

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1: ¿Qué son las audiencias?</p> <p>1.1. Introducción</p> <p>1.2. Definición de conceptos: masa, individuo, audiencias, público, target y grupos sociales</p> <p>1.3. Perspectivas teóricas sobre la investigación de audiencias</p> <p>1.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 1 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 2: Proceso, métodos y técnicas de investigación de las audiencias</p> <p>2.1. Introducción</p> <p>2.2. Definiciones básicas: universo o población, censo y muestra</p> <p>2.3. Diseño de la investigación de audiencias</p> <p>2.4. Objetivos de la investigación de audiencias</p> <p>2.5. Fases de la investigación de audiencias</p> <p>2.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad 1: Análisis de un caso de investigación de audiencias (6,2 puntos)</p> <p>Test Tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 3: Investigación cuantitativa de audiencias</p> <p>3.1. Introducción</p> <p>3.2. Investigación cuantitativa sobre las audiencias</p> <p>3.3. Encuestas</p> <p>3.4. Audímetros</p> <p>3.5. Experimentos</p> <p>3.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 3 (0,2 puntos)</p>
Semana 4	<p>Tema 4: Investigación cualitativa de las audiencias</p> <p>4.1. Introducción</p> <p>4.2. Grupo de discusión con audiencias</p> <p>4.3. Observación de audiencias</p> <p>4.4. Entrevista en profundidad con audiencias</p> <p>4.5. Triangulación metodológica: la combinación de métodos y modalidades para investigar las audiencias</p> <p>4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad 2: Búsqueda de información y contextualización investigadora (6,2 puntos)</p> <p>Test Tema 4 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 5: Investigación de contenidos comunicativos</p> <p>5.1. Introducción</p> <p>5.2. Análisis de contenido en el contexto Comunicativo</p> <p>5.3. Análisis de contenido cuantitativo</p> <p>5.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad 3: Diseño de una herramienta o herramientas de investigación (6 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 6	<p>Tema 6: Nuevas audiencias y nuevos medios</p> <p>6.1. Introducción</p> <p>6.2. Nuevos usos y nuevos consumos</p> <p>6.3. Nuevos consumos: las audiencias pirata</p> <p>6.4. Las comunidades en red: la cultura fan</p> <p>6.5. Consumer, prosumer, crossuser</p> <p>6.6. Audiencias transmedia</p> <p>6.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0,2 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 7: Medición de audiencias digitales</p> <p>7.1. Introducción</p> <p>7.2. La fragmentación de las audiencias</p> <p>7.3. Medición de audiencias en directo y Diferido</p> <p>7.4. Medición de la audiencia social</p> <p>7.5. Audiencias activas e interactivas</p> <p>7.6. La perspectiva profesional</p> <p>7.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0,2 puntos)</p>
Semana 8	<p>Tema 8: Medición específica de audiencias y audiencias de e-branding</p> <p>8.1. Introducción</p> <p>8.2. El cambio de paradigma en la medición de audiencias</p> <p>8.3. Las audiencias desde el punto de vista de la comunicación digital</p> <p>8.4. Comunicación y audiencias en social media</p> <p>8.5. Audiencias y su relación con el ebranding</p> <p>8.6. Medición del e-branding</p> <p>8.7. Herramientas de medición propias</p> <p>8.8. Herramientas de medición específicas</p> <p>8.9. Medición del online reputation management</p> <p>8.10. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 9 (lunes a miércoles)	Semana de repaso	
Semana 9 (jueves a domingo)	Semana de exámenes	

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.