



Teaching Guide						
Identifying Data				2018/19		
Subject (*)	Viewing Figures		Code	616G01020		
Study programme	Grao en Comunicación Audiovisual					
Descriptors						
Cycle	Period	Year	Type	Credits		
Graduate	1st four-month period	Second	Obligatory	6		
Language	Spanish/Galician					
Teaching method	Face-to-face					
Prerequisites						
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación					
Coordinador	González Neira, Ana María	E-mail	ana.gneira@udc.es			
Lecturers	González Neira, Ana María	E-mail	ana.gneira@udc.es			
Web						
General description	A finalidade principal da materia Estudo da Audiencia é coñecer o sector audiovisual desde o punto de vista dos receptores.					

Study programme competences	
Code	Study programme competences
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.
B9	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imparantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C1	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C2	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrentarse.
C3	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C4	Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes				
Learning outcomes			Study programme competences	
- Coñecer as metodoloxías de investigación e análise de audiencias.			A4 A6 A8 A11	B9 C2 C3 C4

Contents	
Topic	Sub-topic
I) Bloque temático I. A conceptualización da audiencia.	Unidade didáctica 1. A definición da audiencia. Introducción aos estudos da audiencia.  Unidade didáctica 2. Formas, estratexias e tendencias no consumo de medios
II) Bloque temático II. Tipoloxías de investigación de audiencias: cuestións metodolóxicas.	Unidade didáctica 3. Métodos e técnicas na investigación e medición de audiencias
III) Bloque temático III. Os medios e a súa medición.	Unidade didáctica 4. A medición de audiencia en televisión Unidade didáctica 5. Medición de audiencia en radio, cinema, prensa e internet



Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Workshop	A4 B9 C1	22.5	50.625	73.125
Oral presentation	A4 B9 C1	1	3	4
Guest lecture / keynote speech	A6 A8 A11 C2 C3 C4	21.5	48.375	69.875
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
Workshop	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.
Oral presentation	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.
Guest lecture / keynote speech	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución de algunas preguntas dirixidas aos estudiantes, 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.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Workshop	Nos obradoiros os/as alumnos/as recibirán atención personalizada para levar a cabo os traballos requeridos en cada un deles.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Workshop	A4 B9 C1	A avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados e suporá o 50% da cualificación final.	50
Guest lecture / keynote speech	A6 A8 A11 C2 C3 C4	A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 50% da cualificación final.	50

Assessment comments
---------------------



- A avaliação dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 50% da cualificación final. Isteas traballos deberán ser entregados na data e forma indicada pola docente para poder ser avaliados.
- A copia de fragmentos de textos sen citar a autoría da fonte significará a non valoración dos exercicios.
- A avaliação da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 50% da cualificación final.
- Será necesario alcanzar o valor medio de cada una das partes para aprobar a asignatura, para iso será obligatorio superar o exame final (cunha cualificación mínima de 2,5 puntos) e os exercicios prácticos (cunha cualificación mínima de 2,5 puntos).
- Aqueles estudantes que non completen o proceso de avaliação continua ou/e que non se presentaron ao exame da convocatoria oficial poderán optar á segunda convocatoria establecida polo calendario de exames oficiais da Facultade de Ciencias da Comunicación. Nesta convocatoria o profesor fixará un novo prazo de entrega dos traballos prácticos antes da data prevista para a convocatoria oficial do exame.
- En termos xerais, en todos os exercicios prácticos valorarase a capacidade de expresión, análise e síntese; a capacidade crítica, analítica e reflexiva; a redacción, o estilo e a corrección gramatical e ortográfica, así como o coidado formal na presentación dos exercicios.
- Ortografía: as posibles faltas de ortografía no examen e traballos suporán a non valoración destes.

#### Sources of information

Basic	<ul style="list-style-type: none"><li>- Callejo Gallego, J. (2001). Investigar las audiencias: un análisis cualitativo. Barcelona: Paidós</li><li>- Dayan, D. (Comp.) (1997). En busca del público. Barcelona: Gedisa.</li><li>- Huertas Bailén, A. (2002). La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa</li><li>- Huertas Bailén, A. (2015). Yo soy audiencia : ciudadanía, público y mercado . Barcelona: UOC</li><li>- Napoli, P. M. (2011). Audience Evolution, New Technologies and The Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University Press</li><li>- Medina, M. (coord.) (2015). La audiencia en la era digital. Madrid: Fragua</li><li>- Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu</li><li>- Nightingale, V. (2011). The Handbook of Media Audiences. Malden: Wiley- Blackwell</li><li>- Orozco Gómez, G. y González, R. (2012) (2012). Una coartada metodológica: abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Productora de Contenidos Culturales</li></ul>
Complementary	<ul style="list-style-type: none"><li>- Álvarez Monzoncillo, J.M. (2011). La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios . Barcelona: Fundación Telefónica</li><li>- Grandío, M. M. (2009). Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva: el caso de friends. . Argentina: Libros en Red</li><li>- Neira, E. (2015). La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión. Barcelona: UOC</li><li>- Vaca Berdayes, R. (2009). El puzzle de la audiencia televisiva. Madrid: Fundación Ex-libris</li><li>- Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (Coord.) (2015). La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social. Madrid: AIMC</li><li>- Igartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación . Barcelona: Bosch</li></ul>

#### Recommendations

##### Subjects that it is recommended to have taken before

History of radio, televisión and multi-media/616G01002

##### Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Audiovisual Advertising/616G01012

##### Subjects that continue the syllabus

#### Other comments

- Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle) para seguir o desenvolvemento da asignatura.

(\*)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.