

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42908 INDUSTRIAS CULTURALES.

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OPTATIVA

Créditos ECTS

3

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias 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.

Competencias Específicas:

- 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

Bloque 1: Introducción, conceptos básicos y planteamientos de partida. (1 ECTS)

a. Contextualización y justificación

Introducción y planteamiento de los conceptos básicos propios del entorno de las Industrias Culturales que facilite el posterior análisis pormenorizado de cada uno de los sectores.

b. Contenidos:

1. El concepto industrias culturales
 - 1.1. Concepto Cultura
 - 1.2. Concepto Industria
 - 1.3. Concepto Industrias Culturales
 - 1.4. Mercantilización de la cultura
2. El entorno de las industrias culturales
 - 2.1. Políticas culturales
 - 2.2. Factores que influyen en la evolución de las Industrias Culturales
- 2.3. Panorama de las Industrias Culturales
 - 2.4. Consumo cultural

Bloque 2: Los sectores de las Industrias Culturales en España. (2 ECTS)

c. Contextualización y justificación

Definición y análisis del escenario en el que se desarrollan las Industrias Culturales en España pormenorizando en cada uno de los sectores que en ellas se incluyen.

d. Contenidos

3. El sector editorial
 - 3.1. El libro
 - 3.2. La prensa
 - 3.3. Grupos editoriales
4. El sector discográfico
 - 4.1. Características
 - 4.2. Estructura del negocio
5. El sector cinematográfico
 - 5.1. Configuración de la industria cinematográfica
 - 5.2. Empresas del sector del cine
6. El sector radiofónico
 - 6.1. Características
 - 6.2. Configuración del sector radiofónico
7. El sector televisión
 - 7.1. Panorama de la televisión en España
 - 7.2. Estructura del sector televisión
8. El sector del videojuego
 - 8.1. Escenario de la industria del videojuego
 - 8.2. Líneas de negocio

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

La utilización de los métodos docentes guarda lógica relación con los distintos contenidos que forman parte de la asignatura. Las prácticas podrán consistir en el análisis de textos normativos, resoluciones judiciales, lecturas doctrinales o el planteamiento de casos reales o ficticios. La guía docente puede establecer metodologías adicionales o específicas. Los profesores responsables de los grupos podrán servirse, en la medida en que lo estimen oportuno, de la plataforma virtual de Moodle, así como recomendar el uso de manuales o de otros recursos útiles para el aprendizaje de la asignatura. La guía docente recogerá expresamente el horario de tutorías del profesor o profesores responsables del grupo, así como sus datos de contacto. Además, podrá recoger medidas adicionales de apoyo tutorial.

Criterios y sistemas de evaluación

En la guía docente se concretará el modelo de evaluación que se anudará a los exámenes, que podrán ser escritos, orales o mixtos, sobre contenidos teóricos y/o prácticos. También podrán establecerse en el mismo, de forma opcional, la realización de pruebas académicas suplementarias y un eventual sistema de evaluación continua. De optarse por este sistema de evaluación deberá determinarse con precisión los requisitos y beneficios que se anudan al mismo. El profesor de cada grupo podrá establecer, finalmente, un régimen sancionador propio relacionado con la realización fraudulenta de exámenes y plagios en las prácticas.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO

PESO EN LA NOTA FINAL

OBSERVACIONES

Exámenes

El fijado en la guía docente

Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua

Elaboración de actividades prácticas

El fijado en la guía docente

Las guías docentes podrán establecer criterios de evaluación continua

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Convocatoria ordinaria:
 - Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente
- Convocatoria extraordinaria:
 - Superación de los criterios determinados por cada profesor en su guía docente

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Se fijarán tutorías al inicio del curso

Calendario y horario

El calendario y horario será el fijado, para cada curso escolar, por las autoridades académicas. Cada guía escolar informará sobre dicho horario, así como sobre el calendario académico y fechas de exámenes de la asignatura.

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

Actividades presenciales

Horas

Actividades no presenciales

Horas

Clases teóricas y expositivas

13,5

Elaboración trabajo individual

19

Prácticas en el aula

13,5

Elaboración trabajo en grupo

19

Evaluación

3

Estudio de la teoría

7

Total presencial

30

Total no presencial

45

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)

Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad

Idioma en que se imparte

Español
