



Guía docente				
Datos Identificativos				2017/18
Asignatura (*)	Sector audiovisual	Código	616G01007	
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descritores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinador/a	Diaz Gonzalez, María Jesus	Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es	
Profesorado	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es	
Web				
Descripción general	<p>Sector Audiovisual ofrece al alumno los conocimientos específicos sobre el funcionamiento institucional, económico y político del sistema audiovisual y de los actores que lo integran (administración, empresas, soportes y audiencias). Se pretende una aproximación al sector audiovisual como industria.</p> <p>Los profesionales de la comunicación audiovisual necesitan saber cómo operan y se interrelacionan los medios, las tecnologías y los productos en un campo de actividad económica de creciente peso e influencia.</p>			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A3	Gestionar proyectos audiovisuales.
A4	Investigar y analizar la comunicación audiovisual.
A6	Conocer el sector audiovisual: la oferta y las audiencias.
A9	Conocer los modelos de gestión.
A10	Conocer el marco legal y deontológico.
B1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
B2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	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
B4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B9	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C1	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C2	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C3	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C4	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título



Conocer la estructura del sistema audiovisual español e internacional a partir del análisis de la radio, la televisión, el cine, la animación e internet como mercado de productos audiovisuales.	A3	B1	C1
	A4	B2	C4
	A6	B3	
	A9	B4	
	A10	B5	
Análisis de los elementos estructurales del mercado audiovisual mediante técnicas cuantitativas y cualitativas	A4	B2	C1
	A6	B3	C3
		B4	C4
		B5	
Adquirir los hábitos de trabajo individual y colaborativo para desempeñarse profesionalmente en el sector audiovisual. Tomar decisiones, asumir riesgos y afrontar con madurez los aciertos y errores derivados de las mismas. Capacidad de organización y temporalización de las tareas. Consultar si se necesita orientación: llegar a tiempo con las preguntas y las dudas.	A3	B2	C2
	A4	B3	C3
	A6	B4	C4
	A9	B5	
		B9	

Contenidos	
Tema	Subtema
Tema 1. El sector audiovisual en España	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Configuración del sistema de radio y televisión en la etapa democrática (desde 1977 hasta la actualidad)</li> <li>- El sector audiovisual en el contexto de los sectores económicos españoles</li> <li>- Grupos audiovisuales españoles.</li> <li>- Grupos de comunicación europeos en España.</li> <li>- Grupos de comunicación no europeos en España.</li> </ul>
Tema 2. El sector radiofónico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datos estructurales del sector radiofónico.</li> <li>- Tendencias.</li> </ul>
Tema 3. El sector televisivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datos estructurales del sector televisivo.</li> <li>- El mercado publicitario y la televisión.</li> <li>- Nuevos modelos de explotación y distribución.</li> </ul>
Tema 4. El sector cinematográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cadena de valor: producción-distribución-exhibición</li> <li>- Datos estructurales del sector del cine</li> <li>- Nuevos modelos de explotación y distribución</li> </ul>
Tema 5. El sector de la animación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antecedentes</li> <li>- Datos estructurales de la industria de la animación</li> <li>- Tendencias</li> <li>- El sector de la animación en Galicia</li> </ul>
Tema 6. Internet como centro de los cambios en el sector audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos modelos de producción, distribución y consumo</li> <li>- Mercado de las redes sociales</li> <li>- Mercado de las aplicaciones para dispositivos móviles</li> </ul>

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A3 A4 A6 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 C4 C1	32	16	48
Análisis de fuentes documentales	A4 A6 B2 B3 B4 B5 C1 C3 C4	8	10	18
Lecturas	A6 A9 A10 B3 B9 C2 C4	0	20	20



Aprendizaje colaborativo	A4 A6 A9 B2 B3 B4 B5 B9 C2 C3 C4	10	30	40
Prueba mixta	B1 B2 B3 B4 C2	2	20	22
Atención personalizada		2	0	2
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Lecciones expositivas en las que se explicarán los aspectos principales de los bloques temáticos que comprende la asignatura. Uno de sus objetivos es facilitar el aprendizaje de los conceptos propios de esta disciplina. Es conveniente que el alumno dedique al menos una hora de trabajo personal para cada lección expositiva, para reflexionar sobre lo explicado y exponer a tiempo sus dudas y comentarios.
Análisis de fuentes documentales	Búsqueda, selección y sistematización de fuentes de información de referencia sobre los sectores estudiados, y sobre los grupos de comunicación. Interpretación de la información obtenida en dichas fuentes: informes sectoriales, informes económico-financieros, datos estadísticos. Es conveniente que el alumno dedique al menos una hora de trabajo personal por cada clase de análisis de fuentes, para reflexionar sobre lo explicado y exponer a tiempo sus dudas y comentarios.
Lecturas	Se seleccionará un libro de lectura obligatoria. La lectura de libros actuales sobre la materia facilita la comprensión conceptual y la reflexión, y contribuye a garantizar un aprendizaje en profundidad. La lectura es uno de los hábitos que más contribuye a la profundidad en el juicio y a la riqueza expresiva.
Aprendizaje colaborativo	Para lograr el aprendizaje del alumno sobre las características y situación actual de los distintos sectores que abarca esta asignatura, se realizará un trabajo en grupo. De este modo se pretende alcanzar un aprendizaje dinámico sobre unos contenidos que son en sí mismos cambiantes, y por tanto, lo más importante es que los alumnos sepan qué es relevante actualizar, cuáles son las fuentes de información significativas y cómo utilizarlas.
Prueba mixta	Exámenes sobre la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Aprendizaje colaborativo	La profesora estará a disposición de los alumnos en sus horas de tutoría y a través del correo electrónico para las necesarias orientaciones y seguimiento en estas actividades.

