



DATOS IDENTIFICATIVOS

Programación para produtos audiovisuais

Materia	Programación para produtos audiovisuais			
Código	P04G071V01310			
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	López Fernández, José Manuel			
Profesorado	López Fernández, José Manuel			
Correo-e	josemlopez@uvigo.es			

Web

Descrición xeral O obxectivo principal desta materia é aproximar ao alumnado á programación audiovisual no contexto da industria española actual. O aumento exponencial das opcións de consumo audiovisual fai especialmente relevante o coñecemento global das diversas relacións que se establecen entre o espectador-consumidor, a obra audiovisual (televisiva ou cinematográfica) e os medios ou canles nos que esta pode chegar a emitirse. Buscarase, por tanto, que o alumnado distinga unha obra audiovisual doutra en función do seu formato, o seu público-obxectivo e as posibles estratexias de programación para chegar a ese público.

Para iso, será necesario coñecer e orientarse polo multiforme, cambiante e veloz fluxo audiovisual contemporáneo onde conviven a paleotelevisión (cadeas públicas), a neotelevisión (cadeas privadas, temáticas...) e a postelevisión (plataformas) coa distribución cinematográfica tanto en salas tradicionais como en plataformas (que poden ser propietarias ou xeneralistas). Será necesario tamén comprender a evolución do medio televisivo e o seu contexto actual, no que pasamos de ter dúas canles de televisión, a unha inabarcable oferta multicanal e multisoprote, caracterizada, ademais, por un consumo personalizado e non lineal (on demand). Todo iso sen perder de vista o amplísimo panorama de eventos e contenedores cinematográficos (festivais, filmotecas, plataformas, ciclos en museos, etc.) e as dinámicas actuais da exhibición en salas.

En definitiva, esta materia buscará [sobre todo] dar as ferramentas necesarias para formar a mirada "curatorial" do programador: é dicir, distinguir e recoñecer os criterios estéticos que, como programadores, permitirannos elixir e ordenar o inxente fluxo de contidos audiovisuais que circulan ao noso redor para facelo chegar ao maior número de público posible.

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
B1	Coñecer as características esenciais da comunicación, os seus elementos e os seus resultados.
B2	Coñecer a realidade político-social do mundo na era da comunicación global.
B4	Expoñer os resultados dos traballos académicos de maneira escrita, oral ou por medios audiovisuais ou informáticos de acordo aos canons das disciplinas da comunicación.
C11	Definir proxectos persoais de creación innovadora que contribúan ao coñecemento ou desenvolvemento das linguaxes audiovisuais ou á súa interpretación
D1	Comprender o significado e aplicación da perspectiva de xénero nos distintos ámbitos de coñecemento e na práctica profesional co obxectivo de alcanzar unha sociedade máis xusta e igualitaria.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
1 - Aplicar estratexias de comunicación persuasiva nos mercados audiovisuais para a promoción de canles.	B1

2 - Distinción de técnicas comerciais, de promoción, venda e distribución de producións audiovisuais en televisión.	B1	C11	D1
3 - Identificar os procesos e técnicas implicadas na dirección e xestión de empresas televisivas no que respecta a produción, distribución e exhibición así como interpretar datos estatísticos vinculados á medición de audiencias e investigacións de mercado no ámbito da televisión.	B1 B2	C11	D1
4- Analizar as estruturas, contidos e estilos da programación televisiva	B1 B2	C11	
5 - Expor de forma adecuada os resultados dunha investigación de maneira oral ou por medios audiovisuais ou informáticos, conforme aos canons das disciplinas da comunicación.	B4		
6 - Capacidade de traballo en equipo e de comunicación das propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, así como capacidade para integrarse nun proxecto común destinado á obtención de resultados	B4		
7 - Organizar e programar tarefas, realizándoas de maneira ordenada adoptando con lóxica as decisións prioritarias nos diferentes procesos de produción audiovisual.	B1		D1

