



**CEU**  
*Universidad  
San Pablo*

# **Guía Docente**

***MÓDULO I: LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN***

***PRIMER SEMESTRE***

***MÁSTER UNIVERSITARIO EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN***

***MODALIDAD: PRESENCIAL***

***CURSO 2018***

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN***

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

### 1.- MÓDULO:

Nombre: LA INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN		
Código: NJ11		
Máster en que se imparte el módulo: MASTER UNIVERSITARIO EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	Semestre (s) en el que se imparte: Primero	
Carácter: Obligatoria	ECTS: 4,5	Horas ECTS: 112,5
Idioma: Castellano	Modalidad: Presencial	
Facultad en la que se imparte la titulación: FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN		

### 2.- ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO:

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad
Área de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

## 2. PROFESORADO DEL MÓDULO

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable de Módulo	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. José Francisco Serrano Oceja
Tlfno (ext):	914566300
Email:	pserrano@ceu.es
Perfil Docente e Investigador	Doctor en Ciencias de la Información y Licenciado en Periodismo por la Universidad Pontificia de Salamanca. Profesor Agregado de Periodismo en la Universidad CEU San Pablo. Profesor visitante en la Facultad de Teología San Dámaso y en varios másteres. Periodista y asesor en comunicación del Arzobispado de Madrid. Editoralista de la cadena COPE. Colabora en varios medios de comunicación (Popular TV, Análisis Digital, La Gaceta de los Negocios, Religión Confidencial...). Autor de varios libros científicos y de divulgación en el ámbito de la Comunicación y de la Teología.

  

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	D. Alejandro Gómez Lavilla
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	alavilla@tracor.es

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	D. Javier Bardají Hernando
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	jbardaji.profesor@tracor.es

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. Pablo Velasco
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	pvelasco@ceu.es

## 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la asignatura, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

## 3. OBJETIVOS DEL MÓDULO

La industria de la televisión, introduce al alumno en el entorno de la televisión y las relaciones entre los principales agentes del medio, productoras y cadenas de televisión, y cómo la tecnología impactará en su evolución. Se introduce también el marco jurídico que rodea la producción televisiva, así como los principios éticos y normas deontológicas de la profesión.

## 4. COMPETENCIAS

### 1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas y Generales
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A	Capacidad de análisis y de síntesis en relación al hecho televisivo.
C	Capacidad para comunicarse correctamente tanto de manera oral como escrita en su ámbito profesional de especialización.
D	Capacidad para la resolución de problemas y toma de decisiones.
E	Capacidad crítica y autocrítica (capacidad del alumno de realizar críticas profesionales constructivas, así como de recibirlas).
F	Capacidad para trabajar en equipo.
H	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
K	Capacidad para comunicar y defender proyectos.
L	Compromiso ético en el ejercicio de la profesión.

Código	Competencias Específicas
C1	Capacidad para comprender de manera integral las reglas de funcionamiento de la industria televisiva y analizar las interrelaciones existentes entre las distintas fuerzas que la conforman.
C2	Capacidad para entender el funcionamiento, clasificación y estructura tanto de los operadores de televisión como las empresas proveedoras de contenidos y cómo se establecen las relaciones entre ellos.
C3	Capacidad para entender el entorno tecnológico de la industria televisiva y cómo la tecnología impactará en su evolución.
C4	Conocimiento de los nuevos medios de distribución de contenidos televisivos.
C5	Conocimiento del marco jurídico que rodea la producción televisiva.
C6	Compromiso ético en el ejercicio de la profesión mediante el respeto de los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos y el respeto a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Sentido de responsabilidad hacia personas con discapacidades y en relación a la influencia que tiene la televisión en niños y adolescentes.

