



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Comunicación e industrias culturais		Código	616G01009
Titulación	Grao en Comunicación Audiovisual			
Descriptores				
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				
Descripción xeral	<p>O estudo das industrias culturais pretende mostrar aos estudiantes 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 suprime proba mixta e e obradoiro por un traballo tutelado.</p> <p>3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado Correo electrónico. Diariamente. De uso para fazer consultas, solicitar encontros virtuais para resolver dúbidas e facer seguimento dos traballos tutelados.</p> <p>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 evaluación Traballo tutelado (60%) Aprendizaxe colaborativa (40%) *Observacións de evaluación:</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía Non hay cambios</p>			



Competencias do título	
Código	Competencias do título
A3	Xestionar proxetos audiovisuais.
A4	Investigar e analizala comunicación audiovisual.
A6	Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias.
A9	Coñecelos modelos de xestión.
B3	Que os estudiantes 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 estudiantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado
B6	Expresarse correctamente tanto de xeito oral como escrito en linguas oficiais da comunidade autónoma
B8	Empregar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) precisas para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
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 enfrentarse.
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.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias 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 estudiados. Interpretar a información obtida nas devanditas fontes: informes sectoriais, informes económico-financeiros, datos estadísticos. 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 errores 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, producción, 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	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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	Descripción
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 sesions maxistrais serán online.
Análise de fontes documentais	Busca, selección e sistematización de fontes de información de referencia sobre as industrias estudiadas. Este análisis 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	Descripción
Aprendizaxe colaborativa	A profesora estará a disposición dos alumnos nas súas horas de tutoría e a través do correo electrónico para as necesarias orientacións e seguimento nestas actividades.
Obradoiro	

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias	Descripción	Cualificación
Proba mixta	B3 B5 B9	Exames.  A súa realización é obligatoria para optar á avaliação 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 trabalho é obligatoria para optar á avaliação da materia.	40



Obradoiro	A4 A6 B9 C2 C3	Aprendizaxe práctica aplicada ao trabalho en equipo e a consecución de obxectivos. A participación neste trabalho é obligatoria para optar á avaliación da materia.	20
-----------	----------------	--	----

**Observacións avaliación**

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 comunicárselles toda a

información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e

cualificacións.

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.

**Fontes de información**

Bibliografía básica	<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>
Bibliografía complementaria	<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 recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda 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 comunicárselles 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