

GUÍA DOCENTE

PROGRAMACION E INVESTIGACION DE AUDIENCIAS

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 15-07-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
La investigación de audiencias constituye una de las áreas fundamentales de estudio de los medios de comunicación de masas, tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de vista profesional. El ecosistema de comunicación está inmerso en un mercado cada vez más competitivo y fragmentado, marcado por la convivencia de medios tradicionales, plataformas de streaming y redes sociales, por lo cual la búsqueda de audiencia y su fidelización se presentan como indispensables para la supervivencia tanto de medios como de empresas, que necesitan una retroalimentación de sus acciones comunicativas hacia sus públicos meta. Se busca introducir al estudiantado en las diferentes vertientes de este campo de estudio, las distintas tradiciones de investigación, los métodos utilizados, las principales fuentes de conocimiento y las herramientas para la gestión de datos, incluyendo los nuevos sistemas de medición cross-media y de big data que están transformando el sector. A lo largo de la asignatura, se abordará la importancia de la audiencia y su evolución desde su conceptualización como tal hasta sus posibles interpretaciones. Posteriormente, se tratarán técnicas cualitativas y cuantitativas que se han utilizado en los estudios de audiencia desde sus orígenes hasta nuestros días, así como los retos que plantea su medición en un entorno multiplataforma. Y, finalmente, se procederá a aplicar los conocimientos obtenidos al campo de la programación de medios, para saber desarrollar estrategias de gestión de comunicación en la contemporaneidad.
II.B-Presentación en inglés
Audience research constitutes one of the main fundamental areas of study in mass media, both academically and professionally. The communication ecosystem finds an increasingly competitive and fragmented market, shaped by the coexistence of traditional media, streaming platforms and social networks, and the analysis of media audiences is fundamental for media companies and corporations when building appropriate strategies for their target audiences. This subject aims to introduce students to aspects of this field of study through research traditions and methods, analysis of media reports and tools for data management, including the new cross-media and big data measurement systems that are transforming the sector. Throughout the course, the importance of the audience and its evolution will be addressed, from conceptualisation to research and analysis. Qualitative and quantitative techniques used in audience studies from their origins to the present day will be explored, along with the challenges posed by their measurement in a multiplatform environment. Finally, students should apply this knowledge to develop strategies for relevant communication management in media programming.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG04. Capacidad para llevar a cabo el análisis de las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica

CE01. Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional

CE05. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza

CE08. Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas

CE09. Creatividad

CE10. Capacidad de adaptación a los cambios

CE11. Práctica sistemática de autoevaluación, crítica de resultados

CE12. Orden y método

CE13. Conciencia solidaria

CE14. Toma de decisiones

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

TEMA 1. INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS: CONCEPTUALIZACIONES GENERALES

TEMA 2. PERSPECTIVAS EN EL ESTUDIO DE LAS AUDIENCIAS: ENFOQUES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

TEMA 3. LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS EN LOS DIFERENTES MEDIOS: DE LOS MODELOS TRADICIONALES AL ENTORNO DIGITAL Y CROSS-MEDIA

TEMA 4. LA PROGRAMACIÓN DE MEDIOS: CONCEPTUALIZACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y EJECUCIÓN

TEMA 5. RETOS DE LA INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS Y LA PROGRAMACIÓN DE MEDIOS EN LA ACTUALIDAD

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Otras	Estudios de casos



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	35
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	21
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	4
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	44
Preparación de clases teóricas	25
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	25
Preparación de pruebas	22
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Desarrollo teórico-práctico de los contenidos
Prácticas	Semana 1 a Semana 16	Actividades autónomas del alumno. Actividades colaborativas parte del proyecto grupal.
Trabajos colectivos	Semana 1 a Semana 15	Actividades individuales y grupales. Desarrollo en un trabajo final grupal.



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

VII.A.-Ponderación para la evaluación

Evaluación ordinaria continua:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Solo en casos excepcionales y especialmente motivados, el profesor podrá incorporar adaptaciones en la Guía. Dichos cambios requerirán, previa consulta a la persona responsable de la Asignatura, la autorización previa y expresa de la Coordinación de Grado, quien notificará al Vicerrectorado con competencias en materia de Ordenación Académica la modificación realizada. En todo caso, las modificaciones que se propongan deberán atender a lo establecido en la memoria verificada. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso al estudiantado a través del Aula Virtual. La suma de las actividades no revaluables no podrá superar el 40% de la nota de la asignatura y, en general, no podrán tener nota mínima (salvo en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando esté debidamente justificado), evitando incorporar pruebas que superen el 60% de la ponderación de la asignatura.

Evaluación extraordinaria:

Quien no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, será objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de las actividades de evaluación revaluables.

Nota importante: En esta asignatura es obligatoria la realización de una prueba, práctica o actividad presencial evaluable que coincide con la fecha publicada y establecida por la Universidad (tanto para la convocatoria ordinaria como para la extraordinaria. Puedes consultar la fecha en el siguiente enlace <https://gestion2.urjc.es/examenes/>).

