



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



Materia	Semestre	Código	Prelación
PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	IX	MPS942	MPS823 - MPS842

Unidades de crédito	Obligatoria	Electiva	Densidad horaria		
			Horas Asesorías	Horas Aprendizaje	Horas Totales
02	X		01	02	03

JUSTIFICACIÓN

Producir un programa televisivo implica todo un proceso de investigación y documentación importante para obtener un producto comercializable. Es por ello que resulta vital que el estudiante de Comunicación Social maneje con propiedad los pasos a seguir y los elementos a considerar en la planificación de la producción de mensajes televisivos, y que así mismo esté en capacidad de planificar y organizar la programación general de una empresa televisiva.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar los conocimientos de planificación y producción de televisión en la elaboración de mensajes televisivos y en la estructuración de la programación de una empresa audiovisual.

CONTENIDO

UNIDAD I Planificación de Mensajes televisivos	Planificación de la pre-producción: Idea o concepto .Público. Objetivos comunicacionales. Justificación. Factibilidad2.- Etapa de producción.- Etapa de la post- producción- Ubicación de la pieza televisiva Medio. Horario. Justificación
UNIDAD II Organización de la programación de un canal televisivo	La Gerencia de Programación: Funciones. Principios básicos...- Medición de audiencia: Rating .- Competencia televisiva. - Campañas de promoción y lanzamiento de nuevos programas.. Adaptación de obras literarias a telenovelas. Clasificación de las telenovelas: melodrama, comedia, histórica, política, cultural. Concepto de capítulo y escenas. Etapas de la novela: Prólogo, desarrollo de la relación, etapa oscura, etapa cumbre, etapa final, capítulos finales, semana final, capítulo final.
UNIDAD III Venta y comercialización de espacios televisivos	Estructura y funcionamiento de una Gerencia de Ventas y Comercialización.- Planes y Tarifas.
UNIDAD IV Administración y organización de una empresa audiovisual.	Organización y administración de una productora de televisión: Departamentos. Funciones. Personal. Equipos Plan de trabajo.- Organización y administración de un canal de televisión. Departamentos. Funciones. Personal. Equipos Plan de trabajo.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Revisión Bibliográfica
- Exposición. Demostración de videos.
- Técnica de la pregunta
- Demostración, discusión guiada

Dr. José Domingo Mora Márquez
 Secretario



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Bicentaria de Aragua
Vicerrectorado Académico
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales
Escuela de Comunicación Social



ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- Prácticas en clases. Grabaciones en exteriores.
- Trabajo de campo.
- Revisión de etapas de producción
- Entrega de un montaje audiovisual
- Prueba escrita.
- Prueba de actualidad

BIBLIOGRAFÍA

- ANEAS R. J., Paldao C. Y Argelo, J. (1.974) Montajes Audiovisuales. Primera Edición, Mexico, Editorial Diana.
- MAZA PÉREZ, M. y CERVANTES DE COLLADO, C. Guión para medios audiovisuales.: Cine Radio y televisión. Primera Edición, México, Editorial Alhambra.
- KULECHOU, L. (1.979) Tratado de realización cinematográfica. Buenos Aires, Editorial Futuro.
- ZETTL, Hebert. 1.973. Sight, Sound, motion. Applied Medis Aesthetics. Belmont, California: Wadsworth. Publishing Company Inc.
- HERBERT, Z. (1999) Manual de Producción de Televisión. International Tomson Editores. Mexico.
- ARIAS, A. (1992). El Mundo de la Televisión. Editorial Guaderrama.
- TOSTADO, V. (1996). Manual de Producción de Vídeo. México. Editorial Alhambra.
- HERSH, C. (1990). Producción de Televisión en el Contexto Latinoamericano.


Dr. José Domingo Mora Márquez
Secretario