Teaching Guide				
Identifying Data				2019/20
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 Garrrido, Mercedes Marina	E-mail	mercedes.lopez@udc.es	
Lecturers	Diaz Gonzalez, Maria Jesus López Garrrido, Mercedes Marina	E-mail	m.j.diaz@udc.es mercedes.lopez@udc.es	
Web				
General description	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. 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. 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.			

Study programme competences	
Code	Study programme competences
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 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 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 estructurais. - Tendencias e retos.
A industria do libro	- Antecedentes. - Datos estructurais. - 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	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.

Document analysis	Busca, selección e sistematización de fontes de información de referencia sobre as industrias estudadas.
Collaborative learning	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.
Workshop	Aprendizaxe práctica con diversos obxectivos e aplicación de diferentes metodoloxías.
Mixed objective/subjective test	Exames da materia.

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.	60
Collaborative learning	A3 A4 A6 A9 B3 B4 B7 C1	Traballo 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.	20
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
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 comunicaráselles 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.

Sources of information

Basic	- 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
Complementary	- 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 Moodle, porque a través deste espazo docente virtual comunicaráselles toda a información necesaria sobre a materia: documentos, avisos e cualificacións. Nesta materia desenvolveranse actividades relacionadas coas liñas de innovación docente ás que se adscribe o grupo de innovación docente GIDCOM.

(*)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.