



**CEU**  
*Universidad  
San Pablo*

## **Guía Docente**

***MÓDULO II: PROGRAMACIÓN DE TELEVISIÓN Y ANÁLISIS  
DE AUDIENCIAS***

***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: PROGRAMACIÓN DE LA TELEVISIÓN Y ANÁLISIS DE AUDIENCIAS		
Código: NK11		
Máster en que se imparte el módulo: MÁSTER UNIVERSITARIO EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	Semestre(s) en el que se imparte: Primero	
Carácter: Obligatoria	ECTS: 3,5	Horas ECTS: 87,5 h.
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:	D. Alejandro Gómez Lavilla
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	<a href="mailto:alavilla@tracor.es">alavilla@tracor.es</a>
Perfil Docente e Investigador	Licenciado en Ciencias de la Información y Titulado en Programación por la Escuela Oficial de Radiodifusión y Televisión de Madrid, cursa estudios de doctorado. Ha sido Director de Programación de La 2 de TVE, Director de Programación de Telecinco, Director de Marketing y Comunicación de Zeppelin TV y Director de Contenidos de SagreraTV. Actualmente sigue ejerciendo como productor ejecutivo independiente. Es miembro fundador de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión de España y tiene una amplia experiencia docente en diversas universidades.

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dña. Patricia Marco
Tlfno (ext):	911 310 100
Email:	<a href="mailto:pmarco.profesor@tracor.es">pmarco.profesor@tracor.es</a>

## 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas al módulo, 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

Analiza la oferta de programas de los diferentes canales y su impacto en los telespectadores. También, se aborda el análisis de audiencias para saber con certeza quién ve televisión, qué es lo que ve y por qué lo ve, para poder actuar y minimizar el riesgo que conlleva cualquier propuesta de nuevos contenidos.

## 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.
B	Capacidad de organización y planificación de proyectos televisivos.
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.
I	Capacidad de trabajo interdisciplinar.
K	Capacidad para comunicar y defender proyectos.

Código	Competencias Específicas
C7	Capacidad para seleccionar contenidos e integrarlos en una parrilla televisiva.
C8	Capacidad para comprender el peso estratégico y económico de un programa dentro de la parrilla y de una cadena.
C9	Capacidad para comprender las pautas de consumo y estructura de la audiencia de la televisión mediante el análisis de estudios específicos.

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
R4	El alumno demostrará conocer las diferentes técnicas y modelos de programación televisiva. Conocerá los elementos que componen la parrilla televisiva, la clasificación de contenidos por perfiles de públicos, franjas horarias, temporadas y los criterios de coste-productividad.
R5	El alumno conocerá y sabrá interpretar las fuentes y estudios habituales, tanto cuantitativos como cualitativos, que se utilizan en la industria para recabar información sobre el comportamiento de los telespectadores. Demostrará entender los conceptos esenciales sobre audimetría (share, rating, perfil de cadena).

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas del Módulo	87,5 h.
------------------------	---------

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF 1	Teoría / Seminario	17,5 h.
AF 2	Prácticas	7,5 h.
AF 3	Evaluación / Tutorías / Presentaciones	7,5 h.
TOTAL Horas Presenciales		32,5 h.

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF4	Trabajos individuales	20 h.
AF5	Trabajos grupales	35 h.

### 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF1	Clases magistrales por parte del profesor sobre los contenidos del programa. Debates sobre temas específicos relacionados con el programa. .
AF2	Casos prácticos y ejercicios a realizar relacionados con el programa (talleres de edición, talleres en estudio de televisión frente a cámara,

	ejercicios de voz, de técnicas de investigación, de búsqueda de fuentes, de planificación de reportajes, de contenidos a desarrollar en reportajes, de prácticas con cámaras, etc.)
AF3	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	Realización de trabajos de forma individual.
AF5	Realización de trabajos en grupo.
AF6	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 a clase 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. Evaluación continua de ejercicios y prácticas realizadas en clase

## 7. PROGRAMA DEL MÓDULO

### 1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

#### **PROGRAMACIÓN Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- ! Contenidos y perfiles de audiencia
- ! Contenidos y franjas horarias
- ! Contenidos y temporadas
- ! Identificación y clasificación de géneros y formatos
- ! Criterios de Selección: adecuación, idoneidad, rendimiento y rentabilidad
- ! Modelos de programación televisiva
- ! Técnicas de programación televisiva

