Guia docente					
Datos Identificativos					2019/20
Asignatura (*)	Comunicación e industrias culturales			Código	616G01009
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso		Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Primero		Formación básica	6
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador/a	López Garrrido, Mercedes Marina		Correo electrónico	mercedes.lopez@udc.es	
Profesorado	Diaz Gonzalez, Maria Jesus López Garrrido, Mercedes Marina		Correo electrónico	m.j.diaz@udc.es mercedes.lopez@udc.es	
Web					
Descripción general	El estudio de las industrias culturales pretende mostrar a los estudiantes que la cultura tiene también una importante dimensión económica, empresarial y tecnológica. Dentro de las industrias culturales se suele incluir la televisión, la radio, el cine, los diarios y revistas, los libros, la música, los contenidos de Internet, los videojuegos y la publicidad. Todas estas son actividades cuyo principal objetivo es comunicarse con una audiencia, crear textos. Desde finales del siglo XX las tecnologías de base digital han propiciado un revolucionario proceso de convergencia en estas industrias, y han diluido sus tradicionales diferencias como soportes de textos. Los cambios que estamos viviendo, y los que llegaremos a ver, han transformado la manera cómo los humanos nos comunicamos a través de los medios, así como la función y organización de estas instituciones en la sociedad.				

Competencias del título	
Código	Competencias 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.
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
B6	Expresarse correctamente tanto de forma oral como escrita en las lenguas oficiales de la comunidad autonoma.
B8	Utilizar las herramientas basicas de las tecnologias de la informacion y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
B9	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadania abierta, culta, critica, comprometida, democratica y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien comun.
C1	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
C2	Valorar criticamente el conocimiento, la tecnologia y la informacion 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 investigacion, la innovacion y el desarrollo tecnologico en el avance socioeconomico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje	
Resultados de aprendizaje	Competencias del título

Identificar, distinguir y relacionar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación, su evolución, su gestión a lo largo del tiempo y sus tendencias. Así como las interrelaciones entre los sujetos de la comunicación: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.	A3 A4 A6 A9	B3 B8 B9	C1 C2
Buscar, seleccionar y sistematizar fuentes de información de referencia sobre los sectores estudiados. Interpretar la información obtenida en dichas fuentes: informes sectoriales, informes económico-financieros, datos estadísticos. Usar adecuadamente las herramientas tecnológicas para presentar los resultados de sus trabajos correctamente, conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.	A4 A6 A9	B3 B4 B6 B8	C3
Trabajar en equipo y comunicar las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, y ser capaz de integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados. Respeto solidario hacia las personas. Tomar decisiones, asumir riesgos y afrontar con madurez los aciertos y errores derivados de las mismas. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas. Consultar si se necesita orientación: llegar a tiempo con las preguntas y las dudas.	A9	B4 B6 B8 B9	C3 C4

Contenidos	
Tema	**Subtema**
Industrias Culturales	- Conceptos fundamentales. - Políticas de comunicación y cultura. - Hábitos de consumo cultural en la sociedad española.
La industria del videojuego	- Antecedentes. - Mercado de los videojuegos: crecimiento y diversificación. - Tendencias.
La industria del ocio cultural	- La identidad cultural europea. - El patrimonio cultural.
La industria musical	- Antecedentes. - Cadena de valor: creación, producción, difusión, distribución, consumo. - Tendencias.
La industria periodística	- Antecedentes. - Datos estructurales. - Tendencias y retos.
La industria del libro	- Antecedentes. - Datos estructurales. - Tendencias y retos.

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competéncias**	**Horas presenciales**	**Horas no presenciales / trabajo autónomo**	**Horas totales**
Sesión magistral	A3 A6 B3 B4 B6 B8 B9	26	36	62
Análisis de fuentes documentales	A4 C2 C3 C4	6	0	6
Aprendizaje colaborativo	A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1	12	24	36
Taller	A4 A6 B9 C2 C3	6	8	14
Prueba mixta	B3 B5 B9	2	22	24
Atención personalizada		8	0	8
(*)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.
Análisis de fuentes documentales	Búsqueda, selección y sistematización de fuentes de información de referencia sobre las industrias estudiadas.
Aprendizaje colaborativo	Organización de la clase en pequeños grupos en los que el alumnado trabaja conjuntamente en la resolución de tareas asignadas por el profesorado para optimizar su propio aprendizaje y el de los otros miembros del grupo.
Taller	Aprendizaje práctico con diversos objetivos y aplicación de diferentes metodologías.
Prueba mixta	Exámenes de la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Aprendizaje colaborativo Taller	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	Competéncias	Descripción	**Calificación**
Prueba mixta	B3 B5 B9	Exámenes. Su realización es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura.	60
Aprendizaje colaborativo	A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1	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 participación en este trabajo es obligatoria para optar a la evaluación de la asignatura.	20
Taller	A4 A6 B9 C2 C3	Aprendizaje práctico aplicado al trabajo en equipo y la consecución de objetivos. La participación en este trabajo 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 Moodle, porque a través de este espacio docente virtual se les comunicará toda la información necesaria sobre la asignatura: documentos, avisos y calificaciones. Alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: las actividades de evaluación y su valoración serán iguales. El trabajo en grupo previsto podrá hacerlo individualmente, si es imprescindible. A través de las tutorías, la profesora adaptará a las circunstancias del alumno/a las fechas para realizar las actividades y le facilitará la orientación necesaria para cursar la materia.

Fuentes de información

Básica	- AEDE (Asociación de Editores de Diarios Españoles) (Anual). Libro blanco de la prensa diaria . Madrid. AEDE - BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Gedisa - CORDÓN, J.A. (2011). Gutemberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos. Vigo: Trea - COSTA SÁNCHEZ, C. (2017). Cambios y nuevos retos para la industria de la música en España. Telos. Revista de pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad - DURAN, J. y SANCHEZ, L. (ed.) (2008). Industrias de la comunicación audiovisual. Barcelona. Publicacions i edicions Universitat de Barcelona - HESMONDHALGH, D. (2007). The Cultural Industries. Londres. SAGE - KAHNEY, L. (2009). En la cabeza de Steve Jobs. La mente detrás de Apple. Barcelona. Gestión 2000 - SGAE (). Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2011. Madrid. Fundación Autor-SGAE - SALGADO GARCÍA, F. / ALEJANDRO MARTÍNEZ, V. (2012). Economía de la cultura y la comunicación en la era digital. MEDIA XXI
Complementária	- CAMPOS, F. (coord.) (2011). El nuevo escenario mediático. Zamora: Comunicación Social - FRATTINI, E. y COLIAS, Y. (1996). Tiburones de la comunicación: grandes líderes de los grupos multimedia. Madrid. Pirámide - MORA-FIGUEROA, B. (2009). El mercado global de la comunicación: éxitos y fracasos. Pamplona. EUNSA - SEOANE, M.C. y SUEIRO, S. (2004). Una historia de El País y del grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural.. Barcelona. Plaza & Janés

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Derecho/616G01005 Sector audiovisual/616G01007 Empresa/616G01010
Otros comentarios
Los alumnos deberán consultar semanalmente el Moodle, porque a través de este espacio docente virtual se les comunicará toda la información necesaria sobre la asignatura: documentos, avisos y calificaciones. En esta asignatura se desarrollarán actividades relacionadas con las líneas de innovación docente a las que se adscribe el grupo de innovación docente GIDCOM.

(*) 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