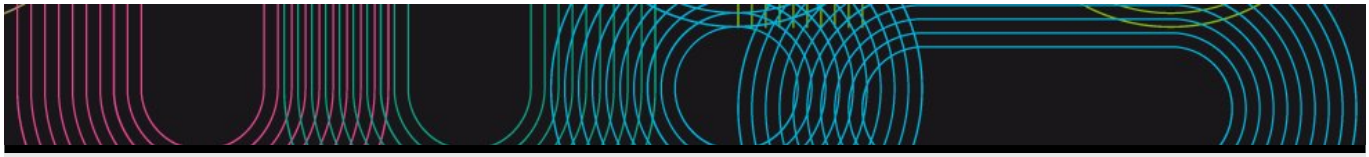

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Programación para productos audiovisuales				
Asignatura	Programación para productos audiovisuales			
Código	P04G071V01310			
Titulacion	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	López Fernández, José Manuel			
Profesorado	López Fernández, José Manuel			
Correo-e	josemlopez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	El objetivo principal de esta asignatura es aproximar al alumnado a la programación audiovisual en el contexto de la industria española actual. El aumento exponencial de las opciones de consumo audiovisual hace especialmente relevante el conocimiento global de las diversas relaciones que se establecen entre el espectador-consumidor, la obra audiovisual (televisiva o cinematográfica) y los medios o canales en los que esta puede llegar a emitirse. Se buscará, por lo tanto, que el alumnado distinga una obra audiovisual de otra en función de su formato, su público-objetivo y las posibles estrategias de programación para llegar a ese público. Para ello, será necesario conocer y orientarse por el multiforme, cambiante y veloz flujo audiovisual contemporáneo donde conviven la paleotelevisión (cadenas públicas), la neotelevisión (cadenas privadas, temáticas) y la postelevisión (plataformas) con la distribución cinematográfica tanto en salas tradicionales como en plataformas (que pueden ser propietarias o generalistas). Será necesario también comprender la evolución del medio televisivo y su contexto actual, en el que hemos pasado de tener dos canales de televisión, a una inabarcable oferta multicanal y multisoporte, caracterizada, además, por un consumo personalizado y no lineal (on demand). Todo ello sin perder de vista el amplísimo panorama de eventos y contenedores cinematográficos (festivales, filmotecas, plataformas, ciclos en museos, etc.) y las dinámicas actuales de la tradicional exhibición en salas. En definitiva, esta materia buscará sobre todo dar las herramientas necesarias para formar la mirada "curatorial" del programador: es decir, distinguir y reconocer los criterios estéticos que, como programadores, nos permitirán elegir y ordenar el ingente flujo de contenidos audiovisuales que circulan a nuestro alrededor para hacerlo llegar al mayor número de público posible.			

Resultados de Formación y Aprendizaje	
Código	
B1	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados.
B2	Conocer la realidad político-social del mundo en la era de la comunicación global.
B4	Exponer los resultados de los trabajos académicos de manera escrita, oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
C11	Definir proyectos personales de creación innovadora que contribuyan al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o a su interpretación
D1	Comprender el significado y aplicación de la perspectiva de género en los distintos ámbitos de conocimiento y en la práctica profesional con el objetivo de alcanzar una sociedad más justa e igualitaria.

Resultados previstos en la materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje

1 - Aplicar estrategias de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales para la promoción de canales.	B1		
2 - Distinción de técnicas comerciales, de promoción, venta y distribución de producciones audiovisuales en televisión.	B1	C11	D1
3 - Identificar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas televisivas en lo que respecta a producción, distribución y exhibición así como interpretar datos estadísticos vinculados a la medición de audiencias e investigaciones de mercado en el ámbito de la televisión.	B1 B2	C11	D1
4- Analizar las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva	B1 B2	C11	
5 - Exponer de forma adecuada los resultados de una investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos, conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.	B4		
6 - Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados	B4		
7 - Organizar y programar tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual.	B1		D1

