

Titulació	Tipus	Curs
Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OT	0

Professor/a de contacte

Nom: Celina Navarro Bosch

Correu electrònic: celina.navarro@uab.cat

Equip docent

Emilio Prado Pico

Gemma Gómez Bernal

Priscila Cumanda Alvarez Cueva

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

-

Objectius

Aquest mòdul aprofundeix en els coneixements de les tècniques dels estudis d'audiència, el testeig de productes, l'analítica web i l'anàlisi de continguts de plataformes digitals, proporcionant als estudiants les eines essencials per comprendre, analitzar i interpretar les dades recollides en aquests àmbits.

Competències

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Aplicar models validats d'anàlisi de continguts, d'avaluació de polítiques, d'estudis de recepció i d'anàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
- Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
- Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere, per dissenyar solucions.
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències

- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
- Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en l'estudi de la comunicació audiovisual i el desenvolupament de productes
- Treballar i dirigir equips interdisciplinaris en entorns diversos

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar des d'una perspectiva crítica els sistemes i tècniques de mesurament presentats.
2. Aplicar el coneixement de les audiències en el disseny i la gestió de productes audiovisuals i publicitaris.
3. Aplicar els models d'anàlisi d'estudis d'audiència, analítica web i verificació de productes audiovisuals i publicitaris.
4. Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
5. Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
6. Distingir els diferents sistemes de mesurament d'audiència dels productes audiovisuals i publicitaris.
7. Idear i planificar futures estratègies a partir de l'anàlisi dels sistemes i les tècniques presentades.
8. Identificar els sistemes d'analítica web.
9. Identificar i comparar les tècniques de verificació de productes audiovisuals i publicitaris.
10. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
11. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
12. Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats
13. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
14. Saber identificar el paper de les tecnologies de la informació i la comunicació en la transmissió dels estereotips de gènere i aplicar mesures per evitar que es reproduïxin aquests estereotips.
15. Saber recopilar, sistematitzar, conservar i difondre la informació sobre les dones, les obres escrites per dones, els documents referents a les polítiques i lleis d'igualtat i els generats per les recerques en estudis de gènere, valorant els biaixos de gènere que puguin incloure els cercadors i descriptors existents.
16. Treballar i dirigir equips interdisciplinaris en entorns diversos

Continguts

El mòdul recorre diferents mètodes i sistemes per analitzar i estudiar l'audiència dels continguts audiovisuals en diferents mitjans i plataformes, testejar i evaluar continguts audiovisuals i publicitaris, seguir i analitzar el trànsit d'usuaris en un lloc web i també es centra en mètodes computacionals per analitzar continguts de diferents plataformes.

1. Estudis d'audiència 3 ECTS
2. Testeig de continguts audiovisuals i publicitaris 3 ECTS
3. Analítica Web 3 ECTS
4. Anàlisi de continguts en plataformes 3 ECTS

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació i estarà també disponible al Campus Virtual, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació i en les metodologies docents.

Nota: El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes	65	2,6	1, 2, 3, 7, 8, 9
Hands On Projects	10	0,4	4, 5, 10, 11, 12, 13, 16
Tipus: Supervisades			
Tutories i seguiment de treballs	75	3	4, 5, 10, 11, 16
Tipus: Autònomes			
Lectures, preparació de presentacions, elaboració del treball de mòdul	150	6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 13, 16

Aquest mòdul (12 crèdits ECTS) representa un total de 300 hores de càrrega per a l'alumnat distribuïdes de la següent manera: 75 hores de Treball dirigit, 75 hores de Treball supervisat i 150 hores de Treball Autònom. Les metodologies docents inclouen classes magistrals, seminaris, lectures de material bibliogràfic, estudi personal, tutories, realització i presentació oral de treballs.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació a les classes	30%	0	0	1, 5, 7, 11, 12
Presentació oral del treball del Mòdul	20%	0	0	5, 10, 12, 16
Treball de Mòdul	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

El sistema d'avaluació contempla la realització de un treball de mòdul (50%), la defensa oral del treball (20%) i l'assistència i participació activa de l'alumnat en les classes (30%). Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

En aquesta assignatura, es considerarà no evaluable si l'alumnat no presenta el treball del mòdul i no ha assistit a un 80% de les classes del curs.

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en l'anàlisi quantitatiu de dades. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en aquesta activitat evaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

Bibliografia

- Arriaza Ibarra, Karen & Navarro, Celina (2022). The Success of Spanish Series on Traditional Television and SVOD Platforms: From *El Ministerio del Tiempo* to *La Casa de Papel*. *International Journal of Communication*, 16.
- Bolin, Göran (2012). The Labour of Media Use. The Two Active Audiences. *Information, Communication & Society*, 15(6), 796-814.
- Cardon, Dominique (2018). *Con que sueñan los algoritmos: nuestros sueños en el tiempo de los big data*. Madrid: Dado ediciones.
- Das, Ranjana (2017). Audiences: a decade of transformations - reflections from the CEDAR network on emerging directions in audience analysis. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1257-1267.
- Eyssautier de la Mora, Maurice (2006). *Investigación de mercados, enfoques, sistemas, información, procesos y proyectos*. Trillas.
- González Neira, Ana & Quintas Froufe, Natalia (coords.) (2021). *Los Estudios de la audiencia: de la tradición a la innovación*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Huertas Bailén, Amparo (2015). *Yo soy audiencia: ciudadanía, público y mercado*. Barcelona: Editorial UOC.
- Kaushik, Avnash (2010). *Web analytics 2.0*. Sybexm.
- Navarro, Celina & Monclús, Belén (2022). The curation of European Netflix catalogues on social media: The Key role of transnational and local cultural traits. *Critical Studies in Television*, 16(4), 347-374.
- Neira, Elena (2015). *La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Prado, Emili, & Delgado, Matilde (2021). La participación en comunicación audiovisual: entre la apropiación popular de la tecnología y la ley del mercado. In J. Marzal-Felici, C. López-Olano & M. Soler-Campillo (Eds.), *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos 1. Conceptos y teorías* (pp. 100-124). Tirant Lo Blanch.
- Padilla, Adrià & Navarro, Celina (2022). Audiencias y streamers en Twitch: patrones de consumo y producción en el ámbito hispanohablante. *Quaderns del CAC*, 48(XXV), 67-77.
- Qing, Shenglan & Prado, Emili (2020). Advertisements and Engagement Strategies on a Cross-media Television Event: A Case Study of Tmall Gala. *Observatorio (OBS*)*, 14(2), 137-157
- Rieder, Bernhard; Coromina, Óscar i Matamoros-Fernández, Ariadna (2020). Mapping YouTube: A quantitative exploration of a platformed media system. *First Monday*, 25(8).
- Rogers, Richard A. (2019). *Doing digital methods*. Sage.

- Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa.

Programari

Analítica digital (Google Analytics, Youtube Data Tools o similars)

Visualització de dades (Tableau, Power BI o similar)

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	10	Espanyol	segon quadrimestre	matí-mixt