

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36571
Nombre	Ideación y producción televisiva
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	9 - Procesos de creación, producción y realización audiovisual	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
PELLICER ROSELL, MANUEL D	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La asignatura “Ideación y producción televisiva” tiene como objetivo formar a los alumnos en la ideación y desarrollo de proyectos audiovisuales para televisión, desde un enfoque teórico y práctico. Los contenidos de la asignatura responden al propósito de que los estudiantes conozcan los procesos y los recursos necesarios para producir y desarrollar contenidos televisivos desde la idea inicial hasta su difusión. Para ello, los alumnos deberán de conocer el contexto televisivo de producción, las particularidades de los géneros, los recursos humanos y técnicos necesarios para llevar adelante un proyecto, así como los condicionantes que representan la programación y las audiencias, además de las formas de financiación, explotación y promoción de los contenidos televisivos.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se exigen requisitos previos

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases, desde la concepción de un proyecto hasta su comercialización. Dicho conocimiento dará lugar al desarrollo de la capacidad y habilidad para planificar y gestionar los recursos humanos, presupuestarios y medios técnicos, incluyendo todos los procesos implicados en la dirección y gestión de empresas audiovisuales en sus diferentes ámbitos.
- Conocimiento y aplicación de las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisuales en sus diversas fases, tanto en el cine como en televisión, vídeo y multimedia desde el punto de vista de la puesta en escena desde la idea inicial hasta su acabado final. De ello se deriva la capacidad para crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales cinematográficas, videográficas o televisivas, responsabilizándose de la dirección de actores y ajustándose al guión, plan de trabajo o presupuesto previo.



- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.
- Conocimiento teórico-práctico de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine, y soportes multimedia), incluyendo la capacidad para utilizarlos en la construcción y manipulación de los diversos productos que abarca el ámbito de la comunicación audiovisual.
- Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
- Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

Aplicar las técnicas y procesos de producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases.

Planificar recursos humanos.

Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.

Escribir textos adaptados al medio.

Escribir escaletas adaptadas al medio.

Analizar estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica.

Aplicar soluciones propias en el desarrollo de los proyectos audiovisuales.

Trabajar en equipo.

Poner en valor las propias propuestas.

Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.

Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. TEMA I. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL TELEVISIVA

- 1.1 Naturaleza y particularidades
- 1.2 La producción audiovisual en televisión
- 1.3 Tipología y funciones del productor

2. TEMA II. LA GENERACIÓN DE IDEAS

- 2.1 EL PROCESO DE IDEACIÓN Y LAS FUENTES DE INSPIRACIÓN
- 2.2 FASES DEL PROCESO DE IDEACIÓN
- 2.3 IDEACIÓN Y CREATIVIDAD
- 2.4 CREACIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS TELEVISIVOS

3. TEMA III. GÉNEROS Y FORMATOS

- 1.1 GÉNEROS Y FORMATOS
- 1.2 LAS CLASIFICACIONES
- 1.3 HIBRIDACIÓN, GLOBALIZACIÓN E INFOENTRETENIMIENTO.

4. TEMA IV. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA

- 4.1. Fases del proceso de producción
 - 4.1.1 La pre-producción
 - 4.1.2 La producción
 - 4.1.3 La post-producción
- 4.2 La planificación de la producción televisiva
 - 4.2.1 El guión y el pre-guión
 - 4.2.2 La escaleta
 - 4.2.3 El Plan de producción
 - 4.2.4 El Plan de rodaje/trabajo
 - 4.2.5 El Plan de financiación
 - 4.2.6 El Plan de explotación

5. TEMA V. EL MODELO TELEVISIVO ESPAÑOL

- 1. LA TELEVISIÓN ECONÓMICA
- 2. EL MARCO LEGAL
- 3. MODELOS DE TELEVISIÓN



6. TEMA VI. FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA: LA PROGRAMACIÓN

- 1 LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN
- 2 TIPOS DE PROGRAMACIÓN
- 3 ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN

7. TEMA VII. FACTORES QUE INCIDEN EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA: LA AUDIENCIA

- 7.1.1 Los estudios cualitativos
- 7.1.2 Los estudios cuantitativos
- 7.2 Otros parámetros de medición

8. TEMA VIII. ELEMENTOS DE LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA

- 1.1 RECURSOS HUMANOS
- 1.2 RECURSOS TÉCNICOS

9. TEMA IX. MODOS DE PRODUCCIÓN

- 9.1 Producción propia
- 9.2 Producción asociada
- 9.3 Coproducción
- 9.4 Intercambio

