Universidad de Navarra

Gestión contenidos/Programación

Guía docente 2026-27

Gemini_Generated_Image_ryuwn8ryuwn8ryuw.jpg

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Asignatura sobre estrategias de gestión de contenidos audiovisuales y programación televisiva, en la que se aprende a diseñar ofertas de contenidos bajo demanda y canales de televisión. Al acabar el curso, los alumnos cuentan con su propio proyecto de canal lineal para una plataforma de streaming.

- **Titulación**: Grado en Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia**: Módulo IV. Producción-gestión. Materia 2. Producción y gestión de proyectos
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 3º, 1º
- **Carácter**: Obligatoria
- **Profesorado**: Dr. Enrique Guerrero (Profesor Titular de Universidad)
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Martes de 10:00 a 12:00, aula 5 (Facultad de Comunicación). Práctica: un miércoles (21 de octubre), 1 hora de clase (14:15, 15:20, 16:30), aula 107 de Amigos. Además, hay un taller práctico a demanda de 1 hora (véase las actividades formativas). Consultar el cronograma.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

COMPTENCIAS DEL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1. CONOCIMIENTOS

- RA2 Conocer y valorar el impacto de la comunicación audiovisual en sus múltiples dimensiones: social, cultural, histórica, económica, empresarial, legal, científica, deontológica y tecnológica.

- RA9 Conocer las principales estrategias de programación de contenidos audiovisuales.

2. HABILIDADES

- RA11 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

- RA12 Expresar conocimientos e ideas en el campo de la comunicación audiovisual de manera oral y escrita con corrección.

- RA15 Identificar y aplicar los elementos específicos de la producción audiovisual en las distintas fases del proceso de la elaboración de contenidos audiovisuales.

3. CAPACIDADES

- RA19 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

- RA20 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Objetivos de la asignatura

- Diseñar ofertas y estrategias sostenibles de producción y distribución de contenidos en múltiples plataformas audiovisuales, tanto lineales como bajo demanda.

- Entender el oficio del gestor de contenidos y del programador televisivo, así como aprender sus destrezas y asumir sus responsabilidades.

- Conocer los diferentes tipos de contenidos audiovisuales desde el punto de vista de su valor en la gestión de contenidos y en la parrilla de programación, y atendiendo a su vínculo con la producción.

- Analizar la programación televisiva y las ofertas de contenido bajo demanda en streaming: técnicas y estrategias.

- Fomentar el espíritu crítico ante las estrategias de gestión de contenidos de los operadores televisivos y las plataformas de streaming audiovisual.

- Elaborar la parrilla de programación de un canal, tanto generalista como temático, en un contexto multicanal y multipantalla.

- Desarrollar estrategias de marketing vinculadas con la de gestión de contenidos.

- Comprender los resultados derivados de los estudios de audiencia y sus implicaciones en el diseño de las estrategias de gestión de contenidos.

PROGRAMA

Tema 1. Introducción a la gestión de contenidos audiovisuales

-El valor de los contenidos

-Gestionar contenidos: de la producción a la emisión

Tema 2. La audiencia

-La importancia de conocer a la audiencia

-Tipología de estudios de audiencias

-Audimetría crossmedia

-Hábitos de visionado: televisión lineal y bajo demanda en streaming

Tema 3. El diseño de ofertas audiovisuales

-Historia de la programación de contenidos: de la television lineal al streaming

-El programador y gestor de contenidos

-Programar contenidos: el factor tiempo

-La parrilla lineal de television

-Canales temáticos

-Estrategias y efectos de programación lineal

-Estrategias de gestión no lineal en streaming

-Gestión de contenidos y modelos de negocio audiovisual

-Gestión de contenidos y producción

Tema 4. Marketing audiovisual

-La promoción de contenidos como productos audiovisuales

-La creatividad en la promoción de los contenidos

-Campañas de autopromoción

Tema 5. Valor estratégico de los tipos de contenidos

-Géneros de ficción, de entretenimiento y otros tipos (documento)

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales teórico-prácticas: 26 horas. Durante este tiempo, se trabaja en clase el temario, se realizan ejercicios prácticos relacionados con la teoría y se repasa la actualidad. Ocasionalmente pueden participar profesionales invitados.

Además, a la vez que se desarrollan las clases, los alumnos aplican en grupos el conocimiento adquirido mediante el desarrollo de un proyecto. El proyecto consiste en diseñar un canal de televisión y su programación para una plataforma de streaming a partir de su catálogo de contenidos. Al final del curso, los alumnos presentan el canal en el aula. La asignatura cuenta con un asistente de IA especializado en la materia como apoyo. Debe compartirse con el profesor la conversación mantenida con este asistente. La guía de la práctica contiene todas las indicaciones necesarias para la elaboración del proyecto.