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
R1	Los alumnos adquirirán "cultura de industria" que demostrarán mediante: <ul style="list-style-type: none"> <li>- El conocimiento de los diferentes modelos de negocio y la cadena de valor de la industria.</li> <li>- El conocimiento del mapa de los operadores televisivos en España: sus estrategias de comercialización de emisiones, líneas editoriales, posicionamiento por escenarios geográficos, por cobertura, por tecnología, por acceso, por titularidad, por perfil y por su financiación.</li> <li>- El conocimiento del mapa de la producción televisiva en España: la articulación del sector por especialización en la producción de géneros, volumen, estándares de producción, experiencia, gama de productos, modelos de gestión, estructura y perfiles de sus profesionales.</li> </ul>
R2	El alumno conocerá el impacto de las tecnologías en la industria televisiva y será capaz de

	hacer prospectiva sobre su evolución para permitirle desarrollar tácticas para la producción de contenidos. El alumno demostrará también conocer las últimas tendencias en la producción de contenidos televisivos para nuevos medios.
R3	El alumno conocerá de manera general las normas jurídicas relacionadas con la industria y la producción televisiva. El alumno conocerá también los códigos deontológicos de su profesión así como los códigos de autorregulación de contenidos televisivos en especial en lo referente a protección de la infancia y colectivos desfavorecidos.

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas Módulo	112,5 h.
--------------------	----------

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF1	Teoría / Seminario	20 h.
AF2	Prácticas	10 h.
AF3	Evaluación / Tutorías / Presentaciones	10 h.
TOTAL Horas Presenciales		40 h.

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF4	Trabajos individuales	30 h.
AF5	Trabajos grupales	45,5 h.

### 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF1	Teoría/ Seminario: Clases magistrales por parte del profesor sobre los contenidos del programa. Debates sobre temas específicos relacionados con el programa.
AF2	Prácticas. Casos prácticos y ejercicios a realizar relacionados con el programa (estudios de audiencias y programación televisiva, ejercicios de guión, talleres con cámara, talleres de edición)
AF3	Evaluación/Tutorías/Presentaciones: Evaluación continua de la participación y conocimiento adquiridos. Orientación al alumno en la realización de las prácticas y resolución de dudas. Los alumnos realizarán presentaciones de trabajos
AF4	Trabajos individuales: Realización de trabajos de forma individual (lecturas, visionados, ejercicios de guión, prácticas con cámara, ejercicios de edición, etc.)
AF5	Trabajos grupales: Realización de trabajos en grupo ( estudios de audiencias y programación televisiva, ejercicios sobre formatos, elaboración de guiones, grabaciones, elaboración de propuesta de programas, plan de trabajo, selección de actores, presentadores, etc.)

AF6	Prácticas externas: Las prácticas externas son actividades formativas no presenciales del alumno en clase y potencian el desarrollo de todas las competencias genéricas del Máster y de competencias específicas en función del carácter más amplio o específico de las mismas.
-----	---

## 6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 1.- ASISTENCIA A CLASE:

! La asistencia es obligatoria.
---------------------------------

### 2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua)		
Código	Nombre	Peso
SE 1	Participación	10%
SE 2	Trabajos y casos prácticos desarrollados durante la materia	40%
SE 3	Prueba final de evaluación.	50%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Código	Nombre	Peso
SE 3	Prueba final de evaluación	100%

### 3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Sistemas de Evaluación	Definición
<b>SE1</b>	La calificación final del módulo se calculará mediante una media aritmética ponderada (en función del respectivo número de ECTS) de la nota final obtenida en cada materia. La evaluación de los resultados de aprendizaje específicos anteriormente establecidos se realizará mediante una PRUEBA FINAL DE EVALUACIÓN en cada materia
<b>SE2</b>	Prueba Final de Evaluación
<b>SE3</b>	Evaluación continua de ejercicios y prácticas.

## 7. PROGRAMA DEL MÓDULO

### 1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

#### **Análisis Estructural de la Industria de la Televisión**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- ! Análisis Estructural de la Industria de la Televisión
- ! Modelos de negocio en la industria de la televisión
- ! Cadena de valor
- ! Estrategias de los operadores
- ! Líneas editoriales
- ! Posicionamiento
- ! Producción independiente
- ! Las relaciones entre operadores y productoras independientes
- ! Estrategias de comercialización de las emisiones de televisión

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! A partir de los informes del sector, redactar un análisis y extraer las principales conclusiones.
- ! Cada alumno presentará y defenderá el resultado del análisis de una productora independiente, o de la operadora de televisión que le haya sido adjudicada.
- ! En cada sesión deberán rellenar un test de cultura industrial televisiva.
- ! Los alumnos dispondrán de tutorías regulares para el seguimiento de los trabajos individuales y grupales sobre proveedores independientes de contenidos que les hayan sido adjudicados.
- ! A partir del listado de FAPAE se deben identificar las productoras independientes de contenidos activas en España.
- ! Cada alumno investigará aquellas productoras que le correspondan y, si fuera necesario, con el fin de completar la información, establecerá contacto telefónico con ellas para investigar su política de contratación de profesionales.

