



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: El público audiovisual		
GRADO: Comunicación audiovisual	CURSO: 4	CUATRIMESTRE: 1

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA						
SE- MA- NA	SE- SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
				DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO Semana Máximo 7 H
1	1	Introducción: ¿Por qué estudiar las audiencias?		Lectura del texto: PricewaterhouseCoopers (2010): "Global Entertainment and Media Outlook"	1,5	
1	2	Estudios cuantitativos tradicionales y su crisis en un entorno digital.		Lectura del texto: Huertas, Amparo (2006) De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos	1,5	
2	3	Postaudiencia. Medición del público en Internet y en la TDT		Lectura del texto: Prado, Emili, Franquet, Rosa, Ribes Francesc Xavier, Soto, María Teresa y Fernández Quijada, David. (2007): "La publicidad televisiva ante el reto de la interactividad"	1,5	
2	4	Hacia una nuevo análisis: Cultura de la convergencia		Lectura de fragmentos de Jenkins, Henry (2008) Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación	1,5	
3	5	Nuevas aproximaciones al concepto de audiencia: etnografía, fandom, comunidad, transmedia y transtextualidad.		Lectura de fragmentos de Jenkins, Henry (2010) Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión	1,5	
3	6	Nuevas aproximaciones II		Lectura de fragmentos de Gray, J., Sandvoss, C., Harrington, C.L. (2007) Fandom: identities and communities in a mediated World	1,5	
4	7	Del cine a casa: experiencias espectatoriales colectivas e individuales		Lectura de fragmentos de De Valck, M. y Hagener, M (2006) Cinephilia: Movies, Love and Memory	1,5	

SUBTOTAL					21 + 49 =70	
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc				
16- 18		Preparación de evaluación y evaluación			3	
TOTAL					75	