Contidos

Tema	
BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN Á PROGRAMACIÓN AUDIOVISUAL	<input type="checkbox"/> Concepto: ¿que é a programación audiovisual? <input type="checkbox"/> Finalidade: ¿para que serve a programación audiovisual? <input type="checkbox"/> Evolución: paleotelevisión, neotelevisión, postelevisión
BLOQUE 2. A PROGRAMACIÓN TELEVISIVA	<input type="checkbox"/> Programación en televisión: grellas e franxas horarias <input type="checkbox"/> O departamento de programación: estrutura e funcións <input type="checkbox"/> Fidelización vertical e horizontal <input type="checkbox"/> Programación xeneralista, temática, VOD...
BLOQUE 3: A PROGRAMACIÓN CINEMATOGRAFICA	<input type="checkbox"/> Historia e especificidades da programación cinematográfica <input type="checkbox"/> Programación de contenedores, ciclos e eventos cinematográficos (festivais, filmotecas, museos, etc.) <input type="checkbox"/> A programación de cine en televisión. ¿Do prime time a ser un formato máis?
BLOQUE 4. IDENTIDADE E IMAXE DE MARCA	<input type="checkbox"/> Filosofía, liña editorial e imaxe de marca <input type="checkbox"/> Contexto produtivo da programación audiovisual <input type="checkbox"/> Os procesos de produción e programación na industria audiovisual española <input type="checkbox"/> As cadeas e plataformas como produtoras de contido
BLOQUE 5. XÉNEROS E FORMATOS AUDIOVISUAIS	<input type="checkbox"/> Definición e tipoloxías de xéneros e formatos <input type="checkbox"/> Xéneros, macroxéneros, subxéneros e hibridacións <input type="checkbox"/> A programación de produción propia, externa e allea <input type="checkbox"/> A ficción seriada en España como xénero clave <input type="checkbox"/> A non ficción e os factuais en España como xénero clave
BLOQUE 6. INVESTIGACIÓN DE AUDIENCIAS	<input type="checkbox"/> A audimetría. Conceptos básicos: share, rating... <input type="checkbox"/> Entidades e organismos de investigación de audiencias <input type="checkbox"/> A investigación cualitativa e cuantitativa <input type="checkbox"/> Reflexión crítica sobre a recepción dos produtos audiovisuais <input type="checkbox"/> O protagonismo das audiencias: prosumidores, influencers, audiencia social, fandom...
BLOQUE 7. ESTRATEXIAS DE PROGRAMACIÓN	<input type="checkbox"/> A grella e as franxas horarias <input type="checkbox"/> Conceptos básicos: contraprogramación, fluxos, library, puenteo, dúplex, etc. <input type="checkbox"/> Análise de tendencias actuais de programación <input type="checkbox"/> Estratexias e tácticas de programación <input type="checkbox"/> A programación streaming e o consumo televisivo non lineal <input type="checkbox"/> Audiencia social: ¿binge-watching ou estrea semanal?

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentación	5	8	13
Estudo de casos	8	15	23
Traballo tutelado	9	36	45
Metodoloxías baseadas en investigación	4	20	24
Lección maxistral	25	0	25
Exame de preguntas de desenvolvemento	1	19	20

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

Descrición

Presentación	Presentación oral de investigación, traballos tutelados ou estudos de casos.
Estudo de casos	Estudos de caso sobre a programación no sector audiovisual realizados de maneira individual ou en grupo. Realizaranse na aula, pero poderán ser continuados fóra de horario de clase.
Traballo tutelado	Traballos investigación revisados e orientados polo docente realizados de maneira individual ou en grupo. Realizaranse na aula, pero poderán ser continuados fóra de horario de clase.
Metodoloxías baseadas en investigación	Tarefas prácticas de aula a partir de metodoloxías baseadas en investigación ou técnicas de investigación: por exemplo, seguimento de programas televisivos en emisión, propostas de novos formatos, etc. Poderán realizarse de maneira individual ou en grupo na aula, pero poderán tamén ser continuados fóra de horario de clase.
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos da materia

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Desenvolvemento en aula dos conceptos do programa previsto da materia por parte do docente en sesión presencial.
Estudo de casos	Estudos de caso sobre a programación no sector audiovisual revisados e orientados polo docente realizados de maneira individual ou en grupo.
Traballo tutelado	Traballos de investigación sobre temáticas relativas á materia revisados e orientados polo docente e realizados de maneira individual ou en grupo.
Metodoloxías baseadas en investigación	Tarefas prácticas de aula a partir de metodoloxías baseadas en investigación ou técnicas de investigación realizadas de maneira individual ou en grupo e supervisadas e revisadas polo docente.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Presentación	Exposición pública da investigación, os traballos tutelados ou as análises de caso	15	B4
Estudo de casos	Elaboración de análise sobre distintos casos ou problemáticas relacionadas co panorama televisivo ou cinematográfico.	20	B1 B2
Traballo tutelado	Traballos de investigación revisados e orientados polo docente sobre distintos casos ou problemáticas relacionadas co panorama televisivo ou cinematográfico.	35	B2 C11 D1
Exame de preguntas de desenvolvemento	Exame de desenvolvemento teórico sobre os contidos desenvolvidos nas sesións maxistrals.	30	B1 B2

Outros comentarios sobre a Avaliación

O alumno poderá optar a dous tipos de cualificación: avaliación continua e avaliación global

1- AVALIACIÓN CONTINUA

Aplicaranse as porcentaxes e conceptos anteriores (Presentación, Estudos de casos, Traballos tutelados e exame de preguntas de desenvolvemento). A nota final será a suma de estos catro apartados, segundo as súas porcentaxes relativas.

O exame final da materia non é obrigatorio. Quen obteña polo menos un 5 na suma das Presentacións (1,5 puntos máx), Estudos de casos (2 puntos máx) e nos Traballos tutelados (3 puntos máximos) poderá elixir se presentarse ao exame teórico para subir nota ou non.

É dicir: coas prácticas poderase obter un 7/10 máximo. Quen quera subir nota poderá presentarse ao exame teórico para optar ao restante 3/10, para chegar así ao 10/10 total da nota final.

