UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos

Materia: METODOS DE INVESTIGACION III (AN.AUDIEN. CONT)
Código: FLC0248
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: AVILA NIETO CAROLINE
Correo electrónico: cavila@uazuay.edu.ec

Nivel: 4

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

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.
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.
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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

01.	**Análisis de audiencias**
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)
02.	**Medición de audiencias**
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)

03.	**Análisis de contenidos**
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)
04.	**Lecturabilidad de los mensajes**
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)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

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

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Huertas, Amparo	Gedisa	La Audiencia Investigada	2002	
Prieto Castillo, Daniel	Quipus	Análisis de Mensajes	2000	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Rey Lennon, Federico y Alejandro Piscitelli Murphy	La Crujía Ediciones	Pequeño manual de encuestas de opinión pública	2006	
McQuail, Denis	Paidos	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

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/03/2019

Estado: Aprobado