El Público Audiovisual

Curso Académico: (2019 / 2020) **Fecha de revisión: 04-05-2020**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCION CARMEN

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Estudios televisivos
Inglés

OBJETIVOS

1. Comprensión del funcionamiento de las redes sociales como parte fundamental del entorno audiovisual actual

2. Comprensión de los vínculos entre público y contenido

3. Capacidad para comprender las transformaciones derivadas de la digitalización.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Introducción. ¿Por qué estudiar las audiencias?

2. Estudios cuantitativos tradicionales y crisis en el entorno digital

3. Postaudiencia. Medición del público en la era digital

4. Hacia un nuevo análisis: cultura de la convergencia

5. Nuevas aproximaciones al concepto de audiencia: etnografía, fandom, comunidad, transmedia y transtextualidad

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

1. Clases magistrales y clases prácticas (2 ECTS)

-Adquisición de conocimientos teóricos sobre los fundamentos la recepción mediática y la cultura audiovisual. Competencias.

-Análisis y comentario de casos y de experiencias de especial relevancia o impacto en el panorama audiovisual contemporáneo. Competencias .

2. Trabajo del estudiante (1 ECTS)

-Estudio tutorizado de contenidos teórico-prácticos y de materiales docentes. Competencias.

-Realización de ejercicios de análisis sobre el público audiovisual aplicando los criterios teórico prácticos del programa. Competencia.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

- Examen final de la asignatura: 50% de la nota global.

- Elaboración de Trabajo / Ensayo / Práctica y defensa: 50 % de la nota global.

- La participación activa y fundamentada del estudiante en clases prácticas y tutorías se valorará a los efectos de mejora de la nota global.

-Es preciso aprobar el examen final para que las prácticas sean evaluadas.

Peso porcentual del Examen Final:	50
Peso porcentual del resto de la evaluación:	50

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- AGUILERA, M. y MEERE, M. (coords.): Una tele en el bolsillo. La televisión en el teléfono móvil: contenidos, formatos, audiencias,, Málaga: Ad Hoc., (2009).
- BARKER, Ch.: Televisión, globalización e identidades culturales,, Barcelona: Paidós., (2003).
- CALLEJO, J.: La audiencia activa: el consumo televisivo, discursos y estrategias,, Madrid: CIS,, 1995.
- JENKINS, H.: Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación,, Barcelona: Paidós,, (2008).
- JENKINS, H.: Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión,, Barcelona: Paidós,, (2012).

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Van Sijll, Jennifer Cinematic Storytelling: The 100 Most Powerful Film Conventions Every Filmmaker Must Know , Michael Wiese Productions, 2005

- Van Sijll, Jennifer Cinematic Storytelling: The 100 Most Powerful Film Conventions Every Filmmaker Must Know , Michael Wiese Productions, 2005

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Christie, I. . Audiences: http://www.oapen.org/download?type=document&docid=433954
- Valck, M. de & Hagener, M. . Cinephilia: Movies, Love and Memory: http://www.oapen.org/download?type=document&docid=340201