Contenidos

Tema	
BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN A LA PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL	Concepto: ¿qué es la programación audiovisual? Finalidad: ¿para qué sirve la programación audiovisual? Evolución: paleotelevisión, neotelevisión, postelevisión
BLOQUE 2. LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA	Programación en televisión: parrillas y franjas horarias El departamento de programación: estructura y funciones Fidelización vertical y horizontal Programación generalista, temática, VOD...
BLOQUE 3: LA PROGRAMACIÓN CINEMATOGRÁFICA	Historia y especificidades de la programación cinematográfica Programación de contenedores, ciclos y eventos cinematográficos (festivales, filmotecas, museos, etc.) La programación de cine en televisión. ¿Del prime time a ser un formato más?
BLOQUE 4. IDENTIDAD E IMAGEN DE MARCA	Filosofía, línea editorial e imagen de marca Contexto productivo de la programación audiovisual Los procesos de producción y programación en la industria audiovisual española Las cadenas y plataformas como productoras de contenido
BLOQUE 5. GÉNEROS Y FORMATOS AUDIOVISUALES	Definición y tipologías de géneros y formatos Géneros, macrogéneros, subgéneros e hibridaciones La programación de producción propia, externa y ajena La ficción seriada en España como género clave La no ficción y los factuales en España como género clave
BLOQUE 6. INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS	La audimetría. Conceptos básicos: share, rating Entidades y organismos de investigación de audiencias La investigación cualitativa y cuantitativa Reflexión crítica sobre la recepción de los productos audiovisuales El protagonismo de las audiencias: prosumidores, influencers, audiencia social, fandom
BLOQUE 7. ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN	La parrilla y las franjas horarias Conceptos básicos: contraprogramación, flujos, library, puenteo, dúplex, etc. Análisis de tendencias actuales de programación Estrategias y tácticas de programación La programación streaming y consumo televisivo no lineal Audiencia social: ¿binge-watching o estreno semanal?

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentación	5	8	13
Estudio de casos	8	15	23
Trabajo tutelado	9	36	45
Metodologías basadas en investigación	4	20	24
Lección magistral	25	0	25
Examen de preguntas de desarrollo	1	19	20

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Presentación	Presentación oral de investigación, trabajos tutelados o estudios de casos.
Estudio de casos	Estudios de caso sobre la programación en el sector audiovisual realizados de manera individual o en grupo. Se realizarán en el aula, pero podrán ser continuados fuera de horario de clase.
Trabajo tutelado	Trabajos investigación revisados y orientados por el docente realizados de manera individual o en grupo. Se realizarán en el aula, pero podrán ser continuados fuera de horario de clase.
Metodologías basadas en investigación	Tareas prácticas de aula a partir de metodologías basadas en investigación o técnicas de investigación: por ejemplo, seguimiento de programas televisivos en emisión, propuestas de nuevos formatos, etc. Podrán realizarse de manera individual o en grupo en el aula, pero podrán también ser continuados fuera de horario de clase.
Lección magistral	Explicación teórica de los contenidos de la materia

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Lección magistral	Desarrollo en aula de los conceptos del programa previsto de la materia por parte del docente en sesión presencial.
Estudio de casos	Estudios de caso sobre la programación en el sector audiovisual revisados y orientados por el docente realizados de manera individual o en grupo.
Trabajo tutelado	Trabajos de investigación sobre temáticas relativas a la materia revisados y orientados por el docente y realizados de manera individual o en grupo.
Metodologías basadas en investigación	Tareas prácticas de aula a partir de metodologías basadas en investigación o técnicas de investigación realizadas de manera individual o en grupo y supervisadas y revisadas por el docente.

Evaluación					
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentación	Exposición pública de la investigación, los trabajos tutelados o los análisis de caso	15	B4		
Estudio de casos	Elaboración de análisis sobre distintos casos o problemáticas relacionadas con el panorama televisivo o cinematográfico.	20	B1 B2		
Trabajo tutelado	Trabajos investigación revisados y orientados por el docente sobre distintos casos o problemáticas relacionadas con el panorama televisivo o cinematográfico.	35	B2	C11	D1
Examen de preguntas de desarrollo	Examen de desarrollo teórico sobre los contenidos desarrollados en las sesiones magistrales.	30	B1 B2		

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumno podrá optar la dos tipos de calificación: evaluación continua y evaluación global

1- EVALUACIÓN CONTINUA

Se aplicarán los porcentajes y conceptos anteriores (Presentación, Estudios de casos, Trabajos tutelados y examen de preguntas de desarrollo). La nota final será la suma de estos cuatro apartados, según sus porcentajes relativos.

El examen final de la materia no es obligatorio. Quien obtenga por lo menos un 5 en la suma de las Presentaciones (1,5 puntos máx), Estudios de casos (2 puntos máx) y en los Trabajos tutelados (3 puntos máximos) podrá elegir se presentarse al examen teórico para subir nota o no.

Es decir: con las prácticas se podrá obtener un 7/10 máximo. Quien quiera subir nota podrá presentarse al examen teórico para optar al restante 3/10, para llegar así al 10/10 total de la nota final.

