

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42908 INDUSTRIAS CULTURALES.

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura optativa de tercer curso impartida en el primer cuatrimestre.

Créditos ECTS

Tres créditos ECTS.

Competencias que contribuye a desarrollar

Dentro de las competencias generales y específicas de las listadas en el punto 3.2. de la memoria que se establecen para la Materia 1 (M1), las que desarrolla esta asignatura son:

A) Competencias generales: CG1, CG3, CG5.

B) Competencias específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE18, CE19, CE20, CE23, CE25, CE27

2.1. Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-5 Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

2.2 Específicas

Competencias Académicas-Disciplinarias

CE1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE2 Capacidad para asumir el liderazgo. Capacidad de asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CE3 Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.

CE4 Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

Competencias Profesionales

CE18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

Competencias Transversales

CE19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

CE23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE25 Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.

CE27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

La asignatura de Industrias Culturales trata de definir el panorama actual y establecer las perspectivas de futuro de un sector clave en la identidad y la economía de un país como España.

A lo largo del curso se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos que le permitan comprender la evolución de determinados productos culturales, dentro del fenómeno de la globalización cultural, vinculándolo con la práctica publicitaria.

Teniendo en cuenta los grandes resultados de la enseñanza y del aprendizaje que se pretenden para la Materia 1 los que corresponden a esta asignatura son:

1. Comprensión de los sistemas, procesos y estructuras de la comunicación, así como de sus tecnologías básicas.
2. Capacidad de relacionarse con los demás y con el entorno.
3. Capacidad para el trabajo en equipo.
4. Capacidad de análisis de los mensajes publicitarios.

Contenidos

Tema 1: Introducción, objetivos de la asignatura y justificación.

Tema 2: La Cultura: artesanía e industria cultural

Tema 3: Las Industrias Culturales en España

Tema 4: Las industrias de almacenamiento: editorial, cine y la música.

Tema 5: Las industrias de flujo: la radio y la televisión.

Tema 6: Las industrias digitales: internet y los videojuegos.

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Clases teóricas

Análisis de documentos impresos y audiovisuales

Presentaciones temáticas especializadas

Criterios y sistemas de evaluación

Instrumento/Procedimiento

Peso en la nota final

Prueba teórica individual del alumno

40%

Trabajos e informes realizados por el alumno, de forma individual y/o en grupo de trabajo

60%

· Para la recuperación:

- los alumnos que se hayan presentado en la primera convocatoria y tengan alguna de las partes aprobadas solo tendrán que recuperar la o las partes suspensas;
- los alumnos que no tengan aprobada parte alguna en la primera convocatoria realizarán un examen a desarrollar;

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Presentaciones PowerPoint, Prezzi, blogs, páginas web especializadas, proyecciones audiovisuales.

Las tutorías se realizarán:

Primer cuatrimestre: Lunes (19.00-21.00) Martes (17.00-19.00) y Viernes (16.30-28.30)

Segundo cuatrimestre: Miércoles (17.00-19.30) y Jueves (18.00-19.30)

La asistencia a tutorías debe ser solicitada con antelación para una mejor organización de las mismas a través del correo electrónico daniel.munoz.uva@gmail.com o dmunoz@hmca.uva.es con antelación suficiente.

Calendario y horario

DIA
CONTENIDO

BLOQUE 1

1 ETC's

26 SEPTIEMBRE

Desarrollo Temas 1, 2 y 3

3 OCTUBRE

10 OCTUBRE

17 OCTUBRE

BLOQUE 2

2 ETC's

7 NOVIEMBRE

Desarrollo Tema 4

14 NOVIEMBRE

21 NOVIEMBRE

28 NOVIEMBRE

12 Y 19 DICIEMBRE

Desarrollo Tema 5

9 ENERO

Desarrollo Tema 6

16 ENERO

Repaso

** Los desdobles se indicarán en un listado independiente en función de los grupos que se constituyan. Horario viernes de 18:30-20:30

Tutorías (1º Cuatrimestre):

Lunes 19:00-21:00

Martes 17:00-19:00

Viernes 16:30 a 18:30

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades formativas

Competencias

ECT's

Clases teóricas y expositivas

CG1, CG3, CE1, CE3, CE4, CE20

0,75

Prácticas y seminarios

CG3, CE2, CE3, CE4, CE18, CE20

0,5

Trabajo autónomo individual o grupo

CE19, CE2, CE4, CE18, CE20, CE23, CE 25, CE27

1,25

Tutorías

CG1, CG5, CE4

0,25

Evaluación

CG1, CG3

0,25

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Daniel Muñoz Sastre.

daniel.munoz.uva@gmail.com

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Doctorando en Comunicación Social por la Universidad de Valladolid.

Es profesor asociado de la Universidad de Valladolid desde 2005. También ha impartido clases en la Universidad de la Experiencia.

En la actualidad es jefe de informativos y director de programas de la Cadena COPE en Segovia. Ha trabajado en medios como Onda Cero Radio, Radio Nacional de España, Popular TV, Canal Caza y Pesca y ABC. También ha colaborado con la agencia de noticias Europa Press y con la Agencia de Comunicación TotalTeam.

Autor y coautor de varios libros de libros como "Publicidad, innovación y conocimiento", "Marketing Hero.

Herramientas comerciales de los videojuegos", "Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales", "Palazuelos de Eresma" y "Pasión e imagen. Impresiones de la Pasión. Carteles de la Semana Santa de Segovia".

Idioma en que se imparte

Castellano