



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Introducción al análisis de opinión pública y audiencias - Introduction to Public Opinion & Audience Analysis
Código	E000009174
Título	<a href="#">Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Relaciones Internacionales y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso] Grado en Traducción e Interpretación y Grado en Comun. Internal. - Bachelor in Global Communication [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Descriptor	El estudiante aprenderá lo que es la opinión pública y las teorías para su formación y sus dinámicas. Se familiarizará con los canales y métodos de acceder, generar e influir en la Opinión Pública. Aprenderá a aplicar los métodos de investigación social iniciados en la asignatura correspondiente de primer curso al estudio de la opinión pública y de las audiencias. Conceptualizará la opinión pública empíricamente y conocerá las fases de una investigación aplicada en este campo. Se concienciará en la relevancia creciente e imprescindible de la utilización de datos, también de datos masivos, al servicio del diseño de estrategias comunicativas. Comprenderá los elementos clave y particularidades de la aplicación de las formas y procedimientos de análisis a los diversos campos de comunicación (política, institucional, medios, marketing y relaciones públicas, etc.)

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	María Ela Rubio Jiménez
Departamento / Área	Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
Correo electrónico	merubio@comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
Esta asignatura introduce los conceptos de opinión pública y análisis de audiencias desde una perspectiva práctica que aprovecha las bases teóricas generales trabajadas en anteriores asignaturas como Teoría de la comunicación, Medios de comunicación en un entorno global y Marketing, reputación y Branding y abre puertas a asignaturas especializadas como Comunicación corporativa, Comunicación institucional y Comunicación política y asuntos públicos. Para ello, el alumno/a trabajará con la explotación e interpretación de diversas tipologías de fuentes de información además de con la visualización y representación de datos para fundamentar propuestas



comunicativas transnacionales dirigidas a audiencias generalistas (la opinión pública) y específicas (los consumidores/as). Así, en el ámbito macro se conocerán los actores, canales, temas y estrategias que se pueden utilizar desde el ámbito comunicativo para impactar en la opinión pública. En el ámbito micro, se abordarán las variables para delimitar las audiencias, los canales y mensajes que puede usar una organización para alcanzar a su target. La asignatura se complementa con las conferencias de cuatro expertos/as que trasladarán al alumnado su experiencia en la gestión de la opinión pública y las audiencias desde diversos campos de la comunicación. Al finalizar la asignatura, el alumno/a tendrá un conocimiento general sobre el concepto de opinión pública y el análisis de audiencias y habrá trabajado las competencias de búsqueda de información especializada y la visualización de datos sobre la materia.

## Prerequisitos

No existen formalmente requisitos previos.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

#### GENERALES

<b>CG01</b>	Capacidad para pensar de forma analítica, sintética y crítica en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA1</b>	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	<b>RA2</b>	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	<b>RA3</b>	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada
<b>CG02</b>	Capacidad para aplicar a la práctica los conocimientos de la comunicación en entornos internacionales	
	<b>RA1</b>	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas
	<b>RA2</b>	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación
	<b>RA3</b>	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas
	<b>RA4</b>	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real.
<b>CG04</b>	Capacidad de comunicación oral y escrita en cuatro lenguas	
	<b>RA1</b>	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente
	<b>RA2</b>	Interviene ante un grupo con seguridad y soltura
	<b>RA3</b>	Escribe con corrección
	<b>RA4</b>	Presenta documentos estructurados y ordenados
<b>CG06</b>	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la comunicación internacional	



	<b>RA1</b>	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación
	<b>RA2</b>	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso
	<b>RA3</b>	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas, antes de que su efecto se haga evidente
	<b>RA4</b>	Plantea posibles soluciones y diseña un plan de acción para su aplicación
<b>CG08</b>	Habilidades de gestión de la información en un entorno de comunicación	
	<b>RA1</b>	Es capaz de buscar y analizar información procedente de fuentes diversas
	<b>RA2</b>	Dispone de diversas estrategias de búsqueda documental
	<b>RA3</b>	Cita adecuadamente dichas fuentes
	<b>RA4</b>	Incorpora la información a su propio discurso
	<b>RA5</b>	Maneja bases de datos relevantes para el área de estudio
	<b>RA6</b>	Contrasta las fuentes, las critica y hace valoraciones propias
<b>CG11</b>	Capacidad de resolución de problemas en el contexto de la comunicación internacional	
	<b>RA1</b>	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas
	<b>RA2</b>	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación
	<b>RA3</b>	Identifica problemas antes de que su efecto se haga evidente
	<b>RA4</b>	Insiste en la tarea y vuelve a intentarla cuando no se obtiene el resultado esperado o aparecen obstáculos
<b>CG13</b>	Capacidad de trabajo en equipos internacionales	
	<b>RA1</b>	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias
	<b>RA2</b>	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes.
	<b>RA4</b>	Contribuye al establecimiento y aplicación de procesos y procedimientos de trabajo en equipo
	<b>RA3</b>	Maneja las claves para propiciar el desarrollo de reuniones efectivas
	<b>RA5</b>	Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio
<b>ESPECÍFICAS</b>		
<b>CE30</b>	Conoce las técnicas para la medición de la opinión pública, audiencias y similares y es capaz de interpretar los respectivos informes técnicos para incorporar sus resultados a la planificación estratégica de la comunicación	



	<b>RA1</b>	Reflexiona sobre la naturaleza y la conformación de la opinión pública
	<b>RA2</b>	Conoce los mecanismos de creación de corrientes de opinión
	<b>RA3</b>	Analizar con espíritu crítico el papel de los distintos grupos de interés en la conformación de corrientes de opinión
	<b>RA4</b>	Está familiarizado con las herramientas de investigación de tipo cuantitativo y cualitativo para la medición de la opinión pública y audiencias
	<b>RA5</b>	Entiende e interpreta con corrección los resultados de informes técnicos sobre la opinión pública y audiencias

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque 1. Definir los conceptos de opinión pública y audiencias: polisemia.