#### **Entorno Tecnológico y Nuevos Medios de Distribución de Contenidos Televisivos**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- ! Entorno tecnológico digital
- ! Nuevos operadores
- ! Nuevos productores
- ! Nuevos hábitos de consumo
- ! Nuevos modelos de negocio

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Los alumnos dispondrán de tutorías regulares para orientarles en el seguimiento de los trabajos individuales y grupales, sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la producción y difusión de contenidos audiovisuales.
- ! Cada alumno presentará y defenderá el resultado del análisis que haya realizado en los trabajos individuales y grupales.
- ! TV IP. Buscar, identificar y describir portales, players, videoclubs online y agregadores de contenidos audiovisuales/televisivos.

#### **Marco Regulatorio de la Industria de la Televisión y Ética Profesional**

#### PROGRAMA TEÓRICO:

- ! Estudio de las diferentes leyes relativas a la propiedad intelectual y el derecho a la propia imagen: Ley de Propiedad Intelectual, Ley 7/2010 de 31 de marzo (Ley General de la Comunicación Audiovisual), Ley 17/2001 de 7 de diciembre (Ley de Marcas), etc.
- ! Análisis de diferentes modelos de contrato: contrato de encargo de producción y contrato de coproducción.
- ! Fundamentación e historia de los códigos deontológicos como referentes.
- ! Principales campos de controversia ética en la comunicación. Conocimientos y actitudes que permiten la práctica de una comunicación responsable.
- ! Cultura y comunicación. Éticas sustantivas y éticas adjetivas. Acción racional del hombre y sabiduría de la vida. La construcción de un sistema ético. Códigos deontológicos: historia, desarrollo y marcos conceptuales.

#### PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

- ! Análisis de un programa de televisión.
- ! Los alumnos explicarán, a partir de una obra audiovisual, cómo registrar esa obra, teniendo en cuenta el marco jurídico audiovisual, y determinarán los derechos que tienen como autores de la obra.
- ! Los alumnos desarrollarán una pequeña obra audiovisual, empleando la normativa estudiada y explicarán cómo registrar la obra, que derechos tienen como autores de la obra y cómo “colocar” la obra en una televisión.
- ! Comentar y analizar lecturas propuestas. Se elaborará de un ensayo en formato Word, sobre alguna cuestión de las propuestas en la documentación desde la perspectiva de los criterios analizados en clase.
- ! Los alumnos se dividirán en dos grupos. Uno será la productora y el otro la televisión. Negociarán la producción de un programa y sus acuerdos los reflejarán en un contrato.

## 8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

### 1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

#### **Análisis Estructural de la Industria de la Televisión**

ARNANZ, Carlos, “Negocios de televisión” Gedisa, S.A (2002).

BUSTAMANTE, Enrique, “La televisión económica” Gedisa (1999). CONTRERAS, J.M. y Palacio, M., “La programación de televisión”, Madrid, Síntesis (2001).- HUERTAS, A., “La audiencia investigada” Barcelona, Gedisa, 2002.

PALACIO, M., “Historia de la televisión en España, Barcelona”, Gedisa, 2001.

#### **Entorno Tecnológico y Nuevos Medios de Distribución de Contenidos Televisivos**

URRETAVIZCAYA HIDALGO, M. “Nueva televisión digital en el universo multimedia”, La Universidad de Deusto (2008).

MENDIZ NOGUERO, A., “Nuevas formas publicitarias. Patrocinio, Product Placement, publicidad en Internet” Universidad de Málaga (2007).

AGUADO, J. M., “Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura” Biblioteca Nueva (2008).

FRANCÉS, M. (coord.) “Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital”. Barcelona: Gedisa (2009).

#### **Marco Regulatorio de la Industria de la Televisión y Ética Profesional**

Ley de Propiedad Intelectual

Ley 7/2010 de 31 de marzo (Ley General de la Comunicación Audiovisual)

AGEJAS, J. Á. y SERRANO, J. F. (coords.) (2002): “Ética de la comunicación y de la información”, Ariel, Barcelona.