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Aprendizaje colaborativo	A4 A6 A9 B2 B3 B4 B5 B9 C2 C3 C4	Trabajo en grupo en el que se valora tanto el resultado como el proceso. La calificación de cada alumno integrante del grupo podría ser diferente en función de su aportación y compromiso. La asistencia a las clases relativas a esta actividad es obligatoria, y se tendrá en cuenta para la calificación de cada alumno. La participación en este trabajo es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura.	30



Prueba mixta	B1 B2 B3 B4 C2	Exámenesl. El contenido de la bibliografía básica es potencial materia de este examen. Es necesario aprobar el examen final para que su calificación haga media con las otras pruebas y trabajos previstos en esta evaluación. Si este examen no se aprueba, la asignatura resulta automáticamente suspensa.	50
Lecturas	A6 A9 A10 B3 B9 C2 C4	Prueba para la evaluación del libro de lectura obligatoria. La presentación a esta prueba es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura.	20

### Observaciones evaluación

Ortografía: las posibles faltas de ortografía en los exámenes y trabajos bajarán de modo significativo la calificación de los mismos.  
Los alumnos deberán consultar semanalmente el Campus Virtual (moodle), porque a través de este espacio docente virtual se les comunicará toda la información necesaria sobre la asignatura: documentos, avisos y calificaciones.

### Fuentes de información

<b>Básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel (ed.) (2017). Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera. Barcelona: Gedisa</li> <li>- GUTIÉRREZ MONTES, Eladio (coord.) (2017). Televisión Abierta. Situación actual y tendencias de futuro de la TDT. Madrid: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones</li> <li>- HERBERA, J.; LINARES, R. y NEIRA, E. (2015). Márketing Cinematográfico. Cómo promocionar una película en el entorno digital. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- LÓPEZ GARCÍA, X. y ANEIROS DÍAZ, R.(coord.) (2016). A Comunicación en Galicia 2015. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, Sección de Comunicación</li> <li>- MIÑARRO, Laura (2013). Cómo vender una obra audiovisual : una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- NOTICIAS DE LA COMUNICACIÓN (). Noticias de la Comunicación (revista mensual especializada).</li> <li>- SGAE (). Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales. Madrid: Fundación Autor-SGAE</li> </ul>
<b>Complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AZURMENDI, A. (2011). Derecho de la Comunicación. Barcelona. Bosch</li> <li>- CLARES, J. (2013). Distribución audiovisual en Internet: VoD y nuevos modelos de negocio. Barcelona: Editorial UOC</li> <li>- EPSTEIN, E.J. (2007). La gran ilusión. Dinero y poder en Hollywood. Barcelona. Tusquets</li> <li>- ISAACSON, Walter (2011). Steve Jobs : la biografía. Barcelona : Random House Mondadori</li> <li>- KAHNEY, Leander ([2009] (2010 imp.)). En la cabeza de Steve Jobs : la mente detrás de Apple. Barcelona : Gestión 2000</li> <li>- NEIRA, Elena (2015). La otra pantalla : redes sociales, móviles y la nueva televisión. Barcelona: Editorial UOC</li> </ul>

### Recomendaciones

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Historia de la Radio, la Televisión y la Multimedia/616G01002  
Derecho/616G01005

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Historia del cine y de la animación/616G01006  
Comunicación e industrias culturales/616G01009  
Empresa/616G01010

#### Asignaturas que continúan el temario

### Otros comentarios

Estudio personal: nada puede suplir el tiempo que el alumno necesita para pensar y entender los contenidos. En esta asignatura no se requiere tanto un ejercicio de memoria como un trabajo continuado que permita incorporar los conocimientos. Los alumnos deberán consultar semanalmente el Campus Virtual (moodle), porque a través de este espacio docente virtual se les comunicará toda la información necesaria sobre la asignatura: documentos, avisos y calificaciones.

(\*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías