



## IDENTIFYING DATA

### Programming for Audiovisual Products

Subject	Programming for Audiovisual Products			
Code	P04G071V01310			
Study programme	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptors	ECTS Credits	Choose	Year	Quadmester
	6	Mandatory	3rd	2nd
Teaching language	#EnglishFriendly Spanish Galician			
Department				
Coordinator	García Mirón, Silvia			
Lecturers	García Mirón, Silvia			
E-mail	silviamiron@uvigo.es			
Web				

**General description** (\*)A chegada da neotelevisión conlevou cambios significativos nas estratexias e tácticas de programación así como transformacións notables na televisión pública a raíz do nacemento das televisións privadas: a situación de competencia supuxo que para a acción de organizar a grella comezan a empregarse uns criterios baseados en estudos de audiencia previos polo que a audiencia convértese en protagonista, o que supón a imposibilidade de planificar a emisión de determinados contidos que non moven a un amplo grupo de telespectadores [como é o caso daqueles espazos de carácter divulgativo ou educativo] tendo que recorrer a unha tipoloxía diferente de canles como é o caso dos temáticos. A proximidade das historias retransmitidas, a aplicación dun fluxo continuo, a hibridación dos xéneros, a anidación entre programas, a creación de sinerxía, a emisión ómnibus, as plataformas megacontenedores, a hiperfragmentación, etc., todo iso son as novas prácticas que xurdirán a partir do abandono da paleotelevisión e o nacemento da televisión privada. Partindo desta idea propómonos coa materia [Técnicas de programación para televisión] non só coñecer a evolución do medio televisivo e o seu actual contexto senón centrarnos naqueles elementos e circunstancias que influencian a práctica da programación en televisión e as técnicas específicas que se utilizan para situar os espazos nunha orde que será denominado como grella. Por outra banda, tamén penetraremos na identidade televisiva e os distintos elementos que a configuran, centrándonos especialmente no progreso experimentado polas pezas de continuidade e as fórmulas autopromocionales utilizadas por parte das emisoras.

## Training and Learning Results

Code				
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	Define innovative creative personal projects that contribute to the knowledge or development of audiovisual languages or their interpretation			
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.			

## Expected results from this subject

Expected results from this subject	Training and Learning Results		
New	B1		
Be able to analyse and identify a technological project from all the points of seen disciplined, contemplating all the appearances of information that can take part in the system.		C11	
New	B1 B2	C11	D1

New	B1	C11
	B2	
New	B4	
New	B4	
New	B1	D1

## Contents

Topic	
1. Introduction to the audiovisual programming: definition, origin and evolution.	1.1. Definition and purpose. 1.2. Programming: continuity and fragmentation in the television speech. 1.3. Evolution of the programming in television.
2. Contents and cataloging	2.1. Gender and format: conceptual approach. 2.2. Types of television contents: genders, macrogenders and hybrid contents. 2.3. The own production, external and extraneous 2.4. The fiction in Spain like key gender 2.5. The no fiction and the factuals 2.6. New digital formats
3. Audiences	3.1. Definition 3.2. Measurement of audiences in the audiovisual: polls and audimeters 3.3. The measurement of audience in Spain: main data 3.4. The audience and the phenomenon fan in the audiovisual: the audience creator.
4. The television programming	4.1. The department of programming and the programmer in television: functions. 4.2. Programming in television: grills and time bands. 4.3. Vertical loyalty VS horizontal loyalty.
5. Strategies and tactical of television programming	5.1. Classical strategies of programming in the television: location, format and characters 5.2. The programming in the autonomic channels. 5.3. The programming in the thematic channels, pay per view and multiplatform. 5.4. Strategies of programming in PostTV: synergy web TV, multimedia and social synergy TV. 5.5. The programming in the VOD platforms.
6. Television identity.	6.1. The television identity: definition and functions. 6.2. Elements that compose the television identity. 6.3. The programming from an advertising perspective: question of image and positioning.
7. The cinematographic programming	7.1. History and specificities of the cinematographic programming 7.2. Programming of containers, cycles and cinematographic events (festivals, film library, museums) 7.3. The programming of cinema in television.

## Planning

	Class hours	Hours outside the classroom	Total hours
Presentation	6	10	16
Case studies	6	14	20
Mentored work	8	36	44
Research based methodologies	4	20	24
Lecturing	25	0	25
Essay questions exam	1	20	21

\*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

## Methodologies

	Description
Presentation	Oral presentation of the mentored works.
Case studies	Case studies on the programming in the audiovisual sector and factors of influence.
Mentored work	Works reviewed and oriented by the teacher.
Research based methodologies	Practical tasks of classroom from methodologies based in investigation or technical of investigation: follow-up of television programs in broadcast
Lecturing	Theoretical explanation and based in real examples of the epigraphs of the program.

