



## FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

### ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### 1. Datos generales

**Materia:** METODOS DE INVESTIGACION III (AN.AUDIEN. CONT)

**Código:** FLC0248

**Paralelo:**

**Periodo :** Marzo-2019 a Julio-2019

**Profesor:** AVILA NIETO CAROLINE , VALDEZ APOLO MARIA

**Correo electrónico:** BELEN Bvaldez@uazuay.edu.ec, cavila@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
5				5

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

La materia explorados de los componentes básicos del proceso comunicacional: el mensaje y el receptor convertido en audiencia masiva o público objetivo. Conocer y analizar sus preferencias y reacciones ante los contenidos comunicacionales es uno de los requisitos fundamentales para el futuro comunicador social.

La asignatura se enfoca en el estudio de los receptores y en la descripción de lo que sucede con los mensajes de los medios de comunicación masiva y de cómo son afectadas las audiencias expuestas a éstos. Para esto, es necesario conocer los métodos más importantes para medir esas audiencias y evaluar esos contenidos.

Es una materia básica para la formación del futuro profesional de la comunicación social, con amplia aplicación en la publicidad, el marketing y en la elaboración de contenidos comunicacionales.

#### 3. Contenidos

<b>01.</b>	<b>Análisis de audiencias</b>
01.01.	Conceptos y tipos de audiencias. (2 horas)
01.02.	Audiencias en los medios de comunicación. (5 horas)
01.03.	Trabajos prácticos. (10 horas)
<b>02.</b>	<b>Medición de audiencias</b>
02.01.	Conceptos, universo, rating, share. (2 horas)
02.02.	La encuesta por muestreo: el cuestionario. (10 horas)
02.03.	Herramientas tradicionales y nuevas tecnologías. (6 horas)
02.04.	Trabajo de investigación. (12 horas)
<b>03.</b>	<b>Análisis de contenidos</b>
03.01.	Metodología del análisis de mensajes. (2 horas)
03.02.	El discurso, su ordenamiento y estrategias para su análisis. (4 horas)
03.03.	Estrategias de fondo y de superficie. (4 horas)
03.04.	Trabajos prácticos. (8 horas)
<b>04.</b>	<b>Lectorabilidad de los mensajes</b>
04.01.	Estudios de textos, prensa y mensajes audiovisuales. (6 horas)
04.02.	Análisis de mensajes comparativos. (2 horas)
04.03.	Trabajos prácticos. (7 horas)

#### 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
<b>ay. Analiza audiencias y contenidos audiovisuales e impresos para lograr su entendimiento y establecer propuestas que incidan en la realidad.</b>	
-Analiza audiencias y contenidos audiovisuales e impresos para lograr su entendimiento y establecer propuestas que incidan en la realidad.	-Evaluación escrita
-Ejecuta evaluaciones cuantitativas y cualitativas de los mensajes emitidos por los medios de comunicación y su impacto en las audiencias.	-Evaluación oral -Investigaciones
-Identifica los métodos y herramientas para realizar investigaciones de audiencias y contenidos.	-Reactivos

#### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Control de lectura	Análisis de audiencias	APORTE 1	5	Semana: 5 (08/04/19 al 13/04/19)
Reactivos	Examen interciclo	Análisis de audiencias, Medición de audiencias	APORTE 2	10	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Investigaciones	Proyecto de investigación	Análisis de audiencias, Análisis de contenidos, Medición de audiencias	APORTE 3	15	Semana: 14 (10/06/19 al 15/06/19)
Evaluación escrita	Examen final	Análisis de audiencias, Análisis de contenidos, Lecturabilidad de los mensajes, Medición de audiencias	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	examen supletorio	Análisis de audiencias, Análisis de contenidos, Lecturabilidad de los mensajes, Medición de audiencias	SUPLETORIO	20	Semana: 20 ( al )

#### Metodología

Charlas expositivas combinadas con trabajos prácticos. La clase será compartida entre dos profesoras.

#### Criterios de Evaluación

Se entregará oportunamente los criterios para las diferentes evaluaciones.

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Huertas, Amparo	Gedisa	La Audiencia Investigada	2002	
Prieto Castillo, Daniel	Quipus	Análisis de Mensajes	2000	
Rey Lennon, Federico y Alejandro Piscitelli Murphy	La Crujía Ediciones	Pequeño manual de encuestas de opinión pública	2006	
McQuail, Denis	Paidós	Introducción a la teoría de la comunicación de masas	2000	
Prieto Castillo, Daniel	Monsalve	La Pasión Por el Discurso	1993	

#### Web

#### Software

### Bibliografía de apoyo

#### Libros

#### Web

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **09/03/2019**

Estado: **Aprobado**