Clases prácticas: 2 horas.

-1 hora de clase práctica sobre audimetría televisiva.

-1 hora de taller por grupos aplicado al proyecto práctico (durante la segunda mitad de octubre o principios de noviembre, a demanda del grupo, en los horarios ofrecidos por el profesor).

Tutoría: 0,25 hora.

Trabajo práctico dirigido: 15 horas fuera del aula para desarrollar el proyecto práctico.

Estudio personal: 30,75 horas.

Examen: 1 hora.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Proyecto de canal de televisión para una plataforma de streaming (trabajo práctico): 4 puntos (evaluación del profesor y coevaluación de los alumnos). Entrega del dosier del proyecto (fecha límite): 10 de noviembre en Google Drive. Se evalúa tanto el contenido como el proceso de trabajo y la presentación, cuya calidad debe ser profesional. El proyecto entregado debe tener una extensión de 5 páginas, incluida una parrilla de programación modelo y el enlace a la conversación con el asistente de IA de la asignatura. Presentación audiovisual del proyecto en

clase (ppt o similar y el teaser promocional realizado en la asignatura Dirección-Realización; 5 minutos por grupo, 17 de noviembre). A partir de la nota del grupo se obtienen las notas individuales de cada alumno. Se recomienda consultar la guía de la práctica y el cronograma.

Participación y actividades en clase: 2 puntos. Para evaluar este apartado, se tienen en cuenta tanto las intervenciones del alumno durante las sesiones como las actividades teórico-prácticas desarrolladas en el aula. Ademas, se realizarán controles aleatorios de asistencia en el aula.

Examen final: 4 puntos. Dos preguntas de desarrollo.

Para aprobar la asignatura es necesario cumplir los siguientes requisitos: 1) sumar como mínimo 5 puntos en total; 2) aprobar tanto el examen como el proyecto práctico; y 3) obtener al menos 1 punto en la participación en clase. Si no se aprobara una de las partes, la nota que aparecerá en el acta será la de la parte suspensa (sobre 10 puntos), y el resto de calificaciones se guardarán para sumarlas cuando se supere la no aprobada. Si no se alcanza la calificación mínima de participación en clase, se considerará como "No Presentado" (NP).

Se permite el uso del asistente de IA de la asignatura como herramienta de apoyo. En ningún caso debe sustituir al estudiante y realizar su trabajo. Hay que emplear para todas las entregas el mismo chat con el asistente y facilitar al profesor el enlace de la conversación. No declarar su uso de modo transparente implica el suspenso en la parte práctica de la asignatura.

* *La asistencia a clase es obligatoria. Se valorará la calidad de la participación del alumno, su interés y la respuesta correcta a las cuestiones planteadas durante las horas de docencia. La puntualidad en la asistencia y en las entregas influirá en la calificación final. El plagio implica el suspenso directo de la asignatura.*

No se permite el uso de teléfonos móviles en clase. Pueden usarse ordenadores y tabletas exclusivamente para acceder al aula virtual Adi cuando el profesor lo indique. Si un alumno incumple esta norma, se le restará 0,2 puntos de participación en clase cada vez que sea apercibido (a partir del segundo aviso).

***La Facultad de Comunicación promueve el uso ético de las fuentes documentales y los recursos informativos, incluídas las herramientas de inteligencia artificial. No se admite el plagio. Será sancionada toda copia en trabajos, ejercicios o exámenes. Se considera plagio la presentación de un trabajo que, en su totalidad o en parte, reproduce sin la debida atribución contenidos textuales, gráficos y/o audiovisuales ajenos (incluidos aquellos generados con IA). Se emplearán herramientas de detección de plagio y de IA como Turnitin, Scribber, Quillbot y GPTZero.*

No se admite el fraude. Será sancionado cualquier engaño, simulación o falsificación empleado para mejorar, por vías ilegítimas, los resultados académicos.

Los trabajos y exámenes deberán observar la debida corrección ortográfica y gramatical. Este factor incidirá en la evaluación.

Los trabajos académicos que empleen libros, artículos, películas, sitios web o cualquier otro tipo de contenido como recurso documental, deberán detallar las fuentes consultadas. Para eso, cuando corresponda, se recomienda emplear el estilo de citación de la American Psychological Association (APA).