## Personalized assistance

Methodologies	Description
Case studies	Analysis of cases through schedules, recent examples and query of virtual sources. Sessions of personalised attention in the classroom.
Mentored work	Works of investigation supervised in the practical part of the matter on thematic relative proposals to the matter.
Research based methodologies	Tutorials of the work of follow-up of programs in broadcast

### Assessment

	Description	Qualification	Training and Learning Results
Presentation	(*)Exposición pública dos traballos tutelados ou análises de caso	20	B4
Case studies	(*)Elaboración de análise sobre distintos casos ou problemáticas relacionadas co contexto e a realidade televisiva.	20	B1 B2
Mentored work	(*)Traballos investigación revisados e orientados pola docente. 1.- Análise de grellas e/ou estratexias de programación. 2.- Análise de estratexias e accións de identidade televisiva. 3.- Creación de canle con proposta de grella ou creación de formato televisivo.	30	B2 C11 D1
Essay questions exam	(*)Exame de desenvolvemento teórico sobre os contidos desenvolvidos nas sesións maxistras.	30	B1 B2

### Other comments on the Evaluation

- To be able to opt to these percentages in the evaluation the student has to deliver the whole of the works, case studies and make his presentations in the classroom.

**- The assistance to the matter is compulsory. To be able to be evaluated of the practical part of the subject is a requirement to assist to the practical sessions. Those with 25% of faults of assistance or more without justifying will not be evaluated.**

- The examination will take place in the official dates approved by the Faculty of Communication.

- Those students that by justified causes can not attend to the classes with regularity have to take the global evaluation system.

- Those works delivered out of the date established will not be evaluated.

- The evaluation system for July o end of career will be the same described by the formal evaluation in the semester.

### INSTRUCTIONS REGARDING THE GLOBAL EVALUATION SYSTEM:

- The global evaluation system will be applied to those students who explicitly waive the continuous assessment system, which is recommended for taking this course.

- This waiver must be made within the first month of teaching the subject, following the guidelines of the protocol approved by the Faculty of Communication Board and after being informed to the teacher.

- The global evaluation system will consist of the official theoretical exam (30%), a practical exam (20%), and the submission of individual projects for the course (30%) which will be defended through an oral presentation on the official exam date (20%).

- Each test must be passed separately in order to pass the course.

- The global evaluation tests will only be conducted on the official date approved by the institution.

- The tests related to the projects will not be accepted outside of that official date.

- No tutoring sessions will be offered for the explanation of theoretical or practical content covered in face-to-face sessions.

- No additional materials will be provided beyond what is available on the Moovi online teaching platform for students who waive the continuous assessment system.

### Sources of information

#### Basic Bibliography

- Perebinosoff, Philippe, **Programming for TV, radio, and the Internet : strategy, development, and evaluation**, 2nd ed., Focal Press, 2005
- Gómez-Escalonilla Moreno, Gloria, **La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956 a 1996 [Recurso de Internet]**, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2011
- Álvarez-Monzoncillo, J.M., **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
- Cebrián Herreros, M., **Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación**, Síntesis, 1998
- Cebrián Herreros, M., **Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet**, Paidós, 2004
- Cortés, J.A., **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, J.A., **La investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos.**, Paidós, Papeles de Comunicación, 2000
- 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
- Barroso García, J., **Realización de los géneros televisivos**, Editorial Síntesis, 1996
- 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
- Complementary Bibliography**
- Orza, Gustavo F., **Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental**, La Crujía, 2002
- Howard, Herbert H., **Radio, TV, and cable programming**, 2nd ed., Iowa State University Press, 1994
- AA.VV., **Audiencia y Programación**, RTVV, 1993
- Bruno, M.W., **Neotelevisión. Dalle Comunicazione di massa alla massa de comunicazione**, Rubbetino, 1994
- Valderrama Santomé, M., **<http://www.progratele.blogspot.com.es/p/textos.html> ARTÍCULOS PUBLICADOS SOBRE PROGRAMACIÓN**,
- Dayan, D. (comp.), **En busca del público. Recepción, televisión, medios**, Gedisa, 1997
- Garmendia Larrañaga, M., **¿Por qué ven televisión las mujeres?: televisión y vida cotidiana**, Universidad del País Vasco, 1998
- Matelski, M. J., **Programación diurna de televisión**, IORTV, 1992
- Bustamante, E, **Historia de la radio y la televisión en España, una asignatura pendiente de la democracia**, Gedisa, 2013
- Contreras, J.M., **El libro de la tele: anuario de la televisión en España**, Geca Consultores,, 1995
- 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
- Costa, J., **Identidad televisiva en 4D**, Grupo Editorial Design, 2005

## Recommendations

### Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Fiction Screenplay, Production and Direction/P04G071V01308

### Subjects that it is recommended to have taken before

Business: Marketing of Audiovisual and Multimedia Products/P04G071V01206

Film Genres/P04G071V01203

Screenplay Writing/P04G071V01209

Advertising Strategies for Audiovisual Products/P04G071V01304