En la segunda edición (julio) se aplicarán los mismos criterios y se conservarán las calificaciones de los apartados aprobados. Todos los detalles de la estructura del examen, las instrucciones y entregas de trabajos y prácticas, el calendario y la planificación de la materia, los criterios de corrección, así como las calificaciones, se publicarán en la plataforma MOOVI. **Será responsabilidad del alumno estar atento la esta información, ya que no se facilitará por ninguno otro medio.**

La asistencia presencial a las sesiones teóricas y prácticas en el horario establecido es obligatoria. Las prácticas se realizarán principalmente en clase, por lo que la asistencia será controlada.**Las faltas de asistencia no justificadas que superen el 20% supondrán la no superación del materia.**

2 - EVALUACIÓN GLOBAL

De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de evaluación, calificación y calidad docente y en el proceso de aprendizaje del alumnado, el estudiante que no opte por la modalidad de evaluación continua tendrá derecho la una prueba global en las fechas que determine la Facultad. Será una prueba de hasta cinco horas de duración que permitirá al alumnado calificar entre 0 y 10, igual que en la evaluación continua.

Esta posibilidad deberá ser solicitada expresamente por el estudiante, con la antelación y con los trámites y en las fechas que determine el Decanato de la Facultad, entregando cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin. La elección de la evaluación global supondrá la anulación automática de todas las calificaciones obtenidas ate ese momento por la modalidad de evaluación continua.

El dicho procedimiento se pode consultar en la plataforma MOOVI. No se admitirán solicitudes superado el plazo establecido y, una vez reconocido el derecho, no se podrá desistir del incluso.

Será responsabilidad del alumno estar atento a la información y materiales de la materia, y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superarla, ya que no se facilitará por ninguno otro medio.

Las pruebas se realizarán en la fecha y hora oficialmente establecidas por la Facultad. Como norma general, la duración de esta prueba oficial es de dos horas. Para la evaluación global, cada alumno necesitará 3 horas adicionales (5 desde el inicio de la prueba) para realizarla. Constará de los siguientes apartados:

1o - Examen teórico (30% de la nota, 2 horas).

Será similar a la de la modalidad de evaluación continua, por lo que es aplicable lo que se explica en el apartado de Examen de preguntas de desarrollo del epígrafe de Evaluación de la guía. Pero en la *evaluación global es preciso obtener una cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Una cualificación inferior no sumará con los otros pruebas y supondrá no superar la materia.

2o - Trabajo o trabajos tutelados (35% de la nota).

También será similar a la propuesta en la evaluación continua. El alumno tendrá que realizar previamente y entregar el día de la prueba final de evaluación uno o varios trabajos finales que pueden tener tanto carácter teórico cómo práctico. El trabajo o trabajos tienen un valor del 35% sobre el total de la nota siendo preciso obtener una cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Una cualificación inferior no sumará con los otros apartados y supondrá no superar la materia.

3o - Estudio o estudios de casos (20% de la nota).

Realización de una prueba o pruebas de carácter práctico, de análisis o investigación empleando los medios y espacios de la Facultad. Esta prueba se realizará después del examen teórico y tendrá una duración máxima de 3 horas. El estudio o estudios de caso tienen un valor del 20% sobre el total de la nota siendo preciso obtener una cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Una cualificación inferior no sumará con los otros apartados y supondrá no superar la materia.

4o - Presentación o presentaciones (15% de la nota).

El alumno deberá exponer dentro de las tres horas adicionales (sin llegar a superar las cinco horas totales) uno o varios de los trabajos tutelados o estudios de caso entregados nos de los apartados anteriores. Será el docente quien determine *qué trabajos serán presentados ese día por el alumno.

La nota final será la suma de los cuatro apartados, siempre y cuando los tres primeros apartados estén aprobados (5/10). De ser así, la nota final será el resultado de la suma de los cuatro correspondientes porcentajes.

En la segunda edición (julio) se aplicarán los mismos criterios y se conservarán las calificaciones de los apartados aprobados. Todos los detalles de la estructura del examen, las instrucciones y entregas de trabajos y prácticas, el calendario y la planificación de la materia, los criterios de corrección, así como las calificaciones, se publicarán en la plataforma MOOVI. **Será responsabilidad del alumno estar atento a esta información, y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia, ya que no se facilitará por ninguno otro medio.**

Cualquier aspecto no previsto en esta guía se resolverá en función del citado **Reglamento de evaluación, calificación y calidad de la enseñanza y del proceso de aprendizaje del alumnado:**
https://secretaria.*uvigo.*gal/*uv/web/normativa/*public/show/565

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Álvarez Monzoncillo, José María, **Watching the Internet**, Media XXI, 2011

