

Estudis d'Audiència i Recepció

2012/2013

Codi: 103041

Crèdits ECTS: 6

Titulació	Pla	Tipus	Curs	Semestre
2501928 Graduat en Comunicació Audiovisual	968 Graduado en Comunicación Audiovisual	OB	3	2

Professor de contacte

Nom: Nuria Garcia Muñoz

Correu electrònic: Nuria.Garcia@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Es requereix una bona comprensió lectora de l'anglès

Objectius

L'assignatura s'ubica dintre de la matèria "Investigació en Comunicació" i s'imparteix en el segon semestre del tercer curs. La seqüència modular d'aquesta matèria inclou com assignatures de caire obligatori "Mètodes d'investigació en Comunicació" durant el segon semestre del segon curs i "Estudis d'audiència i recepció".

L'objectiu principal és conèixer i analitzar els diferents mètodes i tècniques a l'hora d'estudiar a les audiències. L'aproximació als estudis de recepció, presents a les teories de la comunicació, és un referent clau per poder entendre als públics. La finalitat formativa d'aquesta assignatura és que l'alumnat pugui identificar i comprendre la importància del coneixement sobre els comportaments de les audiències i adquireixi habilitats sobre les tècniques metodològiques ja existents.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar coneixement i habilitats per desenvolupar un treball pràctic o teòric amb base científica.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes

comunicatius.

3. Conèixer i aplicar el mètode científic en la recerca en comunicació audiovisual.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
10. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
11. Gestionar el temps de manera adequada.
12. Implementar les diferents metodologies de recerca dels fenòmens comunicatius.
13. Plantejar preguntes científiques i establir hipòtesis relatives a la recerca en comunicació.

Continguts

PROGRAMA

1. Aproximació conceptual de les "audiències" i els "públics"
2. De l'estudi dels efectes als estudis culturals de les audiències
3. Models en l'investigació de les audiències
4. Targets dominants en els estudis d'audiència
5. Tècniques de medició de las audiències
6. L'estudi sobre "recepció", "consum" i "usabilitats"
7. Estudis de recepció i *crossmedia*
8. Estratègies pel disseny dels estudis d'audiència

Metodologia

La metodologia docent d'aquesta assignatura reuneix bàsicament tres procediments: classes teòriques, sessions de seminaris i pràctiques. El material necessari per les diferents activitats formatives estarà a disposició de l'alumnat a través del campus virtual

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	14	0,56	1, 3, 7, 9, 10, 12, 13
Pràctiques	17	0,68	2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Seminaris	12	0,48	1, 2, 7, 8, 9, 11, 12
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	1, 7, 8, 10
Tipus: Autònomes			

Treball autònom	89	3,56
-----------------	----	------

Avaluació

El procediment inclou proves d'avaluació i de reavaluació.

L'avaluació consisteix en superar les tres proves diferenciades en la següent composició:

1- Examen teòric sobre el contingut de l'assignatura (40%)

2- Treball sobre els estudis d'audiència. Els i les estudiants proposaran un estudi pilot per estudiar el comportament de les audiències (50%)

3- Participació en els seminaris (10%)

El procediment per a la reavaluació es formalitzarà a l'inici del curs.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	40%	3	0,12	3, 7, 8, 9, 11, 13
Participació en els seminaris	10%	0	0	1, 4, 5, 6, 7, 8
Treball	50%	9	0,36	1, 2, 3, 4, 6, 7, 12, 13

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA

(Els documents específics que s'han de consultar per a les diferents sessions formatives estaran indicats i, sempre que sigui possible, disponibles en l'espai del campus virtual de la UAB).

Alasuutari, P. (1999). Rethinking the Media Audience. London: Sage

Bermejo, F. (2007). The Internet Audience. Constitution and Measurement. New York: Peter Lang Publishing

Gunter, B. (2003). Media research methods : measuring audiences, reactions and impact. London: Sage.

Lindlof, T. R. (1991). "The qualitative study of media audience" en Journal of Broadcasting & Electronic media, 35 (1), p. 23-42

Lull, J. (1985). "Ethnographic studies of broadcast media audiences" en J. Dominick et J. Fletcher (eds.): Broadcasting research methods. Boston: Allyn & Bacon

Malden, M. (2011) the Handbook of media audiences. Wiley-Blackwell

Morley, D. (1996). Televisión, audiencia y estudios culturales, Buenos Aires: Amorrortu

Nightingale, V. (1999): El estudio de las audiencias. El impacto de lo real. Barcelona: Paidós

Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre

Ruddock, A. (2007). Investigating audiences. Los Angeles: Sage

Schroder, K., Kirsten D., Stephen K. & Murray, C. (2003). Researching Audiences. London, Arnold