Na segunda edición (xullo) aplicaranse os mesmos criterios e conservaranse as cualificacións dos apartados aprobados. Todos os detalles da estrutura do exame, as instrucións e entregas de traballos e prácticas, o calendario e a planificación da materia, os criterios de corrección, así como as cualificacións, publicaranse na plataforma MOOVI.

Será responsabilidade do alumno estar atento a esta información, xa que non se facilitará por ningún outro medio.

A asistencia presencial ás sesións teóricas e prácticas no horario establecido é obrigatoria. As prácticas realizaranse principalmente en clase, polo que a asistencia será controlada. As faltas de asistencia non xustificadas que superen o 20% suporán a non superación do materia.

2 - AVALIACIÓN GLOBAL

De conformidade co disposto no Regulamento de avaliación, cualificación e calidade docente e no proceso de aprendizaxe do alumnado, o estudante que non opte pola modalidade de avaliación continua terá dereito a unha proba global nas datas que determine a Facultade. Será unha proba de ata cinco horas de duración que permitirá ao alumnado cualificar entre 0 e 10, igual que na avaliación continua.

Esta posibilidade deberá ser solicitada expresamente polo estudante, coa antelación e cos trámites e nas datas que determine o Decanato da Facultade, entregando cuberto e asinado o documento habilitado para tal fin. A elección da avaliación global suporá a anulación automática de todas as cualificacións obtidas ate ese momento pola modalidade de avaliación continua.

O devandito procedemento pódese consultar na plataforma MOOVI. Non se admitirán solicitudes superado o prazo establecido e, unha vez recoñecido o dereito, non se poderá desistir do mesmo.

Será responsabilidade do alumno estar atento á información e materiais da materia, yerecopilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superala, xa que non se facilitará por ningún outro medio.

As probas realizaranse na data e hora oficialmente establecidas pola Facultade. Como norma xeral, a duración desta proba oficial é de dúas horas. Para a avaliación global, cada alumno necesitará 3 horas adicionais (5 desde o inicio da proba) para realizala. Constará dos seguintes apartados:

1o - Exame teórico (30% da nota, 2 horas). Será similar á da modalidade de avaliación continua, polo que é aplicable o que se explica no apartado de Exame de preguntas de desenvolvemento do epígrafe de Avaliación da guía. Pero na avaliación global é preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Unha cualificación inferior non sumará coas outras probas e suporá non superar a materia.

2o - Traballo ou traballos tutelados (35% da nota). Tamén será similar á proposta na avaliación continua. O alumno terá que realizar previamente e entregar o día da proba final de avaliación un ou varios traballos finais que poden ter tanto carácter teórico como práctico. O traballo ou traballos teñen un valor do 35% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Unha cualificación inferior non sumará coas outras probas e suporá non superar a materia.

3o - Estudo ou estudos de casos (20% da nota). Realización dunha proba ou probas de carácter práctico, de análise ou investigación empregando os medios e espazos da Facultade. Esta proba realizarase despois do exame teórico e terá unha duración máxima de 3 horas. O estudo ou estudos de caso teñen un valor do 20% sobre o total da nota sendo preciso obter unha cualificación mínima de 5 puntos para aprobar esta apartado. Unha cualificación inferior non sumará coas outras probas e suporá non superar a materia.

4o - Presentación ou presentacións (15% da nota). O alumno deberá expoñer dentro das tres horas adicionais (sen chegar a superar as cinco horas totais) un ou varios dos traballos tutelados ou estudos de caso entregados nos dos apartados anteriores. Será o docente quen determine qué traballos serán presentados ese día polo alumno.

A nota final será a suma dos catro apartados, sempre e cando os tres primeiros apartados estean aprobados (5/10). De ser así, a nota final será o resultado das catro correspondentes porcentaxes.

Na segunda edición (xullo) aplicaranse os mesmos criterios e conservaranse as cualificacións dos apartados aprobados. Todos os detalles da estrutura do exame, as instrucións e entregas de traballos e prácticas, o calendario e a planificación da materia, os criterios de corrección, así como as cualificacións, publicaranse na plataforma MOOVI. **Será responsabilidade do alumno estar atento a esta información, e recompilar a información específica e complementaria que sexa precisa para superar a materia, xa que non se facilitará por ningún outro medio.**

Calquera aspecto non previsto nesta guía resolverase en función do citado **Regulamento de avaliación, cualificación e calidade da ensinanza e do proceso de aprendizaxe do alumnado:**

<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/show/565>

Bibliografía. Fontes 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
- Peñañel 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/xmli/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 puzzle 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
- Peñañel, 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-televisión>, 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-Urbe, 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 análisis 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; García-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

Materias que se recomienda cursar simultaneamente

Guión, producción e realización de ficción/P04G071V01308

Materias que se recomienda ter cursado previamente

Empresa: Marketing de productos audiovisuais e multimedia/P04G071V01206

Xéneros cinematográficos/P04G071V01203

Guión audiovisual/P04G071V01209

Estratexias publicitarias para produtos audiovisuais/P04G071V01304
