exención de asistencia os criterios, actividades e o peso que terán na avaliación serán o mesmo para as dúas oportunidades. A presentación do traballo realizarase nunha data acordada entre as profesoras e o alumnado. |
|---|

### Sources of information

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>Basic</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Callejo, J. (1995). La audiencia activa. Madrid: CIS</li> <li>- Callejo, J. (2001). Investigar las audiencias : un análisis cualitativo . Barcelona: Paidós</li> <li>- Esteban Talaya, A. y Molina Collado, A. (Coord.) (2014). Investigación de mercados . Madrid: ESIC</li> <li>- Huertas, A. (2015). Yo soy audiencia: ciudadanía, público y mercado. Barcelona: UOC press</li> <li>- Igartua Perosanz, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación . Barcelona: Bosch</li> <li>- Medina, M. (coord.) (2015). La audiencia en la era digital. Madrid : Fragua</li> <li>- Neira, E. (2015). La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión . Barcelona: UOC</li> <li>- Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias un enfoque cualitativo . Madrid : Ediciones de la Torre</li> <li>- Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (Coord.) (2016). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. Madrid: AIMC</li> <li>- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). Teoría y práctica de la investigación cualitativa . Bilbao : Universidad de Deusto</li> </ul> |
| <b>Complementary</b> |   |

### Recommendations



|  |
|--|
| Subjects that it is recommended to have taken before     |
| Subjects that are recommended to be taken simultaneously |
| Subjects that continue the syllabus                      |
| Other comments   |

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.