



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	Grado en Comunicación Internacional - Bachelor in Global Communication por la Universidad Pontificia Comillas
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	Opinión pública y teorías para su formación y dinámicas. Procedimientos de análisis de opinión pública y audiencias.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Rosalía Mota López
Departamento / Área	Departamento de Sociología y Trabajo Social
Despacho	Cantoblanco [D-410]
Correo electrónico	rmota@comillas.edu
Teléfono	6139

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
<p>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. Se adentrará en las aplicaciones prácticas de la investigación empírica de la opinión pública y de las audiencias. Se concienciará en la relevancia creciente e imprescindible de la utilización de datos, también de datos masivos, al servicio del diseño de estrategias comunicativas. A través de la experiencia de tres expertos comprenderá los elementos clave y particularidades de la aplicación de las formas y procedimientos de análisis a los</p>



diversos campos de comunicación (política, financiera, comunicación de crisis).

Prerequisitos

No existen formalmente requisitos previos.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

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



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



	RA5	Desarrolla su capacidad de liderazgo y no rechaza su ejercicio
ESPECÍFICAS		
CE30	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	
	RA1	Reflexiona sobre la naturaleza y la conformación de la opinión pública
	RA2	Conoce los mecanismos de creación de corrientes de opinión
	RA3	Analizar con espíritu crítico el papel de los distintos grupos de interés en la conformación de corrientes de opinión
	RA4	Está familiarizado con las herramientas de investigación de tipo cuantitativo y cualitativo para la medición de la opinión pública y audiencias
	RA5	Entiende e interpreta con corrección los resultados de informes técnicos sobre la opinión pública y audiencias

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Unidad 1. Desarrollo histórico del concepto de opinión pública y fundamentos teóricos.

Unidad 2. El proceso de formación de la opinión pública y audiencias y sus actores en una sociedad digital.

Unidad 3. Aplicaciones prácticas de la medición y el análisis de la opinión pública y audiencias.

Unidad 4. Controversias, retos y agenda de futuro en el análisis de la opinión pública y audiencias.

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

CG01, CE30



Ejercicios prácticos/resolución de problemas	CG01, CG02, CG06, CG08, CG11, CE30
Exposiciones individuales/grupales	CG02, CG04, CG13, CE30
Metodología No presencial: Actividades	
Estudio personal y documentación	CG01, CG06, CG08, CE30
Monografías individuales/grupales	CG01, CG02, CG04, CG08, CE30

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	
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)		

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen	Asimilación de fundamentos teóricos y aplicación práctica	70 %
Evaluación de ejercicios prácticos/resolución de problemas	Asimilación de conceptos Análisis de la información Trabajo individual o en equipo	30 %

Calificaciones

ACLARACIONES IMPORTANTES sobre la evaluación



El incurrir en una falta académica grave, como es el plagio de materiales previamente publicados o el copiaren 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.

Para aprobar el curso será necesario obtener, al menos, una calificación de 5 en el examen final.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- DONSBACH, Wolfgang; TRAUGOTT, Michael W. (2008): *The SAGE Handbook of Public Opinion Research*, Los Angeles: SAGE
- BERINSKY, Adam 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
- Zaller, John R. (2014). La naturaleza y los orígenes de la opinión pública. Traducción de Elisa Chuliá. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Torcal, Mariano (ed.) (2018). Opinión pública y cambio electoral en España. Claves ante el resto europeo y la crisis política y económica.
- Sampedro, Víctor (2014). El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre. Madrid: Icaria Editorial.
- Mazzoleni, Gianpietro (2010). La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2009): Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Busquet, Jordi y Medina, Alfonso (2018). La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir? Barcelona: Editorial UOC.
- Vilches, Lorenzo (coord.) (2011). La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Barcelona: Gedisa.

Bibliografía Complementaria

- LIPPMANN, Walter (1922): *Public Opinion*
- LUHMANN, Niklas (1995): *The Reality of the Mass Media*
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns*, Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A.
- CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. (1988): *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*



COMILLAS

UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

**GUÍA DOCENTE
2020 - 2021**

- HABERMAS, Jürgen (1991): *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge Massachusetts: The MIT Press
- LASSWELL, Harold (1927): *Propaganda Technique in the World War*
- LAZARFELD, Paul; KATZ, Elihu (1955): *Personal Influence*
- KLEIN, Naomi (1999): *No Logo*

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>