



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Comunicación e industrias culturais	Código	616G01009	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuatrimestre	Primeiro	Formación básica	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Híbrida			
Prerrequisitos				
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación			
Coordinación	Formoso Barro, María Josefa	Correo electrónico	m.formoso@udc.es	
Profesorado	Formoso Barro, María Josefa López Golán, Mónica	Correo electrónico	m.formoso@udc.es monica.lopez.golan@udc.es	
Web				
Descrición xeral	<p>O estudo das industrias culturais pretende mostrar aos estudantes que a cultura ten tamén unha importante dimensión económica, empresarial e tecnolóxica. Dentro das industrias culturais adóitase incluír a televisión, a radio, o cinema, os diarios e revistas, os libros, a música, os contidos da internet, os videoxogos e a publicidade. Todas estas son actividades cuxo principal obxectivo é comunicarse cunha audiencia, crear textos.</p> <p>Desde finais do século XX as tecnoloxías de base dixital propiciaron un revolucionario proceso de converxencia nestas industrias, e diluíron as súas tradicionais diferenzas como soportes de textos.</p> <p>Os cambios que estamos a vivir, e os que chegaremos a ver, transformaron a maneira como os humanos nos comunicamos a través dos medios, así como a función e organización destas institucións na sociedade.</p>			
Plan de continxencia	<p>1. Modificacións nos contidos Non se farán cambios</p> <p>2. Metodoloxías *Metodoloxías docentes que se manteñen</p> <p>Sesión maxistral Aprendizaxe colaborativa *Metodoloxías docentes que se modifican</p> <p>Se suprimen proba mixta e o obradoiro por un traballo tutelado.</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Correo electrónico. Diariamente. De uso para facer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer seguimento dos traballos tutelados. Teams. 1 sesión semanal en grupo grande para o avance dos contidos e dos traballos tutelados na franxa horaria que ten asignada a materia.</p> <p>4. Modificacións na avaliación Traballo tutelado (60%) Aprendizaxe colaborativa (40%) *Observacións de avaliación:</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non hay cambios</p>			



Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Identificar, distinguir e relacionar as estruturas organizativas no campo da comunicación, a súa evolución, a súa xestión ao longo do tempo e as súas tendencias. Así como as interrelacións entre os suxeitos da comunicación: autores, institucións, empresas, medios, soportes e receptores.	A3 A4 A6 A9	B3 B8 B9	C1 C2
Buscar, seleccionar e sistematizar fontes de información de referencia sobre os sectores estudados. Interpretar a información obtida nas devanditas fontes: informes sectoriais, informes económico-financeiros, datos estatísticos. Usar adecuadamente as ferramentas tecnolóxicas para presentar os resultados dos seus traballos correctamente, conforme aos canons das disciplinas da comunicación.	A4 A6 A9	B3 B4 B6 B8	C3
Traballar en equipo e comunicar as propias ideas mediante a creación dun ambiente propicio, e ser capaz de integrarse nun proxecto común destinado á obtención de resultados. Respecto solidario cara ás persoas. Tomar decisións, asumir riscos e afrontar con madurez os acertos e erros derivados das mesmas. Orde e método: habilidade para a organización e temporalización das tarefas. Consultar se se necesita orientación: chegar a tempo coas preguntas e as dúbidas.	A9	B4 B6 B8 B9	C3 C4

Contidos	
Temas	Subtemas
Industrias Culturais	- Conceptos fundamentais. - Políticas de comunicación e cultura. - Hábitos de consumo cultural na sociedade española.
A industria do videoxogo	- Antecedentes. - Mercado dos videoxogos: crecemento e diversificación. - Tendencias.
A industria do lecer cultural	- A identidade cultural europea. - O patrimonio cultural.
A industria musical	- Antecedentes. - Cadea de valor: creación, produción, difusión, distribución, consumo. - Tendencias.
A industria xornalística	- Antecedentes. - Datos estruturais. - Tendencias e retos.
A industria do libro	- Antecedentes. - Datos estruturais. - Tendencias e retos.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A3 A6 B3 B4 B6 B8 B9	26	36	62
Análise de fontes documentais	A4 C2 C3 C4	6	0	6
Aprendizaxe colaborativa	A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1	12	24	36
Obradoiro	A4 A6 B9 C2 C3	6	8	14
Proba mixta	B3 B5 B9	2	22	24



