



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
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	Correo electrónico	ana.gneira@udc.es	
	Quintas Froufe, Natalia		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 estúdanse e analízanse as principais técnicas de investigación de audiencias, tanto as cuantitativas coma as cualitativas.			



<b>Plan de continxencia</b>	<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. ? Campus virtual: semanalmente. 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 50%.  *Observacións de avaliación: - Mantéñense as mesmas que as establecidas na guía docente. - Se algún/ha 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.

<b>Resultados da aprendizaxe</b>
----------------------------------



Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
- Coñecer as metodoloxías de investigación e análise de audiencias.	A4	B9	C1
	A6		C2
	A8		C3
	A11		C4

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 sesión 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"> <li>- Correo electrónico: según as demandas do alumnado.</li> <li>- Campus virtual: semanalmente e segundo a necesidade do alumnado.</li> <li>- Microsoft Teams: segundo a necesidade do alumnado.</li> </ul>
-----------	---

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 50% da cualificación final.	50
Sesión maxistral	A6 A8 A11 C2 C3 C4	A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá o 50% da cualificación final.	50

Observacións avaliación
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> <li>- A copia de fragmentos de textos sen citar a autoría da fonte significará a non valoración dos exercicios.</li> <li>- A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá o 50% da cualificación final.</li> <li>- 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).</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> <li>- Ortografía: as posibles faltas de ortografía no examen e traballos suporán a non valoración destes.</li> </ul>

Fontes de información	
<b>Bibliografía básica</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> <p>Durante o cuatrimestre os docentes poden incorporar novos manuais e referencias bibliográficas.</p>



<b>Bibliografía complementaria</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 puzle 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>
------------------------------------	--

### 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 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.

(\*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