

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)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura		
Semana 2	<p>Tema 1: ¿Quién es la audiencia?</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. ¿Quién es la audiencia y por qué apenas conocemos al telespectador?</p> <p>1.3. Clarificación de conceptos: masas, grupos o individuos</p> <p>1.4. De las masas manipuladas a las masas mercantilizadas</p>	<p>Foro de debate: Las audiencias actuales (4 puntos)</p>	<p>Clase del tema 1 y presentación de la actividad</p>
Semana 3	<p>Tema 1: ¿Quién es la audiencia? (continuación)</p> <p>1.5. De los grupos tradicionales a los grupos casuales</p> <p>1.6. El individuo también puede emitir mensajes</p> <p>1.7. Hacia dónde van los estudios de audiencia actuales</p> <p>1.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 1 (continuación)</p>
Semana 4	<p>Tema 2: Primeras aproximaciones a las audiencias desde el ámbito académico de la comunicación</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. La teoría de los usos y gratificaciones o el descubrimiento del individuo</p> <p>2.3. Estar al día ¿necesidad u obligación?</p> <p>2.4. La sociedad afectiva consciente</p>	<p>Reporte de lectura: «Nuevas tecnológicas- ¿Nuevas patologías?» (4,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2 y presentación de la actividad</p>
Semana 5	<p>Tema 2: Primeras aproximaciones a las audiencias desde el ámbito académico de la comunicación (continuación)</p> <p>2.5. ¿Puede estar vigente la «teoría de usos y gratificaciones» en la actualidad?</p> <p>2.6. Los estudios culturales: una mirada desbordada y desbordante</p> <p>2.7. Características de los estudios de recepción</p>		<p>Clase del tema 2 (continuación)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 2: Primeras aproximaciones a las audiencias desde el ámbito académico de la comunicación (continuación)</p> <p>2.8. Primeros estudios empíricos 2.9. Los estudios de recepción en Iberoamérica 2.10. Críticas a los estudios de recepción 2.11. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2 (continuación)</p>
Semana 7	<p>Tema 3: Media literacy: estudio de audiencia desde la comunicación</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Educación en los medios o <i>media literacy</i> 3.3. Influencia de los estudios de recepción en la educomunicación 3.4. Competencias mediáticas de la audiencia 3.5. Diferencias entre receptor, consumidor y target</p>		<p>Clase del tema 3</p>
Semana 8	<p>Tema 3: Media literacy: estudio de audiencia desde la comunicación (continuación)</p> <p>3.6. Estudios de las audiencias desde el marketing 3.7. Tipos de consumidor en el siglo XXI: <i>crossuser</i>, <i>prosumer</i> y <i>ciberconsumidor</i> 3.8. Target y televisión 3.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: ensayo sobre un contenido del temario (5,3 puntos)</p> <p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3 (continuación) y presentación de la actividad</p>
Semana 9	<p>Tema 4: Métodos y herramientas para el estudio de las audiencias</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. La relación entre la investigación comercial y la académica 4.3. Herramientas metodológicas 4.4. La unión de lo cuantitativo con lo cualitativo, más allá de la triangulación 4.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 4</p>
Semana 10	<p>Tema 5: Audiencias activas: nuevas plataformas, nuevos consumos</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El paradigma de la audiencia activa 5.3. Impacto de las nuevas tecnologías en el consumo mediático 5.4. Participación de la audiencia en la televisión actual</p>		<p>Clase del tema 5</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 5: Audiencias activas: nuevas plataformas, nuevos consumos (continuación) 5.5. Audiencias «pirata» y consumo audiovisual 5.6. ¿Quiénes son las audiencias «pirata»? 5.7. Características de las redes de descarga 5.8. Características del consumo 5.9. Referencias bibliográficas	Lectura: Reporte Trimestral de audiencias de radio y televisión con perspectivas de género enero-marzo (5,3 puntos) Test tema 5 (0,2 puntos)	Clase del tema 5 (continuación) y presentación de la actividad
Semana 12	Tema 6: Estudios sobre el fenómeno fan (<i>fandom studies</i>) 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. El fenómeno fan: de patología a audiencia especializada 6.3. <i>Textual poachers. Television fans and participatory culture</i>		Clase del tema 6
Semana 13	Tema 6: Estudios sobre el fenómeno fan (<i>fandom studies</i>) (continuación) 6.4. Los estudios de fans en la actualidad 6.5. Las audiencias de las series de culto y productos culturales de calidad 6.6. Referencias bibliográficas	Test tema 6 (0,2 puntos)	Clase del tema 6 (continuación)
Semana 14	Semana de repaso		
Semana 15	Semana de exámenes		

NOTA

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