Bloque 2. Mapear la opinión pública: actores y canales.

Bloque 3. Impactar a la opinión pública con propósitos comunicativos: temas y estrategias.

Bloque 4. Delimitar las audiencias: variables.

Bloque 5. Alcanzar a las audiencias con propósitos comunicativos: canales y aplicaciones.

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Esta asignatura consta de 3 ECTS que se dividen en clases presenciales y actividades diversas no presenciales. En las horas lectivas semanales se requiere del alumno una participación activa para desarrollar desde el principio las distintas competencias de la asignatura y asegurar la comprensión de las teorías y conceptos desde una perspectiva práctica y aplicada.

### Metodología Presencial: Actividades

Lecciones de carácter expositivo	CE30, CG01
Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG11, CE30, CG02, CG08, CG06, CG01
Exposiciones individuales/grupales	CE30, CG04, CG02, CG13

### Metodología No presencial: Actividades



Estudio personal y documentación	CG01, CG06, CE30, CG08
Monografías individuales/grupales	CG01, CG02, CE30, CG04, CG08

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES		
Lecciones de carácter expositivo	Ejercicios prácticos/resolución de problemas	Exposición individuales/grupales
15.00	10.00	5.00
HORAS NO PRESENCIALES		
Estudio personal y documentación	Trabajos individuales/grupales	
30.00	15.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)</b>		

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen: Dos partes: preguntas tipo test (30%) y ejercicio práctico (20%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alcanzar de manera integrada los fundamentos teóricos de la asignatura a través de preguntas tipo test.</li> <li>- Dominar la materia estudiada a través de la respuesta argumentada a un caso de estudio.</li> <li>- Fundamentar la respuesta a un caso de estudio según los contenidos teóricos y las fuentes de información demostradas con dominio.</li> <li>- Expresarse de manera organizada, sintética y con corrección lingüística y gramatical adecuada a una audiencia especializada.</li> </ul>	50
Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas: Dos ejercicios (20% cada uno)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar las bases teóricas, habilidades y conocimientos a la generación de una acción comunicativa.</li> <li>- Optimizar el tiempo de realización de la actividad a las necesidades del encargo.</li> <li>- Expresarse con corrección lingüística y gramatical.</li> <li>- Explotar fuentes de información seleccionadas según criterios profesionales para documentar y contextualizar una acción comunicativa.</li> <li>- Argumentar y dotar de contenido una propuesta en base a la búsqueda e interpretación de fuentes de información que respondan.</li> <li>- Representar datos de manera sintética y visualmente atractiva para generar un documento</li> </ul>	40



	dirigido a un público especializado.	
Participación activa del alumno/a	<ul style="list-style-type: none"><li>- Asistir a clase como mínimo según lo dictado en la Normativa Académica.</li><li>- Mostrar interés en el seguimiento de la actualidad de la materia de estudio a través de la aportación y comentario de ejemplos.</li><li>- Mantener el criterio propio y respetar las opiniones de los demás.</li><li>- Tener proactividad y responder de manera elaborada a las interpelaciones de la docente.</li><li>- Expresarse con corrección lingüística y gramatical.</li></ul>	10

## Calificaciones

### ACLARACIONES IMPORTANTES sobre la evaluación

- El incurrir en una falta académica grave, como es el plagio de materiales previamente publicados o el copiar en su examen u otra actividad evaluada, o no respetar las normas de convivencia básicas puede llevar a la apertura de un expediente sancionador y la pérdida de dos convocatorias.
- Para poder presentarse al examen final es requisito no haber faltado injustificadamente a más de un tercio de las clases. De no cumplir este requisito, el alumno perderá las convocatorias ordinaria y extraordinaria (art. 93.1 del Reglamento General). La no asistencia a la primera hora de una clase doble significa haber faltado a toda la sesión, independientemente de si el alumno asista o no a la segunda hora.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Donsbach, W.; Traugott, M.W. (2008). The SAGE Handbook of Public Opinion Research. Los Angeles: Sage.
- Sageberinsky, A.J. (2012). New Directions in Public Opinion. New York: Routledge.
- Holtz-Bacha, C.; Strömbäck, J. (2012). Opinion Polls and the Media: Reflecting and Shaping Public Opinion, Basingstoke: Houndmills.
- Sampedro, V. (2014). El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre. Barcelona: Icaria.
- Zaller, J.R. (2014). La naturaleza y los orígenes de la opinión pública. Traducción de Elisa Chuliá. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

### Bibliografía Complementaria

- Crossley, N. & Roberts, J.M. (2004). After Habermas: new perspectives on the public sphere. Oxford: Blackwell.



# COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE**

**2023 - 2024**

- Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (2017). Final Report Study on Audience Development - How to place audiences at the centre of cultural organisations. Brussels: European Commission.
- Habermas, J. (1991). The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge Massachusetts: The MIT Press .
- Observatorio Vasco de la Cultura/Kulturaren Euskal Behatokia (2015). Estudio sobre públicos. Análisis desde la teoría y la práctica. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco/Eusko Jaurlaritza.
- Torcal, M. (ed.) (2018). Opinión pública y cambio electoral en España. Claves ante el resto europeo y la crisis política y económica. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

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>