

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Análisis de Audiencias
<b>Titulación</b>	Grado en Periodismo
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	Tercero
<b>ECTS</b>	3 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	Segundo semestre
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	Belén García-Delgado Giménez
<b>Docente</b>	Belén García-Delgado Giménez

## 2. PRESENTACIÓN

En esta asignatura el estudiante generará los conocimientos y destrezas relacionados con el conocimiento de los procesos de medición y valoración de las audiencias en los distintos medios de comunicación. El análisis de audiencias es fundamental no solo para los medios de comunicación sino también para otros ámbitos de la sociedad, desde la comunicación política a la empresarial y publicitaria. Saber valorar el impacto que generan las noticias, los productos audiovisuales, y conocer las fuentes de medición más fiables es de vital importancia para cualquier graduado en periodismo.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**Competencias básicas:**

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

**Competencias transversales:**

- CT1: Aprendizaje Autónomo: Habilidad para elegir las estrategias, las herramientas y los momentos que considere más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo que ha aprendido.
- CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT5: Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica, para utilizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico en situaciones lo más parecidas posibles a la realidad de la profesión para la cual se están formando.
- CT8: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.
- CT18: Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

**Competencias específicas:**

- CE4 Capacidad para analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter

muy diverso a públicos receptores igualmente diversos.

- CE5 Capacidad para valorar y contextualizar la información proporcionada por diversas fuentes y canales, con el fin de seleccionar los aspectos esenciales (y, si procede, complementarios) que deba ofrecer al público.
- CE15. Conocimiento avanzado de la terminología específica de la profesión periodística.
- CE21. Conocimiento de los instrumentos del marketing aplicados al periodismo y las nuevas vías de comercialización de contenidos.
- CE23. Conocimiento de las necesidades de comunicación en el ámbito empresarial.

**Resultados de aprendizaje:**

- Reconocer y analizar los elementos (procesos, formas y estructuras) de la comunicación.
- Analizar las implicaciones de los sistemas y medios de comunicación en la sociedad (en su desarrollo político, económico y social).
- Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.
- Participar y colaborar de forma activa en equipos de trabajo.
- Solicitar ideas y opiniones para la toma de decisiones y planes conjuntos.
- Asumir responsabilidades compartidas en proyectos comunes.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB3, CB4, CB5, CG5, CT1, CT4, CT5, CT8, CT12, CE4, CE5, CE15, CE21, CE23	RA1: Reconocer y analizar los elementos (procesos, formas y estructuras) de la comunicación. RA2: Analizar las implicaciones de los sistemas y medios de comunicación en la sociedad (en su desarrollo político, económico y social).

CB2, CB3, CB4, CB5, CG4, CG5, CT1, CT4, CT5, CT8, CT12, CT18, CE4, CE5, CE15, CE23	RA3: Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.  RA4: Participar y colaborar de forma activa en equipos de trabajo.  RA5: Solicitar ideas y opiniones para la toma de decisiones y planes conjuntos.  RA6: Asumir responsabilidades compartidas en proyectos comunes.
--	---

## 4. CONTENIDOS

La materia está organizada en tres unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (dos a tres temas dependiendo de las unidades):

### Unidad 1. Introducción a las técnicas de investigación de audiencias

- 1.1. Introducción a la importancia de las mediciones de audiencias
- 1.2. La medición cuantitativa
- 1.3. La medición cualitativa

### Unidad 2. Investigación y análisis de audiencias

- 2.1 La investigación de audiencias en medios analógicos
- 2.2 La investigación de audiencias en medios digitales y on demand
- 2.3 Lectura, conceptos y análisis de datos

### Unidad 3. La búsqueda de la audiencia y empresas

- 3.1. Empresas derivadas de los estudios de audiencias
- 3.2. La profesión de analista de audiencias
- 3.2. Técnicas de persuasión para grandes audiencias.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso.
- Aprendizaje basado en Problemas.
- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	11 h
Lecciones magistrales asíncronas	3 h
Debates y coloquios	8 h
Elaboración de informes y escritos	20 h
Evaluación formativa	5 h
Tutoría grupal	3 h
Trabajo autónomo	25 h
TOTAL	75 h

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba presencial de conocimientos	50%
Participación en debates y foros	10%
Observación del desempeño	10%
Entrega de informes y escritos	30%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

El estudiante debe obtener al menos una calificación de 4 sobre 10 tanto en la prueba teórica objetiva como en los proyectos prácticos para realizar media ponderada. En el caso de que en una de estas dos actividades no se alcance dicha calificación, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria para intentar superar la asignatura.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria es necesario obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del profesor, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Prueba presencial de conocimientos	Semana 12-18
Participación en debates y foros	Semana 3-12
Observación del desempeño	Semana 1- 18
Entrega de informes y escritos	Semana 14-18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, y Escuela de Organización Industrial. *La actualidad de la industria audiovisual en España 2010: escenarios de un futuro digital*. Madrid, EOI, 2010.
- ARROJO, M.J., *Configuración de la televisión interactiva*. Madrid, NETBIBLO, 2008.
- BARROSO GARCÍA, Jaime. *Proceso de la información de actualidad en TV*. Madrid, IORTV, 1992.
- BLANCH, M. *Cómo se miden las audiencias en radio*. Barcelona, CIMS, 1998.
- CEBRIÁN HERREROS, M. *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid, Síntesis, 1998.
- CONTRERAS, J.M. *La programación de televisión*, Madrid, Síntesis, 2003.
- CORTÉS, J.A. *La estrategia de la seducción: la programación en la neotelevisión*. Pamplona, EUNSA, 2001.
- GRANDE, I., Y ABASCAL, E. *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC, 2017.
- GUBERN, R. *La televisión*. Barcelona, editorial Bruguera, 1965.
- GUERRERO, E. *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Barcelona, DEUSTO S.A. EDICIONES, 2010.
- HUERTAS, A. *Sistemas de medición de audiencia en televisión*. Madrid, Bellaterra, 1993.
- JAUSET, J.A. *La investigación de audiencias en televisión*. Barcelona, Paidós, 2000.
- LACALLE, C. *El espectador televisivo: los programas de entretenimiento*. Madrid, Gedisa, 2009.
- MEDINA, M., y PORTILLA, I. "Televisión multipantalla y la medición de su audiencia: el caso de las televisiones autonómicas". *Icono 14, Vol. 14, nº 2*, 2016.
- PALACIO, M. *Historia de la televisión en España*. Madrid, Gedisa, 2009.
- RODRÍGUEZ, I. *Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información*. Ediciones Pirámide, 2008.
- VAZQUEZ-HERRERO, J., GONZÁLEZ-NEIRA, A., y QUINTAS-FROUFE, A. "La audiencia activa en la ficción transmedia: plataformas, interactividad y medición". *Revista Latina de Comunicación Social, nº extra 73, 12*, 2018.
- ZAIN, A.L. "La medición de la audiencia digital". *Índice: Revista de Estadística y Sociedad, nº 61, pág. 32-34*, 2014.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.