Atención personalizada		8	0	8
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	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. Estas sesións maxistras serán online.
Análise de fontes documentais	Busca, selección e sistematización de fontes de información de referencia sobre as industrias estudadas. Este análise será realizado de forma presencial.
Aprendizaxe colaborativa	Organización da clase en pequenos grupos nos que o alumnado traballa conxuntamente na resolución de tarefas asignadas polo profesorado para optimizar a súa propia aprendizaxe e a dos outros membros do grupo. Esta aprendizaxe será presencial.
Obradoiro	Aprendizaxe práctica con diversos obxectivos e aplicación de diferentes metodoloxías. Os obradoiros serán presenciais.
Proba mixta	Exames da materia. Esta proba será presencial.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe colaborativa Obradoiro	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.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Proba mixta	B3 B5 B9	Exames. A súa realización é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	40
Aprendizaxe colaborativa	A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1	Traballos en grupo no que se valora tanto o resultado como o proceso. A cualificación de cada alumno integrante do grupo podería ser diferente en función da súa achega e compromiso. A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	40
Obradoiro	A4 A6 B9 C2 C3	Aprendizaxe práctica aplicada ao traballo en equipo e a consecución de obxectivos. A participación neste traballo é obrigatoria para optar á avaliación da materia.	20

Observacións avaliación
<p>Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos. Os alumnos deberán consultar semanalmente o Moodle, porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.</p> <p>Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: as actividades de avaliación e a súa valoración serán iguais. Os traballos en grupo previsto poderán facelos individualmente, se é imprescindible. A través das titorías, a profesora adaptará ás circunstancias do alumno/a ás datas para realizar as actividades e facilitaralle a orientación necesaria para cursar a materia.</p>

Fontes de información



<b>Bibliografía básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- AEDE (Asociación de Editores de Diarios Españoles) (Anual). Libro blanco de la prensa diaria . Madrid. AEDE</li> <li>- BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Gedisa</li> <li>- CORDÓN, J.A. (2011). Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos. Vigo: Trea</li> <li>- 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</li> <li>- DURAN, J. y SANCHEZ, L. (ed.) (2008). Industrias de la comunicación audiovisual. Barcelona. Publicacions i edicions Universitat de Barcelona</li> <li>- HESMONDHALGH, D. (2007). The Cultural Industries. Londres. SAGE</li> <li>- KAHNEY, L. (2009). En la cabeza de Steve Jobs. La mente detrás de Apple. Barcelona. Gestión 2000</li> <li>- SGAE (). Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2011. Madrid. Fundación Autor-SGAE</li> <li>- SALGADO GARCÍA, F. / ALEJANDRO MARTÍNEZ, V. (2012). Economía de la cultura y la comunicación en la era digital. MEDIA XXI</li> </ul>
<b>Bibliografía complementaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CAMPOS, F. (coord.) (2011). El nuevo escenario mediático. Zamora: Comunicación Social</li> <li>- FRATTINI, E. y COLIAS, Y. (1996). Tiburones de la comunicación: grandes líderes de los grupos multimedia. Madrid. Pirámide</li> <li>- MORA-FIGUEROA, B. (2009). El mercado global de la comunicación: éxitos y fracasos. Pamplona. EUNSA</li> <li>- 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 &amp; Janés</li> </ul>

### Recomendacións

**Materias que se recomienda ter cursado previamente**

**Materias que se recomienda cursar simultaneamente**

**Materias que continúan o temario**

Dereito/616G01005

Sector audiovisual/616G01007

Empresa/616G01010

### Observacións

Os alumnos deberán consultar semanalmente o Moodle, porque a través deste espazo docente virtual comunicaráselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.

(\*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías