



Teaching Guide

| Identifying Data | | | | | 2023/24 |
|----------------------------|--|---------------|---|----------------|---------|
| Subject (*) | Communication and the Cultural Industries | Code | 616G01009 | | |
| Study programme | Grao en Comunicación Audiovisual | | | | |
| Descriptors | | | | | |
| Cycle | Period | Year | Type | Credits | |
| Graduate | 2nd four-month period | First | Basic training | 6 | |
| Language | Spanish | | | | |
| Teaching method | Face-to-face | | | | |
| Prerequisites | | | | | |
| Department | Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | | |
| Coordinador | López Garrido, Mercedes Marina | E-mail | mercedes.lopez@udc.es | | |
| Lecturers | Formoso Barro, Maria Josefa López Garrido, Mercedes Marina | E-mail | m.formoso@udc.es mercedes.lopez@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| General description | <p>The study of cultural industries aims to show students that culture also has an important economic, business and technological dimension. Cultural industries often include television, radio, film, newspapers and magazines, books, music, Internet content, video games, and advertising. These are all activities whose main objective is to communicate with an audience, create texts.</p> <p>Since the end of the 20th century, digitally-based technologies have fostered a revolutionary process of convergence in these industries, and have diluted their traditional differences as text supports.</p> <p>The changes that we are living, and those that we will get to see, have transformed the way we humans communicate through the media, as well as the function and organization of these institutions in society.</p> | | | | |

Study programme competences

| Code | Study programme competences |
|------|---|
| A3 | Xestionar proxectos audiovisuais. |
| A4 | Investigar e analizar a comunicación audiovisual. |
| A6 | Coñecelo sector audiovisual: a oferta e as audiencias. |
| A9 | Coñecelos modelos de xestión. |
| 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 |
| 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 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 |
|-------------------|-----------------------------|
| | |



| | | | |
|---|----------------------|----------------------|----------|
| 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 |

| Contents | |
|-------------------------------|---|
| Topic | Sub-topic |
| Industrias Culturais | - Conceptos fundamentais. - Políticas de comunicación e cultura. - Hábitos de consumo cultural na sociedade española. |
| A industria xornalística | - Antecedentes. - Datos estruturais. - Tendencias e retos. |
| 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 do libro | - Antecedentes. - Datos estruturais. - Tendencias e retos. |

| Planning | | | | |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests | Competencies | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |
| Guest lecture / keynote speech | A3 A6 B3 B4 B6 B8 B9 | 26 | 36 | 62 |
| Document analysis | A4 C2 C3 C4 | 6 | 0 | 6 |
| Collaborative learning | A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1 | 12 | 24 | 36 |
| Workshop | A4 A6 B9 C2 C3 | 6 | 8 | 14 |
| Mixed objective/subjective test | B3 B5 B9 | 2 | 22 | 24 |
| Personalized attention | | 8 | 0 | 8 |

(*)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 | Expository lessons in which the main aspects of the thematic blocks that comprise the subject will be explained. One of its objectives is to facilitate the learning of the concepts of this discipline. These sessions will be taught online. |



| | |
|---------------------------------|---|
| Document analysis | Search, selection and systematization of sources of reference information on the industries studied. This analysis will be done in person. This analysis will be done in person. |
| Collaborative learning | Organization of the class into small groups in which the students work together to solve tasks assigned by the teachers to optimize their own learning and that of the other members of the group. They will be face-to-face work |
| Workshop | Practical learning with different objectives and application of different methodologies. These workshops will be face-to-face |
| Mixed objective/subjective test | Exams of the subject. Face-to-face exams of the subject |

Personalized attention

| Methodologies | Description |
|------------------------------------|--|
| Collaborative learning Workshop | 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 |
|---------------------------------|----------------------------|--|---------------|
| Mixed objective/subjective test | B3 B5 B9 | Exames. A súa realización é obrigatoria para optar á avaliación da materia. | 40 |
| Collaborative learning | 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 |
| Workshop | 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 |

Assessment comments

| |
|---|
| <p>Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual da UDC, porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións.</p> <p>Ortografía: as posibles faltas de ortografía nos exames e traballos baixarán de modo significativo a cualificación dos mesmos.</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> <p>A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en toda as actividades de avaliación de cara á convocatoria extraordinaria.</p> |
|---|

Sources of information



| | |
|-----------------------------|---|
| <p>Basic</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 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). Gutenberg 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 |
| <p>Complementary</p> | <ul style="list-style-type: none"> - 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 |

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Law/616G01005

The Audiovisual Sector/616G01007

Business/616G01010

Other comments

Os alumnos deberán consultar semanalmente o Campus Virtual, porque a través deste espazo docente virtual comunicáraselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións. -Segundo se recolle nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...)-Traballarse para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influirse na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.-Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e proporanse accións e medidas para corrixilas.

(*)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.