VII.B.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

Actividad Evaluadora. Ponderación:

1. SE1 - EXAMEN FINAL (tipo test, preguntas cortas y/o de desarrollo) presencial. Representa el **60 % de la nota final. SÍ PERMITE REEVALUACIÓN. Nota mínima: 5.0.**
2. SE 4 - PROYECTO FINAL GRUPAL. Representa el **30% de la nota final. NO PERMITE REEVALUACIÓN. No tiene nota mínima.**
3. SE11 - PRÁCTICAS GRUPALES/INDIVIDUALES Y/O PARTICIPACIÓN EN CLASE. Representa el **10% de la nota final. NO PERMITE REEVALUACIÓN. No tiene nota mínima.**

Evaluación de actividades

Se explicará cómo se desarrollarán las pruebas de evaluación. Además, esta información se facilitará por escrito, en un documento publicado en el Aula Virtual de la asignatura. Para aprobar la asignatura, se tendrá que aprobar el examen final. La calificación final será el resultado de la ponderación estricta de todas las pruebas, siempre y cuando se supere el examen final. El proyecto grupal y las prácticas grupales no son revaluables, puesto que, debido a sus características, están concebidas para hacerse de forma colectiva y no pueden repetirse individualmente. Las prácticas individuales no son revaluables porque se revisan una vez realizadas y son la base para prácticas posteriores.

Otras consideraciones:

- ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN.- En la calificación de las pruebas evaluables que requieran de un texto escrito, se valorará, además de los contenidos, que los ejercicios se ajusten al estándar lingüístico exigible a los estudiantes universitarios, particularmente en lo referido a la ortografía y al nivel de expresión. - TRABAJOS UNIVERSITARIOS.- Deben ser originales, realizados íntegramente por el alumnado. Sólo se pueden emplear fragmentos de otras fuentes cuando se encuentren citados adecuadamente. USOS DE LA IA: Cualquier trabajo evaluable no podrá superar más de 20% el informe generado por la herramienta Turinin de la URJC.

VII.C.-Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.-Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. Será requisito para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.-Conducta Académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>). Para acompañar este proceso, la



Universidad recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>). Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Balsebre-Torres, A., Ortiz-Sobrino, M.Á. y Soengas-Pérez, X. (2023). Radio crossmedia y radio híbrida: la nueva forma de informarse y entretenerse en el escenario digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17-39.

Callejo Gallego, M. J. (2019). Investigación de audiencias: lost in transition. *Cuadernos de información y comunicación*, 24.

González Lobo, M.Á.; Carrero López, E.; Mariñas González, G. (2018). *Manual de planificación de medios*. ESIC Editorial. Sexta Edición.

González-Neira, A. y Fiaño Salinas, C. (2023). La televisión más allá de la televisión: YouTube y los canales autonómicos. *Doxa Comunicación*, 37, 401-429.

González-Neira, A., Vázquez-Herrero, J. y Quintas-Froufe, N. (2022). Convergence of linear television and digital platforms: An analysis of YouTube offer and consumption. *European Journal of Communication*, 37(4), 426-442.

Papí-Gálvez, N. y Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. (2018). Investigación de audiencias en las sociedades digitales: su medición desde la publicidad.

Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (2021). Los estudios de la audiencia: De la tradición a la innovación. Gedisa Editorial.

Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (2021). Evolución de la medición digital de la audiencia en el mercado español: estado de la cuestión y retos de futuro. *El Profesional de la Información*, 30(1), e300102.

Rodríguez-Vázquez, A. I., Direito-Rebollal, S. y Silva-Rodríguez, A. (2018). Audiencias crossmedia: nuevas métricas y perfiles profesionales en los medios españoles. *Profesional de la información*, 27(4), 793-800.

Rubira García, R. y Puebla Martínez, B. (2018). Representaciones sociales y comunicación: apuntes teóricos para un diálogo interdisciplinar inconcluso. *Convergencia, revista de Ciencias Sociales*. Universidad Autónoma del Estado de México.

Sanmiguel, P. (2020). *Influencer Marketing*. Acción Empresarial.

Sullivan, J. L. (2019). *Media Audiences*. SAGE Publications.

Bibliografía complementaria

AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación). Marco General de los Medios en España / Estudio General de Medios (EGM). <https://www.aimc.es>

Barlovento Comunicación. Análisis de audiencia televisiva (informes mensuales y anuales). <https://www.barloventocomunicacion.es>

Contreras, J.M. y Palacios, M. (2001). *La programación de televisión*. Editorial Síntesis.

Daya, D. (2007). *En Busca del Público: Recepción, Televisión, Medios*. Editorial Gedisa.

Kantar Media. Informes de medición de audiencias (paneles de TV y acuerdos de medición de streaming). <https://www.kantarmedia.com>

Neira, E. (2020). *Streaming Wars: La nueva televisión*. Libros Cúpula.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	ANA MARÍA ZAHARÍA
Correo electrónico	anamaria.zaharia@urjc.es
Departamento	Comunicación Audiovisual y Publicidad
Campus de impartición	Fuenlabrada
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	No
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico

Nº de Quinquenios	1
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	2
Nombre y apellidos	ANTONIO ALFREDO CABALLERO GÁLVEZ
Correo electrónico	antonio.caballero@urjc.es
Departamento	Ciencias de la Comunicación y Sociología
Campus de impartición	Fuenlabrada, Madrid - Vicálvaro
Categoría	Profesor/a Ayudante Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	2
Nº de Sexenios	1
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	1