

## Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Tareas** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (15.0 puntos)	Clases en directo
<b>Semana 1</b>	<b>Tema 1: ¿Qué son las audiencias?</b> 1.1. Introducción 1.2. Definición de conceptos: masa, individuo, audiencias, público y grupos sociales 1.3. Perspectivas teóricas sobre la investigación de audiencias 1.4. Referencias bibliográficas	<i>Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura. (0.3 puntos cada una)</i>  Test Tema 1 (0.1 puntos)	<b>Sesión de Presentación de la asignatura</b> Clase del Tema 1
<b>Semana 2</b>	<b>Tema 2: Proceso, métodos y técnicas de investigación de las audiencias</b> 2.1. Introducción 2.2. Definiciones básicas: universo o población, censo y muestra		Clase del Tema 2
<b>Semana 3</b>	<b>Tema 2: Proceso, métodos y técnicas de investigación de las audiencias (continuación)</b> 2.3. Diseño de la investigación de audiencias 2.4. Objetivos de la investigación de audiencias	Test Tema 2 (0.1 puntos)	Clase del Tema 2
<b>Semana 4</b>	<b>Tema 3: Investigación cuantitativa de las audiencias</b> 3.1. Introducción: investigación cuantitativa-cualitativa 3.2. Investigación cuantitativa sobre las audiencias 3.3. Encuestas de audiencias	Actividad 1 (3.6 puntos)	Clase del Tema 3 (se incluye presentación de actividad 1)

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 5</b>	<b>Tema 3: Investigación cuantitativa de las audiencias (continuación)</b> 3.4. Audímetros 3.5. Experimentos	Test Tema 3 (0.1 puntos)	Clase del Tema 3
<b>Semana 6</b>	<b>Tema 4: Investigación cualitativa de las audiencias</b> 4.1. Introducción 4.2. Grupo de discusión con audiencias 4.3. Observación de audiencias		Clase del Tema 4
<b>Semana 7</b>	<b>Tema 4: Investigación cualitativa de las audiencias (continuación)</b> 4.4. Entrevista en profundidad con audiencias 4.5. Triangulación metodológica: la combinación de métodos y modalidades para investigar las audiencias	Actividad grupal (6.0 puntos)  Test Tema 4 (0.1 puntos)	Clase del Tema 4 (se incluye presentación de actividad 2 grupal) <b>Clase de Resolución de la Actividad 1</b>
<b>Semana 8</b>	<b>Tema 5: Investigación de contenidos comunicativos</b> 5.1. Introducción 5.2. Análisis de contenido en el contexto comunicativo		Clase del Tema 5 <b>Sesión de Recomendación de Examen</b>
<b>Semana 9</b>	<b>Tema 5: Investigación de contenidos comunicativos (continuación)</b> 5.3. Análisis de contenido cuantitativo 5.4. Análisis de contenido cualitativo	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del Tema 5
<b>Semana 10</b>	<b>Tema 6: Nuevas audiencias y nuevos medios</b> 6.1. Introducción 6.2. Nuevos usos y nuevos consumos 6.3. Nuevos consumos: las audiencias pirata		Clase del Tema 6

	<b>Temas</b>	<b>Actividades (15.0 puntos)</b>	<b>Clases en directo</b>
<b>Semana 11</b>	<p><b>Tema 6: Nuevas audiencias y nuevos medios (continuación)</b>  6.4. Las comunidades en red: la cultura fan  6.5. <i>Consumer, prosumer, crossuser</i>  6.6. Audiencias <i>transmedia</i></p>	<p>Actividad 3 (4.0 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6 (se incluye presentación de actividad 3)  <b>Clase de Resolución de la Actividad 2 (grupal)</b></p>
<b>Semana 12</b>	<p><b>Tema 7: Medición de audiencias digitales</b>  7.1. Introducción  7.2. La fragmentación de las audiencias  7.3. Medición de audiencias en directo y diferido  7.5. Medición de la audiencia social  7.6. Audiencias activas e interactivas  7.7. El fenómeno multipantalla</p>	<p>Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7</p>
<b>Semana 13</b>	<p><b>Tema 8: Medición específica de audiencias y audiencias de e-branding</b>  8.1 Introducción  8.2 El cambio de paradigma en la medición de audiencias  8.3 Las audiencias desde el punto de vista de la comunicación digital  8.4 Comunicación y audiencias en social media  8.5 Audiencias y su relación con el <i>e-branding</i></p>		<p>Clase del Tema 8</p>
<b>Semana 14</b>	<p><b>Tema 8: Medición específica de audiencias y audiencias de e-branding (continuación)</b>  8.6 Medición del <i>e-branding</i>  8.7 Herramientas de medición propias  8.7 Herramientas de medición específicas  8.8 Medición del <i>online reputation management</i></p>	<p>Test Tema 8 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 8  <b>Clase de Resolución de la Actividad 3</b></p>
<b>Semana 15</b>	<p>Clase de repaso</p>		
<b>Semana 16</b>	<p>Semana de exámenes</p>		