



Guía Docente				
Datos Identificativos				2015/16
Asignatura (*)	Formatos de televisión e novos medios		Código	616G01019
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Humanidades			
Coordinación	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Profesorado	Arrojo Baliña, María José	Correo electrónico	maria.jose.arrojo@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>No actual panorama audiovisual os contidos sitúanse no máis alto da cadea de valor. O obxectivo desta asignatura é que os alumnos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- se familiaricen coa análise das grellas de programación</li> <li>- identifiquen e analicen a casuística de cada un dos xéneros audiovisuais</li> <li>- coñezan o proceso de ideación e creación de formatos</li> <li>- descubran os mecanismos de comercialización e adaptación dos formatos audiovisuais</li> <li>- analicen o proceso de converxencia do sistema audiovisual, e</li> <li>- coñezan e investiguen os novos contidos que se están producindo para os soportes emerxentes.</li> </ul>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Comunicar mensaxes audiovisuais	A1	B6 B7	
Crear produtos audiovisuais	A2	B8	C2
Coñecer o sector audiovisual: a oferta e as súas audiencias	A6		C4
Coñecer as técnicas de creación e produción audiovisual	A7	B8 B9	C1
Coñecer a tecnoloxía audiovisual	A8	B8	C4
Coñecer os principais códigos da mensaxe audiovisual	A12		C3

Contidos	
Temas	Subtemas
Tema 1.- Estructura da Televisión	1.1.- Organización interna das televisións 1.2.- Departamento de informativos 1.3.- Departamento de programas 1.4.- Departamento de produción allea 1.4.1.- A relación coas produtoras
Tema 2.- Programación	2.1.- Filosofía empresarial da canle 2.2.- Criterios de viabilidade 2.3.- A grella como estratexia de fidelización da audiencia 2.4.- Principais técnicas de programación 2.5.- A programación nun entorno multimedia



Tema 3.- Xéneros audiovisuais	3.1.- Informativos 3.2.- Entretemento 3.3.- Fición
Tema 4.- Formatos televisivos	4.1.- Características do formato televisivo 4.2.- Tendencias 4.3.- Crear un formato 4.4.- Adaptación dun formato 4.5.- Comercialización dos formatos
Tema 5.- Dixitalización e converxencia	5.1.- Os contidos audiovisuais nun entorno multimedia 5.2.- Da planificación vertical á horizontal 5.3.- A nova experiencia audiovisual 5.4.- A xestión integral dos contidos
Tema 6.- Contidos audiovisuais para os novos soportes	6.1.- Principais contidos para os novos media 6.2.- Formatos multiplataforma 6.3.- Formatos crossmedia 6.4.- O branded content 6.5.- A produción low cost

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A12 B9 C3	24	0	24
Traballos tutelados	A1 A2 A7	13	65	78
Estudo de casos	A6 A8 C1 C2	5	25	30
Presentación oral	B6 B7 B8	1	0	1
Proba mixta	B6 C4	2	12	14
Atención personalizada		3	0	3

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	Nestas clases explicaranse os diferentes temas do programa, para o que se contará co apoio de presentacións power-point, vídeos e diversos materiais que faciliten a explicación dos asuntos abordados e que se empregan habitualmente nas televisións e produtoras audiovisuais
Traballos tutelados	Ao longo do cuadrimestre os alumnos deberán realizar diferentes traballos en grupo e individuais (segundo o cronograma da asignatura) que computarán na nota final. Os contidos destes traballos son os seguintes - análise dunha grella de programación. Localización de xéneros por canles - análise dos contidos que conforman o catálogo das principais distribuidoras de formatos - ideación dun formato - busca e análise de contidos tranmedia, crossmedia e branded content
Estudo de casos	Realizaranse os seguintes estudos de casos: - revisión de materiais de formatos informativos - revisión de materiais de formatos de entretemento - análise das tendencias de formatos a nivel internacional
Presentación oral	É importante para a formación dos alumnos que se fagan coas técnicas de defensa de proxectos de maneira oral, polo que terán que facer unha presentación oral do formato audiovisual que teñan deseñado
Proba mixta	Un exame escrito no que o alumno terá que demostrar os coñecementos adquiridos



## Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados Estudo de casos Presentación oral	O profesor tutelará os traballos do alumno a través das sesións destinadas á atención personalizada, así coma no seguimento e corrección dos traballos tutelados e das prácticas realizadas na aula

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba mixta	B6 C4	Exame escrito con preguntas curtas e preguntas a desenvolver	40
Traballos tutelados	A1 A2 A7	- análise dunha grella de programación e localización de xéneros por canles - análise dos contidos que conforman o catálogo das principais distribuidoras de formatos - ideación de un formato - busca e análise de contidos transmedia, crossmedia e branded content	55
Presentación oral	B6 B7 B8	Presentación oral do formato audiovisual que teñan deseñado	5

## Observacións avaliación

É necesario superar tanto o exame escrito como cada unha das probas prácticas (traballos tutelados) para poder aprobar a asignatura.
--

## Fontes de información

<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SALÓ, G. (2003). ¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión. Barcelona: Gedisa</li> <li>- FRANCÉS, M. (coord) (2011). Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. Madrid: Instituto RTVE</li> <li>- RUANO, S. (2009). Contenidos culturales en las televisiones generalistas. Madrid: Fragua</li> <li>- LACALLE, CH. (2005). Los formatos de la televisión. Barcelona: Gedisa</li> <li>- ARROJO, M.J. (2010). Distribución y financiación de formatos audiovisuales en Internet. Nuevas estrategias para rentabilizar los contenidos. Telos, n. 85, Madrid: Fundación Telefónica</li> <li>- VILLAGRASA, J.M. (2010). Atrápalos como puedas! La competencia televisiva: programación y géneros. Valencia : Tirant lo Blanch</li> <li>- CEBRIÁN, M. (1992). Géneros informativos audiovisuales Radio, Televisión, Periodismo Gráfico, Cine, Video. Madrid : Ciencia 3</li> <li>- ARROJO, M.J. (2012). ¿La Televisión Social. Nuevas oportunidades y nuevos retos para el sector audiovisual?. <a href="http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247732">http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247732</a></li> <li>- ARROJO, M.J. (2012). ¿Algo más que Juegos de Realidad Alternativa: The truth about Marika; Conspiracy for Good; y Alt Minds?. <a href="http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247757">http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247757</a></li> <li>- ARROJO, M.J. (2014). ¿Los Juegos de Realidad Alternativa. Una nueva generación de contenidos multimedia interactivos?, en SIERRA, J., Y RODRIGUES, D. (coord.) Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada. Madrid: Fragua</li> </ul>
<b>Bibliografía complementaria</b>	

## Recomendacións

<b>Materias que se recomienda ter cursado previamente</b>
<b>Materias que se recomienda cursar simultaneamente</b>
<b>Materias que continúan o temario</b>
<b>Observacións</b>



(\*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías