



Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
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	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Quintas Froufe, Natalia	E-mail	n.quintas.froufe@udc.es	
Lecturers	González Neira, Ana María Quintas Froufe, Natalia	E-mail	ana.gneira@udc.es n.quintas.froufe@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. Para iso estudaranse e analizarán as principais técnicas de investigación de audiencias, tanto as cuantitativas coma as cualitativas.			

Study programme competences / results	
Code	Study programme competences / results
A4	Investigar e analizar a comunicación audiovisual.
A6	Coñecer o sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
A8	Coñecer a tecnoloxía audiovisual.
A11	Coñecer as 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 imbuir solucións 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 enfrontarse.
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 / results
- Coñecer as metodoloxías de investigación e análise de audiencias.			A4
			B9
			C1
			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, cine, prensa e internet
---	--

Planning				
Methodologies / tests	Competencies / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student's personal work hours	Total hours
Workshop	A4 B9 C1	29	29	58
Workbook	A4 A6	1	3	4
Guest lecture / keynote speech	A6 A8 A11 C2 C3 C4	29	58	87
Personalized attention		1	0	1

(\*)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.
Workbook	Son un conxunto de textos e documentación escrita que se recolleron e editaron como fonte de profundización nos contidos traballados.
Guest lecture / keynote speech	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.

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

Assessment			
Methodologies	Competencies / Results	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 avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 50% da cualificación final. Estes 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 avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá o 50% da cualificación final.
- Será necesario alcanzar o valor medio de cada una das partes para aprobar a asignatura, para iso será obrigatorio 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 avaliación continua ou/e que non se presentaron ao exame da convocatoria oficial poderán optar á segunda oportunidade 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.
- 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.
- Ortografía: as posibles faltas de ortografía no examen e traballos suporarán a non valoración destes.

## Sources of information

<b>Basic</b>	<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>
<b>Complementary</b>	<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> <li>- Clares-Gavilán, J. (Coord) (2019). La revolución over the top : del video bajo demanda (VOD) a la televisión por internet. Barcelona: UOC</li> <li>- Das Ranjana &amp; Ytre-Arne, B.(Editors) (2018). The Future of Audiences : a Foresight Analysis of Interfaces and Engagement. Cham: Springer International Publishing</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.- Durante o cuatrimestre está prevista realizar unha actividade práctica en colaboración coa CRTVG.&nbsp;- Nesta materia desenvolveranse actividades docentes relacionadas coas liñas de innovación docente ás que se adscribe o grupo de innovación docente GIDCOM.

(\*)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.