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Hacer una tabla con nombres de programas que han sido o están siendo un éxito o un fracaso de audiencia en la actual temporada, según las asignaciones de operadores hecha por el profesor, en clase.
- ! Realizar una tabla indicando el título del contenido analizado, que debe ser clasificado dentro un macro-género, un género, un subgénero, una categoría de formato y una subcategoría de formato.
- ! Exposición y defensa, en clase, de los trabajos realizados individual y grupalmente.
- ! Test en todas las sesiones que permitan evaluar el seguimiento diario de la programación de los canales líderes de cobertura nacional y de sus resultados de audiencia.
- ! A partir de diferentes categorías de géneros y formatos, establecer (en grupos) un listado con una breve descripción del mayor número de géneros, subgéneros y formatos.

#### **INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE AUDIENCIAS**

##### **PROGRAMA TEÓRICO:**

- ! Técnicas de audimetría. Aproximación conceptual y práctica.
- ! Terminología de la audimetría. Universo, muestra, cuota, audiencia media, ámbito, unidades de medida y curvas minuto a minuto.
- ! Análisis cualitativo de la audiencia.

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Leer, comentar, analizar y sacar conclusiones de informes de las audiencias.
- ! Estudiar los informes, analizar los datos, comparar los resultados recogidos en los informes de audimetría y los del EGM. Extraer conclusiones.
- ! Cada alumno presentará y defenderá el resultado del análisis que haya realizado en los trabajos individuales y grupales. El alumno demostrará tener capacidad para comprender las pautas de consumo y estructura de la audiencia de la televisión mediante el análisis de estudios específicos y conocimiento de los conceptos utilizados en esos estudios.
- ! Resumen ejecutivo de diferentes estudios facilitados por el profesor. Extraer conclusiones de la lectura y el análisis de los informes.

## 8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

### 1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

#### MATERIA 1

CONTRERAS, J.M. Y PALACIO, M., La programación de televisión, Madrid, Síntesis, 2001.  
CORTÉS, José Ángel, La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión, Eunsa, Pamplona, 1999.

#### MATERIA 2

OROZCO GÓMEZ G. "Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo", Ediciones de la Torre, 1996.  
JAUSET, J. A. "La investigación de audiencias en televisión" Paidós, 2000.  
HUERTA, A. "Cómo se miden las audiencias en televisión" CIMS 1998.

### 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

#### MATERIA 1

ARNANZ, CARLOS M.: "Negocios de televisión". Gedisa, 2002.  
CEBRIÁN, M.: "Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet". Paidós Ibérica, 2004.  
GÓMEZ-ESCALONILLA, Gloria, "Programar televisión. Análisis de los primeros 40 años de programación televisiva en España", Editorial Universidad Rey Juan Carlos, 2003  
GÓNZALEZ OÑATE, Cristina: "Nuevas estrategias de televisión. El desafío digital. Identidad, marca y continuidad televisiva". Ediciones de las Ciencias Sociales, 2008  
HARTLEY, J.: "Los usos de la televisión". Paidós, 2000.  
LACALLE, C.: "El espectador televisivo.". Gedisa, 2001.  
NIGHTINGALE, V.: "El estudio de las audiencias". Paidós, 1999.  
TYLER, S. Y FERGUSON, D.A., "Broadcast/Cable/Web Programming", Belmont CA, Wadsworth, 2002.  
Anuarios de GECA y SOFFRES

#### MATERIA 2

CALLEJO, J. "Investigar las audiencias: Un análisis cualitativo" Paidós 2001.  
GUERRERO SARÓN, Carlos Guerrero Serón "Medios y sus audiencias, Los" Mergablum 2002.

### 4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

#### MATERIA 1

[www.barloventocomunicacion.es](http://www.barloventocomunicacion.es)  
[www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)  
[www.vertele.es](http://www.vertele.es)  
[www.formulatv.es](http://www.formulatv.es)  
[www.aimc.es](http://www.aimc.es)  
[www.geca.es](http://www.geca.es)

#### MATERIA 2

[www.barloventocomunicación.es](http://www.barloventocomunicación.es)  
[www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)  
[www.geca.es](http://www.geca.es)  
[www.formulatv.com/audiencias/](http://www.formulatv.com/audiencias/)  
[www.laguiatv.com/audiencias.htm](http://www.laguiatv.com/audiencias.htm)  
[www.vertele.com/](http://www.vertele.com/)  
[www.audiencias.info/](http://www.audiencias.info/)

## 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.