## 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

### **Análisis Estructural de la Industria de la Televisión**

URQUIZA GARCÍA, R. "Televisión digital terrestre en Europa y Estados Unidos: una comparativa entre modelos de negocio" Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense (2009). RICHERI, G. "La Televisión Digital Terrestre en Europa. Un camino plagado de incertidumbres" Telos, 58, 20-25. (2004).

### **Entorno Tecnológico y Nuevos Medios de Distribución de Contenidos Televisivos**

BUSTAMANTE, E. (2002). "Hacia un nuevo sistema televisivo: errores y frenos en el camino digital." Telos, 53.

GARCÍA LEIVA, T. (2007). "Políticas europeas para la transición digital en televisión. Análisis comparativo de las políticas de TDT en el Reino Unido y España." Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

LEÓN, B. & GARCÍA AVILÉS, J. (2008). "La visión de los productores sobre la televisión interactiva: el final de la utopía." Comunicación y Sociedad, vol. XXI, 1, 7-24.

### **Marco Regulatorio de la Industria de la Televisión y Ética Profesional**

Ley 17/2001 de 7 de diciembre (Ley de Marcas)

Ley Orgánica 1/82 de 5 de mayo de protección civil al derecho al honor intimidad y propia imagen

Ley Orgánica 2/84 de 26 de marzo del derecho de rectificación

Ley Orgánica 1/96 de 15 de enero de protección jurídica del menor

Órdenes ministeriales.

Expedientes sancionadores.

AREA, M. (coord.): "Educar en la sociedad de la información", Desclée De Brouwer, Bilbao.

ARIAS ERGUETA, P. L. "Las nuevas tecnologías: Innovación y tradición", Desclée De Brouwer, Bilbao (2002).

## 4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

### **Análisis Estructural de la Industria de la Televisión**

[www.barloventocomunicacion.es](http://www.barloventocomunicacion.es)

[www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=2&rev=72.htm>

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOsonline/REVISTA/Dossier/seccion=1212&idioma=es\\_ES.do](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOsonline/REVISTA/Dossier/seccion=1212&idioma=es_ES.do)

[http://www.griss.org/curriculums/franquet/publicaciones/franquet\\_ribes\\_soto\\_fernandezquijada\\_ECR\\_EA.pdf](http://www.griss.org/curriculums/franquet/publicaciones/franquet_ribes_soto_fernandezquijada_ECR_EA.pdf)

<http://www.impulsatdt.es/pdf/impulsa-tdt-anuario-08.pdf>

### **Entorno Tecnológico y Nuevos Medios de Distribución de Contenidos Televisivos**

[www.televisiondigital.es](http://www.televisiondigital.es).

<http://download.aimc.es/aimc/navred2010/macro2010.pdf>.

<http://www.aimc.es/-Navegantes-en-la-Red-.html>.

### **Marco Regulatorio de la Industria de la Televisión y Ética Profesional**

[http://www.mcu.es/legislacionconvenio/loadSearchLegislation.do?](http://www.mcu.es/legislacionconvenio/loadSearchLegislation.do?cache=init&legislation.area.id=CAUD&layout=legislacionCine&language=es)

[cache=init&legislation.area.id=CAUD&layout=legislacionCine&language=es.](http://www.mcu.es/legislacionconvenio/loadSearchLegislation.do?cache=init&legislation.area.id=CAUD&layout=legislacionCine&language=es)

Asociación de Usuarios de la Comunicación: [www.auc.es](http://www.auc.es).

Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial: [www.autocontrol.es](http://www.autocontrol.es).

## 9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

### 1.- NORMAS:

Adquieren la condición de alumno de TRACOR y la Universidad CEU San Pablo todas aquellas personas que, habiendo superado el proceso de selección hayan abonado los derechos de matrícula dentro de los plazos y condiciones acordadas.

La condición de alumno se perderá:

1. A la terminación de los estudios y la obtención del título correspondiente.
2. Por la baja voluntaria del alumno.
3. Cuando el alumno cometa las faltas que por su gravedad hayan sido sancionadas con la expulsión, como resultado de la apertura y resolución del correspondiente expediente disciplinario.
4. Por el incumplimiento de las obligaciones económicas del alumno, sin necesidad de apertura de expediente disciplinario. Todo ello sin perjuicio de las acciones legales que pudieran corresponder.