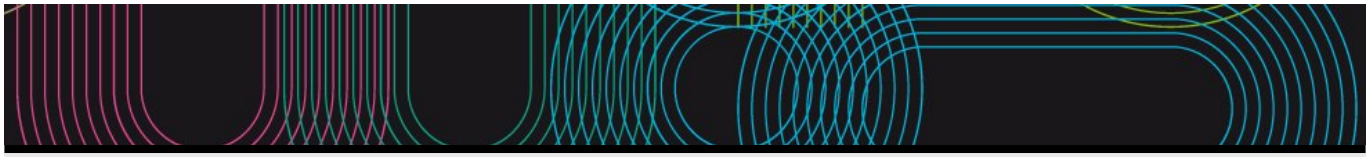

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Teoría y práctica de la comunicación televisiva				
Asignatura	Teoría y práctica de la comunicación televisiva			
Código	P04G190V01405			
Titulacion	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto Garcia Pinal, Alfredo			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto Garcia Pinal, Alfredo			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es agarcia@uvigo.es			
Web	http://webs.uvigo.es/albertodafonte			
Descripción general	Teoría y técnica de la comunicación televisiva aborda el conocimiento de los diferentes aspectos que configuran la televisión como medio de comunicación de masas y como negocio. Con esta intención se diseña un programa docente centrado en los procesos de producción de contenidos para lo medio y para las nuevas pantallas, en sus estrategias de difusión y en las diferentes posibilidades y condicionantes que presenta para su aprovechamiento publicitario			

Competencias	
Código	
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
C1	Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos
C3	Conocimiento de la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas.
C5	Conocimiento teórico-práctico de los elementos, formas y lenguajes de la publicidad y de las relaciones públicas en el contexto local/regional, nacional e internacional.
C11	Competencia o alfabetización digital: capacidad y habilidad para utilizar las tecnología y técnicas de comunicación en nuevos soportes, medios interactivos y multimedia.
C13	Destrezas expresivas: capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Realización de piezas publicitarias básicas y supervisión de su producción definitiva.

Resultados de aprendizaje		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Demostrar habilidades de aprendizaje autónomo.	A5	
Analizar los elementos de la comunicación televisiva y generar conocimientos en esta disciplina.	B2	
Interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo de la industria televisiva.	B1	
Describir la evolución histórica del medio televisivo, así como los aspectos industriales, sociopolíticos y estéticos que inciden en sus elementos, contenidos y procesos publicitarios.		C1

Identificar la estructura del sistema televisivo y sus características como medio publicitario.	C3
Distinguir los procesos encaminados a la creación de contenidos televisivos y la elaboración de los mensajes publicitarios en televisión y nuevas pantallas.	C5
Explicar los métodos de medición de audiencias de los contenidos televisivos en las distintas pantallas y los principales datos derivados de ellos.	C3
Emplear tecnologías y técnicas de comunicación audiovisual en nuevos soportes.	C11
Producir contenidos publicitarios audiovisuales de forma creativa: realizar piezas publicitarias básicas y supervisar su producción definitiva.	C13

Contenidos

Tema	
1. HISTORIA DE LA TELEVISIÓN. LOS PRIMEROS AÑOS	- Orígenes tecnológicos de la televisión - Primeros modelos televisivos: Europa vs. Estados Unidos - Origen e influencias de los contenidos televisivos - Programaciones televisivas en los primeros años - Primeros pasos de la investigación académica: los Television Studies
2. TECNOLOGÍA TELEVISIVA BÁSICA	- Captación de imagen y sonido: iluminación, cámaras, soportes y microfonía - Equipamiento de plató y control de realización - Emisión y recepción, sistemas de televisión
3. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS	- Los géneros televisivos - Etapas de la producción audiovisual - Desarrollo de proyectos publicitarios para televisión y de contenidos televisivos - Documentación básica para la presentación de proyectos
4. ESTRUCTURA DEL SECTOR TELEVISIVO	- Actores públicos y privados del sector televisivo - La regulación de los contenidos televisivos: organismos y normas - Tipología de los operadores de televisión
5. EL NEGOCIO TELEVISIVO	- Modelos de negocio - El modelo publicitario - Medición de audiencias en televisión: conceptos clave y estadísticas - Publicidad en televisión: tipología, características y condicionantes - Estrategias de programación en televisión - Nuevas ventanas de difusión de contenidos audiovisuales