Blum Richard, A. Y Lindheim, R. D., **Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia**, IORTV, 1989

Álvarez Monzoncillo, José María (coord.), **La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios**, 978-84-309-5298-4, Ariel, 2011

Cebrián Herreros, M., **Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet**, Paidós, 2004

Cortés, José Ángel, **La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión**, Eunsa, 1999

Huertas, A., **Cómo se miden las audiencias en televisión**, Libros de comunicación global, CIMS, 1998

Díaz, L, **La televisión en España (1949-1995)**, Alianza Editorial, 1994

Palacio, M, **Historia de la televisión en España**, Gedisa Editorial, 2001

Arana, E., **Estrategias de programación televisiva**, Editorial Síntesis, 2011

Contreras, J.M; Palacio, M., **La programación de televisión**, Editorial Síntesis, 2003

Jauset Berrocal, Jordi A., **La investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos.**, Paidós, Papeles de Comunicación, 2002

Peñafiel Saiz, C.; López, N.; Fernández de Arroyabe, A. ;, **La transición digital de la televisión en España. Tecnología, contenidos y estrategias**, Editorial Bosch, 2005

Pérez de Silva, J., **La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial**, Gedisa, 2009

Piscitelli, A., **Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet**, Paidós Contextos, 1998

Ramonet, I. (editor), **La post-televisión. Multimedia, Internet y globalización económica**, Icaria-Antrazyt, 2002

Wolton, D., **Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación**, Editorial Gedisa, 2000

Creeber, G. (Editor), **The television genre book**, Palgrave Macmillan-British Film Institute, 2001

González Oñate, C., **Nuevas estrategias de televisión: el desafío digital: identidad, marca y continuidad televisiva**, Ediciones de las Ciencias Sociales, 2008

Bosma, Peter, **Film Programming: Curating for Cinemas, Festivals, Archives**, http://peterbosma.info/wp-content/uploads/2020/01/Additional-Notes-Curating-for-Cinemas.pdf, Columbia University Press, 2015

Gómez-Escalonilla Moreno, Gloria, **La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996**, https://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc4q7v4, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2011

Izquierdo-Castillo, Jessica, **Teoría de programación de radio y televisión**, https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impressora.pdf, Publicacions de la Universitat Jaume I, 2016

Izquierdo-Castillo, Jessica, **¿Quién ve la televisión? Revisión del modelo generalista en el espacio mediático convergente**, http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/448/588, Trípodos, n. 40, pp. 31-54, 2017

Izquierdo-Castillo, Jessica, Latorre-Lázaro, Teresa, **Oferta de contenidos de las plataformas audiovisuales. Hacia una necesaria conceptualización de la programación streaming**, https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.18, Profesional de la información, Vol. 31 Núm. 2, 2022

Jauset Berrocal, Jordi A, **Las audiencias en la televisión**, http://hdl.handle.net/10609/111226, Universitat Oberta de Catalunya, 2008

Pérez Sánchez, Javier, **Autopromociones televisivas en España**, 978-84-309-5298-4, EUNSA, 2014

Ruoff, Jeffrey (ed.), **Coming Soon To A Festival Near You: Programming Film Festivals**, St. Andrews Film Studies, 2012

Saló, Gloria, **¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión**, 9788474329544, GEDISA, 2003

Vaca Berdayes, Ricardo, **El puzle de la audiencia televisiva**, 978-84-309-5298-4, Fundación Ex-Libris, 2009

de Valck, Marijke, **Film Festivals. From European Geopolitics to Global Cinephilia**, https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/35273, Amsterdam University Press, 2007

Vallejo Vallejo, Aida, **Festivales cinematográficos. En el punto de mira de la historiografía fílmica**, https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/22734/festivales_vallejo_SECUENCIAS_2014.pdf, Secuencias, nº39, 2014

Villagrasa, José María, **Atrápalos como puedas! La competencia televisiva: programación y géneros**, 978-84-309-5298-4, Tirant lo Blanch, 2010

Bibliografía Complementaria

Orza, Gustavo F., **Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental**, La Crujía, 2002

Díaz, L., **50 años de TVE**, Alianza Editorial, 2006

Abruzzese, A., Miconi, A., **Zapping. Sociología de la experiencia televisiva**, Ediciones Cátedra, 2002

Peñafiel, C., **Transformaciones de la radio y la televisión en Europa**, Servicio editorial de la Universidad del País Vasc, 2007

Tubella i Casadevall, I. ; Tabernero, C.; Dwyer, V., **Internet y televisión: la guerra de las pantallas**, Ariel, 2008

Pastoriza, F. R., **Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales**, IORTV, 1997