10. TEMA X. EL PRESUPUESTO

- 10.1 La elaboración del presupuesto

11. TEMA XI. FINANCIACIÓN, EXPLOTACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES

- 1. LA FINANCIACIÓN: AYUDAS Y FONDOS NACIONALES
- 2. MERCADOS, FESTIVALES Y CERTÁMENES
- 3. NUEVAS FORMAS DE PRODUCCIÓN, EXPLOTACIÓN Y PROMOCIÓN

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en aula informática	45,00	100
Clases de teoría	15,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	30,00	0
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Lecturas de material complementario	15,00	0
Preparación de actividades de evaluación	10,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Lección magistral

Realización de proyectos audiovisuales

Estudios y análisis de casos

Exposición en aula y trabajo por grupos

EVALUACIÓN

Prueba escrita final 40 %

Valoración del aprendizaje técnico (trabajo en grupo en el aula) 60 %

Para ser evaluado positivamente, en ambas pruebas se habrá de obtener una calificación mínima de 5 sobre 10.

Los requisitos de evaluación serán equivalentes tanto en la primera convocatoria como en la segunda.

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.



REFERENCIAS

Básicas

- 10.1 Referencias Básicas

- ARANA, E. (2011): Estrategias de programación televisiva. Madrid, Síntesis
- CLARÉS-GAVILÁN, J.; MERINO, C.; NEIRA, E. (2019): La revolución over the top. Del vídeo bajo demanda (VoD) a la televisión por internet. Barcelona, UOC.
- MARTÍNEZ ABADÍA, J.; FERNÁNDEZ DÍEZ, F. (2010): Manual del productor audiovisual. Barcelona, UOC.
- MARZAL, J.; LÓPEZ CANTOS, F.J. (eds.) (2008): Teoría y técnica de la producción audiovisual. Valencia, Tirant lo Blanch.
- MEDINA, E.; DÍAZ, J. (2017): La producción en televisión. Contexto, herramientas y proceso. Compress Comunicación.
- OBRADORS, M. (2007) Creatividad y generación de ideas. Estudio de la práctica creativa en cine y publicidad. PUV.
- PARDO, A. (2015): Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales. Pamplona, EUNSA.
- TOLEDO, Sergio (2012): Como crear programas de televisión. La creatividad y su aplicación a lo audiovisual. Laertes.
- ZALLO, R. (2011): Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Barcelona, Gedisa.
- ZALLO, R (2016): Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder. Barcelona, Gedisa.

Complementarias

- BARAYBAR, A. (2006): Marketing en televisión. Madrid, Fragua
- BUSTAMANTE, E. (1999): La televisión económica. Financiación, estrategia y mercados. Barcelona, Gedisa.
- CANCHO GARCÍA, N. E.; GARCÍA TORRES, M.A. (2017): Planificación de proyectos audiovisuales. Tarragona, Altaria.
- COLOM, R. (2006): La industria de la televisión. Barcelona, UOC.
- CONTRERAS, J.M.; PALACIO, M. (2001): La programación televisiva. Madrid, Síntesis.
- DURAN, J.; SÁNCHEZ, L. E. (2008): Industrias de la comunicación audiovisual. Barcelona, Publicacions ub.
- FERNÁNDEZ, E.V.; LINARES, R. (2014): ¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia. Barcelona, UOC.
- FRANCÉS, M. (2009): Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital. Barcelona, Gedisa.
- FRANCÉS, M. (2011): Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. Madrid, IORTV.
- FRANCÉS, M.; OROZCO, G. (coords.) (2016): Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas. Madrid, Síntesis.



LEJARZA, M.; GÓMEZ, S. (2013): Televisores cuadrados, ideas redondas. Algunas historias de la televisión. Madrid, Planeta.

MEDINA DE LA VIÑA, E.; MORENO DÍAZ, J. (2017): La producción en televisión. Contexto, herramientas y proceso. Madrid, Ommpress Comunicación.

MIÑARRO, L. (2013): Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Barcelona, UOC.

MIÑARRO, L. (2013): Cómo vender una obra audiovisual. Una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Barcelona, UOC.

MOLLÀ, D (2013): La producción cinematográfica. Las fases de creación de un largometraje. Barcelona, UOC.

NEIRA, E. (2020): Streaming wars. La nueva televisión. Barcelona, Planeta.

RODRÍGUEZ, P. (2013): Todo lo que hay que saber de contenidos audiovisuales. Wolters Kluwer España.

SÁINZ, M., (2002): El productor audiovisual. Madrid, Síntesis.

VIOLAN, E. (2009): Com fer un programa per a televisió. Barcelona, Publicacions ub.

ZETTL (2000): Manual de producción de televisión. Madrid, Paraninfo.