

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Públicos y Audiencias
Código	E000006221
Título	Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Quinto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Responsable	Ignacio Bergillos García
Horario	Lunes (11.00 - 13.00) y martes (10.00 - 11.00)
Horario de tutorías	Se confirmarán durante la primera semana de clase. También se pueden solicitar tutorías personales por email.
Descriptor	Asignatura obligatoria perteneciente al Módulo de Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual que se aproxima a los principales debates surgidos en torno al concepto de audiencia y su estudio desde la teoría de los medios de comunicación. Una vez establecido el marco teórico, se explorarán las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas que han resultado en nuevas prácticas de consumo. Las materias que componen el módulo de Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual están relacionadas con la economía y la gestión de las industrias culturales y del entretenimiento y tienen como objetivo principal el conocimiento de las tendencias y características del mercado audiovisual. Igualmente, se estudian los aspectos jurídicos y legales que afectan a dicho mercado.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Ignacio Bergillos García
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	14
Correo electrónico	ibergillos@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación

Aunque la asignatura de Públicos y Audiencias es importante para cualquiera de los cuatro perfiles profesionales básicos descritos en el Libro Blanco del Grado en Comunicación Audiovisual, los alumnos interesados en el mundo de la producción y en la investigación en comunicación encontrarán en este curso contenidos y metodologías de trabajo de gran valor para su formación profesional.

Concretamente, la asignatura de Públicos y Audiencias permitirá a los alumnos conocer algunas de las claves económicas y políticas de la comunicación. También podrán realizar una aproximación a los cambiantes hábitos de recepción y consumo de contenidos mediáticos desde diferentes perspectivas teóricas.

Prerequisitos

No se exigen conocimientos previos necesarios ni tampoco el haber cursado una asignatura anterior. Sin embargo, se entiende que en el tercer curso de un grado universitario el alumno es capaz de utilizar la lengua castellana con fluidez y que domina su gramática y ortografía.

También se presupone la capacidad del estudiante de entender textos escritos en inglés, así como un interés por la actualidad de la industria audiovisual y un conocimiento básico de los principales agentes implicados en su desarrollo.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG04	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos)
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación
CG07	Conocer el mercado audiovisual y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
CT05	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político

ESPECÍFICAS

CE06	Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos
CE09	Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de lenguajes audiovisuales o su interpretación.

Resultados de Aprendizaje

RA01	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
RA02	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial
RA04	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

1. Introducción

2. Investigación de audiencias

Técnicas de medición

- Cine
- Prensa
- Radio
- Televisión
- Internet
- Otras

3. Nuevos hábitos de consumo, nuevas técnicas de medición

Retos en la era digital y la cultura de la convergencia

4. Estudios de audiencia y recepción

Aproximaciones teóricas

- Tradiciones de estudio
- Consideraciones metodológicas

Conceptos clave y nuevas tendencias

Participación
 Engagement
 Actividad
 Resistencia

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas:

Exposición del temario. Desarrollo de los principales conceptos teóricos. Análisis de casos. Resolución de dudas.

CG08, CT04, CT05,
 CT09, CE06

Clases prácticas:

Ejercicios vinculados con el contenido teórico. Debates.

Seminarios, talleres y exposición de trabajos:

Actividades centradas en el alumno.

CT04, CT05, CT09,
 CE09

Metodología No presencial: Actividades

- Estudio de la teoría
- Preparación de trabajos
- Preparación de actividad de evaluación

CG04, CG05,
 CG08, CG13,
 CT04, CT05, CT09,
 CE06, CE09

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
---------------------------	-------------------------	------



<p>Examen teórico parcial durante el cuatrimestre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. • Profundidad de las respuestas. • Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. • Corrección lingüística. • En caso de suspender, se puede recuperar el contenido en el examen final de la asignatura. 	<p>20</p>
<p>Examen final de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. • Profundidad de las respuestas. • Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. • Corrección lingüística. • Prueba recuperable en convocatoria extraordinaria. 	<p>20</p>
<p>Seminarios</p> <p>Preparación, presentación y debate de textos académicos sobre los distintos objetos de estudio tratados en la asignatura.</p> <p>Ejercicios online y en clase</p> <p>Pruebas vinculadas a lecturas obligatorias. Comentarios de texto. Debates en clase.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Corrección en las respuestas • Aplicación de conceptos teóricos • Profundidad en las respuestas • Capacidad de síntesis y de puesta en común con los contenidos de la asignatura • Corrección lingüística • Los ejercicios en clase no son recuperables. 	<p>50 %</p>
<p>Participación e implicación en la clase:</p> <p>Atención e interés del alumno en las clases, así como participación en actividades, visitas, encuentros con profesionales y proyecciones adscritas a la asignatura. También se tendrán en cuenta las aportaciones del alumnado a los debates y foros del Campus Virtual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No recuperable. • La asistencia a clase no se valora dentro de este sistema, pues es obligatoria y se da por hecha. 	<p>10</p>

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

	Fecha de	
--	----------	--

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Ejercicios de debate	Semanalmente	Durante la clase
Examen parcial	Al finalizar la sexta semana	En clase tras su realización
Ejercicios online	Semanalmente, durante todo el cuatrimestre	Online cada dos semanas

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Un dossier completo de la asignatura estará disponible tanto en copistería como en el Campus Virtual. Además, todos los artículos académicos y textos escogidos durante el curso también se considerarán parte de la bibliografía básica de la asignatura.

Bibliografía Complementaria

Callejo, J. (2001): Investigar las audiencias. Barcelona:Paidós
 García Canclini, N. (2007): Lectores, espectadores e internautas. Barcelona:Gedisa
 Huertas, A. (1998): Cómo se miden las audiencias en televisión. Barcelona: CIMS97
 Huertas, A. (2002): La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa
 Igartua, J.J. (2003): Audiencias y medios de comunicación. Salamanca:Universidad de Salamanca
 Jenkins, H. (1992): Textual poachers. Television Fans & Participatory Culture. New York:Routledge.
 Martín-Barbero, J. (1987): De los medios a las mediaciones. México:Gustavo Gilli.
 Morley, D. (1996): Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires:Amorrortu
 Nightingale, V. (1999): El estudio de las audiencias. El impacto de lo real. Barcelona: Paidós
 Orozco, G. (1996): Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre.
 Vaca, R. (2009): El puzzle de la audiencia televisiva. Madrid:Ex libris

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>