Asociación para la investigación de los Medios de Comunicación, **El consumo de plataformas OTT y TV de pago se incrementa un 11% respecto al verano anterior a la pandemia**, https://www.aimc.es/blog/consumo-plataformas-ott-tv-pago, AIMC, 2021

Asociación para la investigación de los Medios de Comunicación, **La 3ª ola del EGM analiza la influencia de las OTT en el consumo de televisión**, https://www.aimc.es/blog/la-3a-ola-del-egm-analiza-la-influencia-las-ott-consumo-television, AIMC, 2019

Callejo Gallego, Javier, **Investigar las audiencias: un análisis cualitativo**, 978-84-309-5298-4, Paidós, 2021

Cox, Christopher M., **Programming Flow in the convergence of digital media platforms and television**, https://doi.org/10.1177/1749602018796681, Critical Studies In Television. v13, n4, 2018

Diego González, Patricia, **La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España**, Eunsa, 2010

Gallardo-Camacho, Jorge; Sierra Sánchez, Javier, **La importancia de la audiencia en diferido en el reparto del poder entre las cadenas generalistas y temáticas en España**, https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6220228.pdf, Prisma Social n18, 2017

Gómez-Uribe, Carlos A.; Hunt, Neil, **The Netflix recommender system: Algorithms, business value, and innovation**, https://doi.org/10.1145/2843948, TMIS v6 n4, 2016

González-Neira, Ana; Quintas-Froufe, Natalia; Gallardo-Camacho, Jorge, **La medición de la audiencia televisiva: desafíos ante las nuevas plataformas de video**, https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7284, Comunicación Y Sociedad, 1-23, 2020

Heredia-Ruiz, Verónica; Quirós-Ramírez, Ana-Catalina; Quiceno-Castañeda, Beatriz-Eugenia, **Netflix: catálogo de contenido y flujo televisivo en tiempos de big data**, https://doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a7, Revista de comunicación, v. 20, n. 1, 2021

Huertas Bailén, Amparo, **La audiencia investigada**, GEDISA, 2002

Igartúa, Juan José; Badillo, Ángel (eds.), **Audiencias y medios de comunicación**, 978-84-309-5298-4, Ediciones de la Universidad de Salamanca, 2003

Izquierdo, Adriana, **2000 comunidades de gustos y 27000 micro-géneros, la base del sistema de recomendación de Netflix**, https://tinyurl.com/384bms6e, Xataka, 2019

Lobato, Ramon, **Rethinking international TV flows research in the age of Netflix**, https://doi.org/10.1177/1527476417708245, Television & new media, v. 19, n. 3, 2017

Lozano, Carlos, **Inteligencia Artificial. Un adelanto sobre los retos y tendencias en la investigación de audiencias**, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8066178, Revista Investigación y Marketing, 146, 202

de Lucas, Gonzalo (ed.), **Comparative Cinema, nº1, [Número dedicado a la programación cinematográfica]**, https://raco.cat/index.php/Comparativecinema/issue/view/19907, Universidad Pompeu Fabra, 2012

Neira, Elena; Clares-Gavilán, Judith; Sánchez-Navarro, Jordi, **New audience dimensions in streaming platforms: the second life of Money heist on Netflix as a case study**, https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.13, Profesional de la información, v30, n1, 2021

Orza, Gustavo F, **Programación televisiva: un modelo de analísis instrumental**, La crujía, 2002

Pastoriza, F. R., **Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales**, IORTV, 1997

Peñafiel, C., **Transformaciones de la radio y la televisión en Europa**, Universidad del País Vasco, 2007

Piñón, Juan, **La televisión en tiempos de streaming**, https://doi.org/10.22235/d35.2735, Dixit, 35, 128-140, 2021

Prado, Emili; Delgado, Matilde; Garcia-Muñoz, Nuria; Monclus, Belen; Navarro, Celina, **General-television programming in Europe (UE5): Public versus commercial channels**, https://ddd.uab.cat/record/221777, El profesional de la información, v. 29, nº2, 2020

Saavedra Llamas,Marta; Rodríguez Fernández, Leticia, **Una oportunidad para el medio televisivo y para la estrategia publicitaria**, https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero103/, Telos, 103, 2016

Tous Rovirosa, Anna, **Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses**, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3056501, Comunicar, 33, 2009

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Guion, producción y realización de ficción/P04G071V01308

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Marketing de productos audiovisuales y multimedia/P04G071V01206
Géneros cinematográficos/P04G071V01203
Guion audiovisual/P04G071V01209
Estrategias publicitarias para productos audiovisuales/P04G071V01304