



Teaching Guide

Identifying Data					2017/18
Subject (*)	The Audiovisual Sector			Code	616G01007
Study programme	Grao en Comunicación Audiovisual				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Graduate	2nd four-month period	First	Obligatoria	6	
Language	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador	Diaz Gonzalez, María Jesus	E-mail	m.j.diaz@udc.es		
Lecturers	Diaz Gonzalez, Maria Jesus	E-mail	m.j.diaz@udc.es		
Web					
General description	<p>Sector Audiovisual ofrece ao alumno os coñecementos específicos sobre o funcionamento institucional, económico e político do sistema audiovisual e dos actores que o integran (administración, empresas, soportes e audiencias). Preténdese unha aproximación ao sector audiovisual como industria.</p> <p>Os profesionais da comunicación audiovisual necesitan saber como operan e interrelaciónanse os medios, as tecnoloxías e os produtos nun campo de actividade económica de crecente peso e influencia.</p>				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A3	Xestionar proxectos audiovisuais.
A4	Investigar e analizala comunicación audiovisual.
A6	Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
A9	Coñecelos modelos de xestión.
A10	Coñecelo marco legal e deontolóxico.
B1	Que os estudantes demostraran posuir e comprender coñecementos nun área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e adoitan atoparse nun nivle que, se ben se apoia en libros de textos avanzados, inclúe tamén algún aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu eido de estudo.
B2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúan as competencias que adoitan amosarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
B3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar os datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que acheguen unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
B4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado
B5	Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe precisas para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
B9	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida e solidaria capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e imprantar solución baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común
C1	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C2	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.
C3	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C4	Valorar a importancia que ten a investigación, innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes

Learning outcomes	Study programme competences



Coñecer a estrutura do sistema audiovisual español e internacional a partir da análise da radio, a televisión, o cinema, a animación e internet como mercado de produtos audiovisuais.	A3 A4 A6 A9 A10	B1 B2 B3 B4 B5	C1 C4
Análise dos elementos estruturais do mercado audiovisual mediante técnicas cuantitativas e cualitativas.	A4 A6	B2 B3 B4 B5	C1 C3 C4
Adquirir os hábitos de traballo individual e colaborativo para desempeñarse profesionalmente no sector audiovisual. Tomar decisións, asumir riscos e afrontar con madurez os acertos e erros derivados das mesmas. Capacidade de organización e temporalización das tarefas. Consultar se se necesita orientación: chegar a tempo coas preguntas e as dúbidas.	A3 A4 A6 A9	B2 B3 B4 B5 B9	C2 C3 C4

Contents	
Topic	Sub-topic
Tema 1. O sector audiovisual en España	-Configuración do sistema de radio e televisión na etapa democrática (dende 1977 ata a actualidade) - O sector audiovisual no contexto dos sectores económicos españois - Grupos audiovisuais españois. - Grupos de comunicación europeos en España. - Grupos de comunicación non europeos en España.
Tema 2. O sector radiofónico	- Datos estruturais do sector radiofónico. - Tendencias.
Tema 3. O sector televisivo	- Datos estruturais do sector televisivo. - O mercado publicitario e a televisión. - Novos modelos de explotación e distribución.
Tema 4. O sector cinemetográfico	- Cadea de valor: produción-distribución-exhibición - Datos estruturais do sector do cine - Novos modelos de explotación e distribución
Tema 5. O sector da animación	- Antecedentes - Datos estruturais da industria da animación - Tendencias - O sector da animación en Galicia
Tema 6. Internet como centro dos cambios no sector audiovisual	- Novos modelos de produción, distribución e consumo - Mercado das redes sociais - Mercado das aplicacións para dispositivos móbiles

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A3 A4 A6 A9 A10 B1 B2 B3 B4 B5 C4 C1	32	16	48
Document analysis	A4 A6 B2 B3 B4 B5 C1 C3 C4	8	10	18
Workbook	A6 A9 A10 B3 B9 C2 C4	0	20	20
Collaborative learning	A4 A6 A9 B2 B3 B4 B5 B9 C2 C3 C4	10	30	40



Mixed objective/subjective test	B1 B2 B3 B4 C2	2	20	22
Personalized attention		2	0	2

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	<p>Leccións expositivas nas que se explicarán os aspectos principais dos bloques temáticos que comprende a materia. Un dos seus obxectivos é facilitar a aprendizaxe dos conceptos propios desta disciplina.</p> <p>É conveniente que o alumno dedique polo menos unha hora de traballo persoal para cada lección expositiva, para reflexionar sobre o explicado e expoñer a tempo as súas dúbidas e comentarios.</p>
Document analysis	<p>Busca, selección e sistematización de fontes de información de referencia sobre os sectores estudados, e sobre os grupos de comunicación.</p> <p>Interpretación da información obtida nas devanditas fontes: informes sectoriais, informes económico-financeiros, datos estatísticos.</p> <p>É conveniente que o alumno dedique polo menos unha hora de traballo persoal por cada clase de análise de fontes, para reflexionar sobre o explicado e expoñer a tempo as súas dúbidas e comentarios.</p>
Workbook	<p>Seleccionarase un libro de lectura obrigatoria.</p> <p>A lectura de libros actuais sobre a materia facilita a comprensión conceptual e a reflexión, e contribúe a garantir unha aprendizaxe en profundidade.</p> <p>A lectura é un dos hábitos que máis contribúe á profundidade no xuízo e á riqueza expresiva.</p>
Collaborative learning	<p>Para lograr a aprendizaxe do alumno sobre as características e situación actual dos distintos sectores que abrangue esta materia, realizarase un traballo en grupo.</p> <p>Deste modo preténdese alcanzar unha aprendizaxe dinámica sobre uns contidos que son en si mesmos cambiantes, e polo tanto, o máis importante é que os alumnos saiban que é relevante actualizar, cales son as fontes de información significativas e como utilízalas.</p>
Mixed objective/subjective test	Exames sobre a materia

Personalized attention	
Methodologies	Description
Collaborative learning	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de titoría e a través do correo electrónico para as necesarias orientacións e seguimento nestas actividades.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Collaborative learning	A4 A6 A9 B2 B3 B4 B5 B9 C2 C3 C4	<p>Traballo en grupo no que se valora tanto o resultado como o proceso.</p> <p>A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso.</p> <p>A asistencia ás clases relativas a esta actividade é obrigatoria, e terase en conta para a cualificación de cada alumno.</p> <p>A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.</p>	30
Mixed objective/subjective test	B1 B2 B3 B4 C2	<p>Exames. O contido da bibliografía básica é potencial materia deste exame.</p> <p>É necesario aprobar o exame final para que a súa cualificación faga media coas outras probas e traballos previstos nesta avaliación.</p> <p>Se este exame non se aproba, a materia resulta automaticamente suspensa</p>	50
Workbook	A6 A9 A10 B3 B9 C2 C4	<p>Proba para a avaliación do libro de lectura obrigatoria.</p> <p>A presentación a esta proba é obrigatoria para optar á avaliación da materia.</p>	20



Assessment comments

Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos.

Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle), porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.

Sources of information

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

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

History of radio, televisión and multi-media/616G01002
Law/616G01005

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

History of Cinema and Animation/616G01006
Communication and the Cultural Industries/616G01009
Business/616G01010

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Estudo persoal: nada pode suplir o tempo que o alumno necesita para pensar e entender os contidos.

Nesta materia non se require tanto un exercicio de memoria como un traballo continuado que permita incorporar os coñecementos.Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual (moodle), porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.



(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.