

EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS

Curso 2016/2017

(Código: 29903153)

1. PRESENTACIÓN

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 estas 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.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

Se trata de una asignatura fundamental en la profesionalización de los sociólogos y expertos en comunicación cultura y política. Cubre desde el análisis de los métodos tradicionales de estudio de las audiencias hasta las modernas técnicas de análisis de la red que permiten hacer intervenciones en el campo del marketing y la política.

Desde esta perspectiva se analizan las técnicas tradicionales de recuentos y las nuevas técnicas de medición a través de internet. La asignatura está asociada a los contenidos de asignaturas como "Opinión Pública y participación" que se imparte en el segundo cuatrimestre.

3. REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

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.

4. 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.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura está estructurada en los siguientes temas:

1. -De la medición de oyentes en la radio a la medición de usuarios en la red
2. -Las técnicas de medición de audiencia en radio y televisión: una perspectiva histórica
3. -La medición de audiencias en Internet
4. -El usuario único en internet
5. -Las redes sociales: retos para el estudio de las audiencias
6. -Trabajo Práctico

6.EQUIPO DOCENTE

- [JOSE MARIA ARRIBAS MACHO](#)
- [ALEJANDRO ALMAZAN LLORENTE](#)

7.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.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:



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): "Tecnopolítica: 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., SÁDABA RODRIGUEZ, I.(2012): "Metodología de la Investigación Social", Ed. Síntesis.

9. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

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.

10. RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

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

11. TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

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

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación consistirá en examen escrito sobre los contenidos teóricos de la asignatura y un trabajo práctico. Cada una de las dos partes de la evaluación representará el 50% de la nota final.

- Tarea evaluable

Utilizando software gratuito, el estudiante deberá analizar un tema de actualidad en la red. El trabajo constará de tres partes: 1) Introducción situando el contexto en el que se ha producido el tema de investigación; 2) Los objetivos de la investigación; 3) La metodología a utilizar; 4) Conclusiones del estudio.

- Prueba presencial

La prueba presencial constará de una pregunta teórica sobre el contenido de la asignatura, y tendrá una duración de hora y media.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

