

17-18

MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD  
Y POLÍTICA

# GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



## EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS

CÓDIGO 29903153



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/>



0F3953BC02A2AEF3E117797D2FEAF717

17-18

EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS  
CÓDIGO 29903153

# 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	EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS
Código	29903153
Curso académico	2017/2018
Títulos en que se imparte	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN, CULTURA, SOCIEDAD Y POLÍTICA
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	4
Horas	100.0
Periodo	SEMESTRE 1
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

## PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

### EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS: DEL ESTUDIO DE LOS “MASS MEDIA” AL ANÁLISIS DE LA RED

La asignatura tiene por objeto facilitar a los profesionales de los medios de comunicación, los instrumentos necesarios para el análisis de las audiencias. Desde las primeras encuestas realizadas en Estados Unidos para conocer el número de oyentes en las emisiones radiofónicas y fijar las tarifas publicitarias, hasta el estudio actual de las audiencias en televisión y de los usuarios de internet, se ha ido pasando por técnicas de medición cada vez más sofisticadas que es necesario conocer.

La asignatura tiene como objetivo último proporcionar los conocimientos necesarios para el estudio de las redes sociales. Se trata de revisar los métodos de investigación usados tradicionalmente en el estudio de las audiencias (radio, Tv. *mass media* en general) para pasar al análisis de las técnicas de medición de usuarios en la red. En la asignatura se hará un repaso de todas éstas herramientas y se analizarán algunos programas estadísticos destinados al análisis de los usuarios de internet.

El curso está enfocado a la revisión teórico metodológica de las técnicas de medición de audiencias y termina con un caso práctico de análisis de las redes sociales. La asignatura presta especial atención a los conceptos y herramientas avanzadas de análisis social; tiene el carácter de asignatura optativa de 4 créditos ECTS y una duración semestral correspondiente al primer semestre del curso.

## REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Para enfrentarse a esta asignatura es recomendable haber realizado el grado de Sociología, Ciencia Política y de la Administración, o cualquier título universitario oficial relacionado con la Comunicación.



## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos  
Correo Electrónico  
Teléfono  
Facultad  
Departamento

JOSE MARIA ARRIBAS MACHO  
jarribas@poli.uned.es  
7068/8488  
FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA  
SOCIOLOGÍA I

Nombre y Apellidos  
Correo Electrónico  
Teléfono  
Facultad  
Departamento

ALEJANDRO ALMAZAN LLORENTE  
almazan@poli.uned.es  
91398-8197  
FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA  
SOCIOLOGÍA I

## HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Los alumnos pueden dirigir sus consultas generales a través de la plataforma virtual (consultas al equipo docente)

También podrán realizarse consultas telefónicas a los miembros del equipo docente en los días y horas señalados:

### José M. Arribas Macho

Tfno.: 91 3987068, email: jarribas@poli.uned.es

### Alejandro Almazán Llorente

Teléfono: Tfno.: 91 3988197, email: almazan@poli.uned.es

Horario de guardia: martes de 10:00 a 14:00, miércoles de 10:00 a 14:00.

Para tratar cualquier asunto por correo ordinario o para cualquier consulta dirigirse a:

**Equipo Docente de “El Estudio de las Audiencias: del estudio de los *mass media* al análisis de la red.”**

**Departamento de Sociología I**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociología**

**C/Obispo Trejo,2**

**28040 Madrid**

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante deberá manejar con soltura los principales conceptos de la metodología de la investigación social. El curso ofrece claves interpretativas y herramientas del análisis de las redes sociales para alumnos provenientes de Sociología, Ciencia Política y Comunicación.

El curso se ha estructurado en torno a los siguientes objetivos:

-Conocer los principales enfoques y herramientas de la investigación social. Este objetivo debe permitir al alumno identificar las técnicas adecuadas para el análisis de un problema concreto.



- Conocer las técnicas básicas y avanzadas del análisis de las audiencias.
- Manejar las principales técnicas de análisis e interpretación de audiencias.
- Conocer los principales recursos disponibles para trabajar en el análisis de las redes sociales.
- Saber comunicar los resultados de investigaciones sobre audiencias y redes sociales.

## CONTENIDOS

### METODOLOGÍA

#### -Trabajo con contenidos teóricos

El estudiante dispondrá de una bibliografía recomendada y de una serie de textos accesibles a través de internet con los que podrá hacerse cargo del bagaje teórico que conforma la asignatura.

#### -Trabajo con contenidos prácticos

La asignatura tiene una finalidad práctica, de modo que todas las lecturas estarán encaminadas a la realización de un trabajo final de contenido eminentemente práctico. Básicamente, consistirá en el análisis en la red de un tema de actualidad con herramientas de análisis fácilmente accesibles a través de internet

#### -Trabajo autónomo de los estudiantes

Al margen de las tutorías virtuales y/o presenciales en el Centro asociado, si las hubiera, el estudiante deberá realizar trabajo autónomo a partir de los materiales facilitados en la página de la asignatura.

### SISTEMA DE EVALUACIÓN

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

En la guía II los estudiantes contarán con información complementaria para abordar los contenidos de la asignatura y su adecuación a cada uno de los temas.

- ALMAZAN, A. (2008) "La medida de la opinión pública y sus efectos: El caso español" Tesis doctoral. UNED.
- ARMATTE, M. (2004) "La introducción en Francia de los métodos de sondeo aleatorio", Empiria nº 8, 2004, pp.55-84
- Datanalysis15m,(2013): "Tecnopólítica:la potencia de las multitudes conectadas. El sistema tred 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida". <http://journals.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/1878>
- HINE,C., (Editor)(2008): "Virtual Methods", BERG, London
- JONES, S. (1998) "Doing Internet Research. Critical issues and methods for examining the net", Sage, London.



- LAMAS, C. "La medición de la audiencia de los medios: una visión actualizada"  
file:///C:/Users/UNED/Downloads/medicion\_audiencia\_el\_publicista.pdf
- SÁDABA RODRÍGUEZ I. (2012): "Introducción a la investigación social online", en  
ARROYO MENÉNDEZ, M., SÁBADA RODRIGUEZ, I.(2012): "Metodología de la  
Investigación Social", Ed. Síntesis.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

En la guía II los estudiantes contarán con información complementaria para abordar los contenidos de la asignatura y su adecuación a cada uno de los temas.

## RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Como apoyo al estudio, los estudiantes dispondrán de los siguientes medios:

- Material virtual de la asignatura con material complementario, modelos de examen, orientaciones para preparar el examen y el trabajo final.
- Guía docente de la asignatura
- Direcciones web con material para la realización del trabajo evaluable

---

## 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.

