

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE  
SERVICIO PÚBLICO

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



## ENFOQUES SOCIOECONÓMICOS

CÓDIGO 24411206



Ámbito: GUJ - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección <https://sede.uned.es/valida/>



31E25D9FDB7A220FC0D79011F8AE770A2

17-18

ENFOQUES SOCIOECONÓMICOS  
CÓDIGO 24411206

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN  
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA  
EQUIPO DOCENTE  
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE  
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE  
RESULTADOS DE APRENDIZAJE  
CONTENIDOS  
METODOLOGÍA  
SISTEMA DE EVALUACIÓN  
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA  
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA  
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA



Nombre de la asignatura	ENFOQUES SOCIOECONÓMICOS
Código	24411206
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DE SERVICIO PÚBLICO
Tipo	CONTENIDOS (CF)
Nº ETCS	5
Horas	125.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

La asignatura *Enfoques Socioeconómicos: la recepción en el sistema de comunicación mediada* introduce al alumno en las concepciones del objetivo social y económico final de todo el trabajo que lleva a cabo el medio de comunicación público: la recepción. Es aquí donde cobra sentido el propio medio. Para ello, se abordan los procedimientos para el registro y conocimiento de los procesos de recepción.

## REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Aún cuando no imprescindible, es recomendable un conocimiento básico de los principales conceptos de la estadística, así como de las principales prácticas de investigación social. Inglés a nivel de lectura.

## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	MANUEL JAVIER CALLEJO GALLEGO
Correo Electrónico	mcallejo@poli.uned.es
Teléfono	91398-7065
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	SOCIOLOGÍA I

## HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Además de los foros y chats, que tienen una proyección colectiva, se dispondrá de los siguientes canales para la tutorización personalizada:

- Número de teléfono 91-3987065, miércoles y jueves por la mañana, de 9 a 14 horas, y miércoles por la tarde de 16 a 19 horas.
- Correo electrónico: mcallejo@poli.uned.es

A través de la plataforma Alf, en el apartado tareas, se exponen las instrucciones específicas para cada una de las mismas. A su vez, en el apartado calificación, se remitirá la evaluación



y los comentarios sobre las mismas.

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1- Saber situar el lugar de los receptores, la recepción, lo público y el público en la comunicación mediada.
- 2- Pensar en clave de los destinatarios de los productos y mensajes a la hora de generar producciones audiovisuales.
- 3- Saber evaluar resultados de investigación de audiencias.
- 4- Poder plantear un mínimo proyecto de investigación de audiencias.

## CONTENIDOS

## METODOLOGÍA

Estará inserta en la actividad continuada, articulando los siguientes recursos:

- Lectura de los libros que se exponen en la bibliografía básica.
- Lectura de los documentos (apuntes) que se publicarán en la plataforma Alf.
- Realización de las siguientes tareas, que quedarán expuestas en la plataforma Alf:
  - Analizar e interpretar los resultados de distintas encuestas sobre recepción de medios
  - Analizar e interpretar los resultados de discursos producidos a través de prácticas cualitativas de investigación social, centradas en la recepción de productos audiovisuales
  - Realización de un informe previo de perfil de audiencia, a partir de un producto audiovisual configurado por el propio alumno.
  - Realización de un trabajo final (ensayo) sobre un tema del programa
  - Participación en chats.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788474762211

Título:LA AUDIENCIA ACTIVA :

Autor/es:Callejo, J. ;

Editorial:CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS



## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

## RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

La mayor parte de la bibliografía referida se encuentra en la biblioteca de la UNED, aun cuando algunos de los textos se encuentran publicados en inglés.

El alumno dispondrá de foros específicos de la asignatura, tanto para la comunicación con el profesor, como para la comunicación entre alumnos.

La participación en chats, además de un recurso, se constituye en una actividad pertinente. Se establecerá un calendario de chats de una hora y media de duración en el cuatrimestre de la asignatura.

Los textos, por orden de relevancia para el contenido de la asignatura, son los siguientes:

**Nightingale, Virginia**, *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona: Paidós, 1999.

**Javier Callejo**, *La audiencia activa*, CIS-Siglo XXI: Madrid, 1995

**Ien Ang**, *Desperately seeking the audience*, Londres: Routledge, 1991

**Amparo Huertas**, *La audiencia investigada*, Barcelona: Gedisa, 2002.

**Shaun Moores**, *Interpreting audiences: the ethnography of media consumption*, Londres: Sage, 1994.

**Javier Callejo**, *Investigar las audiencias*, Barcelona: Paidós, 2001

Además de esta bibliografía, se pondrá a disposición del alumno un colección de artículos e informes sobre la materia de la asignatura.

---

## IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no hayan sido sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.