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas autónomas a través de TIC	0	12	12
Sesión magistral	24	24	48
Seminarios	10	10	20
Prácticas de laboratorio	14	0	14
Trabajos tutelados	0	20	20
Proyectos	0	20	20
Pruebas de respuesta corta	2	14	16

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

Metodologías

	Descripción
Prácticas autónomas a través de TIC	Las sesiones magistrales se basan en el trabajo realizado de forma autónoma por el alumnado. Las prácticas autónomas se propondrán semanalmente y serán expuestas y discutidas en las sesiones magistrales correspondientes.
Sesión magistral	Las sesiones magistrales se basan en el trabajo semanal realizado de forma autónoma por el alumnado. Sobre la base del conocimiento previo adquirido por el alumnado se desarrollarán los contenidos teóricos de la materia.
Seminarios	Exposición de tendencias publicitarias audiovisuales. Organización y seguimiento de la evolución de los trabajos .
Prácticas de laboratorio	Manejo de equipos de iluminación, grabación, sonido y edición de vídeo.
Trabajos tutelados	Tomando como base los seminarios y las prácticas de laboratorio el alumnado desarrollará un proyecto de contenido audiovisual publicitario y organizará su producción.
Proyectos	Realización del contenido audiovisual publicitario desarrollado como trabajo tutelado.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción

Trabajos tutelados	Seguimiento personalizado de los trabajos propuestos tanto en horario de clase como en tutorías y en la plataforma de teledocencia
Proyectos	Seguimiento personalizado de los trabajos propuestos tanto en horario de clase como en tutorías y en la plataforma de teledocencia

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticas autónomas a través de TIC	Las sesiones magistrales se basan en el trabajo semanal realizado de forma autónoma por el alumnado. Las prácticas autónomas serán evaluadas en función de la participación del alumnado en las sesiones presenciales en las que se exponen y comentan.	10	A5	B2	C1 C3 C11
Sesión magistral	Las sesiones magistrales se basan en el trabajo semanal realizado de forma autónoma por el alumnado. La asistencia y participación en las clases presenciales será evaluada en función de la realización de las actividades previas propuestas por el docente.	10	A5	B1 B2	C1 C3 C5
Trabajos tutelados	Desarrollo de dos contenidos audiovisuales publicitarios sobre un tema propuesto por el profesor. El trabajo incluye la presentación de la propuesta al cliente y toda la documentación necesaria para el rodaje de la pieza y la ejecución de la campaña (trabajo en grupo).	10			C5 C13
Proyectos	Grabación y edición de los dos contenidos publicitarios audiovisuales desarrollados como trabajo tutelado (trabajo en grupo).	20			C5 C11 C13
Pruebas de respuesta corta	El examen tendrá lugar en las fechas oficiales aprobadas por el centro.	50		B1 B2	C1 C3 C5

Otros comentarios sobre la Evaluación

El examen tendrá lugar en las fechas oficiales aprobadas por el centro.

El alumnado deberá aprobar tanto el examen final de la materia como cada uno de los trabajos y proyectos para superar la asignatura. Los trabajos y proyectos propuestos son obligatorios.

Aquellos alumnos que falten a más de dos sesiones de prácticas y/o seminarios deberán superar, de manera adicional, un examen práctico que garantice la adquisición de las competencias de la materia sobre las que se trabaja en estas sesiones y que se refuerzan en los trabajos tutelados y proyectos.

Aquellos alumnos que por causas justificadas no puedan acudir a las clases con regularidad deberán ponerse en contacto con el docente al inicio del curso.

El sistema de evaluación es el mismo en todas las convocatorias.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Albert, P. e Tudesq, A., **Historia de la radio y la televisión**, Fondo de Cultura Económica, 1982

Allen, R. C. e Hill, A., **The television studies reader**, Routledge, 2004

Barroso, J., **Realización de los géneros televisivos**, Síntesis, 1996

Bignell, J., **An introduction to television studies**, Routledge, 2008

Bustamante, E, **La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados**, Gedisa, 2001

Perebinossoff, P. , Gross, B. e Gross, L., **Programming for TV, Radio & The Internet**, Focal Press, 2005

Saló, G., **¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión**, Gedisa, 2003

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104
Comunicación: Teoría y técnica de la imagen/P04G190V01106