****Los alumnos con necesidades especiales deben comunicarlo a la coordinadora de estudios de la Facultad antes del periodo de exámenes y en el tiempo estipulado para poder adaptar la evaluación.*

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno debe aprobar la parte suspensa.

Trabajo práctico: 4 puntos. Elaborar un proyecto de un canal de televisión para una plataforma de streaming con su parrilla de programación y un teaser promocional.

Participación en clase: 2 puntos. La recuperación de este apartado es opcional y consiste en un examen oral de una pregunta. El alumno debe comunicar al profesor su deseo de recuperar este apartado antes del periodo de exámenes.

Examen final: 4 puntos. Dos preguntas de desarrollo.

Para superar la asignatura en esta convocatoria es necesario sumar como mínimo 5 puntos, aprobando tanto el examen como el trabajo práctico.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Profesor: Enrique Guerrero (eguerrero@unav.es).

Despacho 2601 (Edificio Ismael Sánchez Bella, Departamento de Cultura y Comunicación Audiovisual).

Cita previa: martes (12:00-13:00, 15:30-16:30) y miércoles (13:00-14:00).

BIBLIOGRAFÍA

a) Principal (no obligatoria):

CORTÉS, José Ángel, La estrategia de la seducción. La programación en la noetelevisión, Eunsa, Pamplona, 1999. Localízalo en la Biblioteca

GUERRERO, Enrique, El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado, Deusto, Barcelona, 2010 (capítulo 8). Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca

GUERRERO, Enrique; DIEGO, Patricia; y KIMBER, David (2017). "Hooked on lit screens" en *El profesional de la información*, vol. 26, nº 6, 1108-1117. Localízalo en la Biblioteca

ARANA, Edorta, Estrategias de programación televisiva, Editorial Síntesis, Madrid, 2011. Localízalo en la Biblioteca

MONTERO DÍAZ, Julio (dir.), Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990), Cátedra, Madrid, 2018. Localízalo en la Biblioteca

MONTERO DÍAZ, Julio; PAZ, María Antonia; y LACALLE, Charo (eds. y dir.), La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010). Programas y programaciones, Tirant lo Blanch, Valencia, 2022. Localízalo en la Biblioteca impreso y electrónico

NEIRA, Elena, Streaming Wars: la nueva televisión, Libros Cúpula, 2020. Localízalo en la Biblioteca

CONTRERAS, José Miguel y PALACIO, Manuel, La programación de televisión, Síntesis, Madrid, 2001. Localízalo en la Biblioteca

GORDILLO, Inmaculada, “La programación televisiva: contenidos y estrategias” en LEÓN, Bienvenido (coord.) Detrás de las cámaras. Un manual para los profesionales de la televisión, Comunicación Social, Salamanca, 2014, pp. 56-73. Localízalo en la Biblioteca

b) Recomendada (no obligatoria):

BLUM, Richard A. y LINDHEIM, Richard D., Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia, IORTV, Madrid, 1987. Localízalo en la Biblioteca

BARROSO GARCÍA, Jaime, Realización de géneros televisivos, Síntesis, Madrid, 2002. Localízalo en la Biblioteca

DIEGO GONZÁLEZ, Patricia, La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España, Eunsa, Pamplona, 2010. Localízalo en la Biblioteca

ÉCIJA ABOGADOS, Derecho del entretenimiento, Thomson & Aranzadi, 2003. Localízalo en la Biblioteca

GARCÍA DE CASTRO, MARIO, La ficción televisiva popular, Gedisa, Barcelona, 2003. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

LACALLE, Charo, El espectador televisivo: los programas de entretenimiento, Gedisa, Barcelona, 2001. Localízalo en la Biblioteca

MEDINA, Mercedes (Coord.), Series de televisión: el caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano, Eiunsa, Madrid, 2008. Localízalo en la Biblioteca

MORAN, Albert y MALBON, Justin, Understanding the global TV format, Intellect, Bristol, 2006. Localízalo en la Biblioteca

NEIRA, Elena, La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión, Editorial UOC, Barcelona, 2016. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

NEWCOMB, Alley, TV: The most popular art, Anchor Press, Nueva York, 1974. Localízalo en la Biblioteca

PÉREZ SÁNCHEZ, Javier, Autopromociones televisivas en España, Fragua, Madrid, 2014. Localízalo en la Biblioteca impreso y electrónico

SALÓ, Gloria, ¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión, Gedisa, Barcelona, 2003. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

VILLAGRASA, José María, Atrápalos como puedas. La competencia televisiva: programación y géneros, Tirant Lo Blanch, Valencia, 2010 Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico