

Curso Académico: (2020 / 2021)

Fecha de revisión: 12-07-2020

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: CASCAJOSA VIRINO, CONCEPCION CARMEN

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : Cuatrimestre :

MATERIAS QUE SE RECOMIENDA HABER SUPERADO

Estudios televisivos
Inglés

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.

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