



Guía Docente

| Datos Identificativos | | | | | 2020/21 |
|---------------------------|---|---------------------------|--|-----------------|---------|
| Asignatura (*) | Estudo da audiencia | Código | 616G01020 | | |
| Titulación | Grao en Comunicación Audiovisual | | | | |
| Descritores | | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos | |
| Grao | 1º cuatrimestre | Segundo | Obrigatoria | 6 | |
| Idioma | CastelánGalego | | | | |
| Modalidade docente | Híbrida | | | | |
| Prerrequisitos | | | | | |
| Departamento | Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinación | Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | n.quintas.froufe@udc.es | | |
| Profesorado | González Neira, Ana María Quintas Froufe, Natalia | Correo electrónico | ana.gneira@udc.es n.quintas.froufe@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| Descrición xeral | 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. | | | | |



| | |
|-----------------------------|--|
| Plan de continxencia | <p>1. Modificacións nos contidos Non se realizarán cambios</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen - Sesión maxistral - Obradorio *Metodoloxías docentes que se modifican Non se realizarán cambios</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Os/as alumnos/as recibirán atención personalizada a través das seguintes ferramentas e plataformas: ? Correo electrónico: según as demandas do alumnado. ? Moodle: diariamente. Segundo a necesidade do alumnado. - Teams: unha sesión semanal en grupo grande para o avance dos contidos teóricos na franxa horaria que ten asignada a materia no calendario de aulas da facultade. Empregarase esta ferramenta tamén para realizar unha sesión semanal en grupos medios para o seguimento e apoio na realización dos traballos tutelados.</p> <p>4. Modificacións na avaliación O examen teórico-práctico será substituído por un examen tipo test (proba de avaliación síncrona realizada a través das plataformas recomendadas pola Universidade (Microsoft Forms o u Moodle e, opcionalmente, Microsoft Teams) cun peso na cualificación de 40%. *Observacións de avaliación: - Mantéñense as mesmas que as establecidas na guía docente. - Se algún alumno/a tivera problemas de conectividade debe manifestalo antes da data oficial da proba de avaliación para poder solventar esta dificultade.</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Sen modificacións.</p> |
|-----------------------------|--|

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|--|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| A4 | Investigar e analizar a 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 imrpantar 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 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. |

| |
|----------------------------------|
| Resultados da aprendizaxe |
|----------------------------------|



| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
|---------------------------|---|-----------------------|----|
| | - Coñecer as metodoloxías de investigación e análise de audiencias. | A4 A6 A8 A11 | B9 |

| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| 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 |

| Planificación | | | | |
|------------------------|---------------------------|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Obradoiro | A4 B9 C1 | 29 | 29 | 58 |
| Lecturas | A4 A6 | 1 | 3 | 4 |
| Sesión maxistral | A6 A8 A11 C2 C3 C4 | 29 | 58 | 87 |
| Atención personalizada | | 1 | 0 | 1 |

*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. A realización dos obradorios realizarase, na maioría das ocasións, de xeito presencial. |
| Lecturas | Son un conxunto de textos e documentación escrita que se recolleron e editaron como fonte de profundización nos contidos traballados. |
| 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. A maioría destas sesións maxistrais desenvolveranse de xeito virtual a través das plataformas institucionais. |

| Atención personalizada | |
|------------------------|------------|
| Metodoloxías | Descrición |
| | |



| | |
|-----------|--|
| Obradoiro | <p>Nos obradoiros os/as alumnos/as recibirán atención personalizada para levar a cabo os traballos requeridos en cada un deles.</p> <p>Os/as alumnos/as recibirán tamén atención personalizada a través das seguintes ferramentas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico: según as demandas do alumnado - Moodle: semanalmente e segundo a necesidade do alumnado. - Microsoft Teams: segundo a necesidade do alumnado. |
|-----------|--|

| Avaliación | | | |
|------------------|---------------------------|---|---------------|
| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
| Obradoiro | A4 B9 C1 | A avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados e suporá o 60% da cualificación final. | 60 |
| Sesión maxistral | A6 A8 A11 C2 C3 C4 | A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá ó 40% da cualificación final. | 40 |

| Observacións avaliación |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - A avaliación dos obradoiros realizarase a través da entrega de traballos prácticos tutelados pola docente que suporá o 60% da cualificación final. Istes 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 ó 40% 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 puntos) e os exercicios prácticos (cunha cualificación mínima de 3 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 suporán a non valoración destes. |

| Fontes de información | |
|----------------------------|---|
| Bibliografía básica | <ul style="list-style-type: none"> - Callejo Gallego, J. (2001). Investigar las audiencias: un análisis cualitativo. Barcelona: Paidós - Dayan, D. (Comp.) (1997). En busca del público. Barcelona: Gedisa. - Huertas Bailén, A. (2002). La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa - Huertas Bailén, A. (2015). Yo soy audiencia : ciudadanía, público y mercado . Barcelona: UOC - Napoli, P. M. (2011). Audience Evolution, New Technologies and The Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University Press - Medina, M. (coord.) (2015). La audiencia en la era digital. Madrid: Fragua - Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu - Nightingale, V. (2011). The Handbook of Media Audiences. Malden: Wiley- Blackwell - 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 |



| | |
|------------------------------------|--|
| Bibliografía complementaria | <ul style="list-style-type: none">- Álvarez Monzoncillo, J.M. (2011). La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios . Barcelona: Fundación Telefónica- Grandío, M. M. (2009). Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva: el caso de friends. . Argentina: Libros en Red- Neira, E. (2015). La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión. Barcelona: UOC- Vaca Berdayes, R. (2009). El puzle de la audiencia televisiva. Madrid: Fundación Ex-libris- 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- Igartua Perosanz, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación . Barcelona: Bosch- Clares-Gavilán, J. (Coord) (2019). La revolución over the top : del video bajo demanda (VOD) a la televisión por internet. Barcelona: UOC- Das Ranjana & Ytre-Arne, B.(Editors) (2018). The Future of Audiences : a Foresight Analysis of Interfaces and Engagement. Cham: Springer International Publishing |
|------------------------------------|--|

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Historia da Radio, a Televisión e a Multimedia/616G01002

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Publicidade audiovisual/616G01012

Materias que continúan o temario

Observacións

- 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. - Nesta materia desenvolveranse actividades docentes relacionadas coas liñas de innovación docente ás que se adscribe o grupo de innovación docente GIDCOM.

(*)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