



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

1. Datos generales

Materia: ANÁLISIS DE AUDIENCIAS Y CONTENIDOS
Código: CMN0405
Paralelo: A
Periodo : Marzo-2020 a Agosto-2020
Profesor: GUERRERO BACUILIMA MAYRA XIMENA
Correo electrónico: xguerrero@uazuay.edu.ec

Nivel: 4

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 96		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
64	0	16	80	160

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Análisis de Audiencias y Contenidos es la última materia en el eje de investigación en Comunicación que comenzó en primer ciclo con Estadísticas.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1.	Conceptos y tipos de audiencias
1.2.	Audiencias en los medios de comunicación
1.3.	Trabajos prácticos
2.1.	Conceptos, universo, rating, share
2.2.	La encuesta por muestreo: el cuestionario
2.3.	Herramientas tradicionales y nuevas tecnologías
2.4.	Trabajo de investigación
3.1.	Revisión: Enfoque. Inv. Cuantitativa y Cualitativa. Qué es un Diseño de Investigación
3.2.	Revisión teorías y fundamentos: Framing, Agenda Setting, Teoría del Encuadre
4.1.	Conceptualización del Análisis de Contenidos. Orígenes. Definición
4.2.	Componentes del Análisis de Contenidos
4.3.	El análisis de contenido frente a otros métodos para el análisis de mensajes
4.4.	Campos de aplicación del Análisis de Contenido. Análisis de Contenido Cualitativo
4.5.	Trabajos prácticos

5.1.	Formulación del tema de investigación. Conceptualización
5.2.	Unidades de Análisis
5.3.	Categorías
5.4.	Codificación. Entrenamiento y pilotaje
5.5.	Libro de Códigos y ficha de análisis
5.6.	Fiabilidad del proceso de codificación
5.7.	Indicadores de fiabilidad y Validez
5.8.	Trabajos prácticos
6.1.	Herramientas, software y otros recursos
6.2.	Monitorización de redes

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 formula propuestas que incidan en la realidad

-Identifica los métodos y herramientas para realizar investigaciones de audiencias y contenidos.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Análisis de componentes de investigación y teorías	Métodos de Investigación Cualitativa	APORTE	5	Semana: 4 (22-ABR-20 al 27-ABR-20)
Evaluación escrita	Control de lectura	Análisis de Contenidos	APORTE	5	Semana: 6 (06-MAY-20 al 11-MAY-20)
Trabajos prácticos - productos	Proyecto de investigación	Metodología para el Análisis de Contenido	APORTE	10	Semana: 9 (27-MAY-20 al 29-MAY-20)
Trabajos prácticos - productos	Análisis de caso en la red	Análisis de Contenidos en la red	APORTE	10	Semana: 14 (01-JUL-20 al 06-JUL-20)
Investigaciones	Presentación de investigación	Metodología para el Análisis de Contenido	EXAMEN	20	Semana: 19-20 (04-08-2020 al 10-08-2020)
Evaluación escrita	Evaluación de conocimientos y habilidades adquiridas	Medición de audiencias , Metodología para el Análisis de Contenido	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Berger, Arthur A.	SAGE Publications	Media and Communication Research Methods: an introduction to qualitative and quantitative approaches.	2014	978-1-4522-5657-3

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Huertas, Amparo	Gedisa	La Audiencia Investigada	2002	
McQuail, Denis	Paidós	Introducción a la teoría de la comunicación de masas	2000	
Hernandez, R.,Fernández-Collado, C., Baptista, P.	Mc Graw Hill	Metodología de la Investigación	2006	978-970-10-5753-7
Igartua, J.	Bosch	Métodos Cuantitativos de Investigación en Comunicación	2006	

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/03/2020**

Estado: **Aprobado**