



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2020/21
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	Hybrid			
Prerequisites				
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador	Quintas Froufe, Natalia	E-mail	n.quintas.froufe@udc.es	
Lecturers	González Neira, Ana María	E-mail	ana.gneira@udc.es	
	Quintas Froufe, Natalia		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.			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

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 implanter 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.

Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences		
- Coñecer as metodoloxías de investigación e análise de audiencias.	A4 A6 A8 A11	B9	C1 C2 C3 C4

Contents	
Topic	Sub-topic
I) Bloque temático I. A conceptualización da audiencia.	Unidade didáctica 1. A definición da audiencia. Introdución 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	Ordinary class hours	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. A realización dos obradorios realizarase, na maioría das ocasións, de xeito presencial.
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 sóse 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.

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. Os/as alumnos/as recibirán tamén atención personalizada a través das seguintes ferramentas: - Correo electrónico: según as demandas do alumnado - Moodle: semanalmente e segundo a necesidade do alumnado. - Microsoft Teams: segundo a necesidade do alumnado.
----------	--

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 60% da cualificación final.	60
Guest lecture / keynote speech	A6 A8 A11 C2 C3 C4	A avaliación da sesión maxistral realizarase a través dun exame teórico-práctico que suporá o 40% da cualificación final.	40

Assessment comments
- 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 o 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.

Sources of information
Basic - 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



Complementary	- 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 puzzle 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 vídeo 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
----------------------	---

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. - 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.