

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Nombre: Cultura y Comunicación Digital
Curso académico: 2013/2014

Identificación y características de la asignatura						
Código	401117				Créditos ECTS	6
Denominación	Cultura y comunicación digital					
Denominación en inglés	DIGITAL CULTURE AND COMMUNICATION					
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la Información Digital					
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y Comunicación					
Semestre	Primero	Carácter	Optativa			
Módulo	Módulo optativo de gestión de la Información					
Materia	Cultura y Comunicación Digital					
Profesorado						
Nombre	Área de conocimiento	Departamento	Despacho	Correo-e	Teléfono	Página web
Ana Castillo Díaz	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Información y Comunicación	111	acasdia@alcazaba.unex.es	86459	
María del Rosario Luna	Comunicación Audiovisual y Publicidad	Información y Comunicación	104	mrluna@alcazaba.unex.es	86468	
Profesor coordinador (si hay más de uno)	María del Rosario Luna					
Competencias/Objetivos						

1. Ser capaces de **integrar conocimientos** y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios (RD 1393/2007).
2. Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de **resolución de problemas en entornos nuevos** o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
3. Aprender a sacar provecho de los **conocimientos interdisciplinares** ofrecidos por disciplinas relacionadas con la información, para resolver mejor los problemas encontrados en el ejercicio de actividades de información y documentación, y hacer frente a situaciones profesionales determinadas.
4. Adquirir **habilidades de investigación** en fuentes documentales digitales y de diseño de sus propios sistemas de información documental.
5. Capacidad de generar una **conciencia solidaria**: capacidad para generar formas de comportamiento que pasen por el respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, los valores propios de una cultura de paz, los principios democráticos y el respeto por los derechos humanos.
6. Poseer las **habilidades de aprendizaje** que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto-dirigido o autónomo (RD 1393/2007).
7. Conocimiento del **marco jurídico** y administrativo nacional e internacional de la gestión de la información on line. Aplicar las disposiciones y los procedimientos legales y reglamentarios tanto de ámbito nacional como internacional.
8. Adquirir **especialización en la gestión** de la información digital y conocimiento de marcadores en relación con el mundo de la información y la documentación digital

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido

El avance tecnológico, la gestión empresarial de la comunicación y las nuevas prácticas sociales están dando pie a profundas transformaciones del modelo de organización y comportamiento de las industrias culturales. La disminución de los costes de producción, unida a los nuevos mecanismos de almacenamiento, promoción y distribución están provocando una transformación en las industrias culturales. En esta asignatura analizaremos la situación que actualmente viven las principales industrias culturales en nuestro país: prensa, radio, televisión, cine y libro.

Temario de la asignatura

Denominación del tema	Contenidos
1. Introducción conceptual:	

industria cultural, cultura digital.	Características y modalidades de funcionamiento.
2. Televisión digital como industria cultural.	La televisión digital desde la óptica de las industrias culturales.
3. Radio digital como industria cultural	La radio digital desde la óptica de las industrias culturales.
4. Libro digital como industria cultural	El libro digital desde la óptica de las industrias culturales.
5. Cine digital como industria cultural	El cine digital desde la óptica de las industrias culturales.
6. Prensa digital como industria cultural	La prensa digital desde la óptica de las industrias culturales.

Actividades formativas

Actividades presenciales y no presenciales

(Indicar el reparto de horas de la asignatura según los tipos de actividad. Este reparto ha de tomarse de la ficha de distribución docente de los módulos)

GG: Grupo Grande (máx. 100 estudiantes).

SL: Seminario/Laboratorio (prácticas clínicas hospitalarias = 7 estudiantes; prácticas laboratorio o campo = 15; prácticas sala ordenador o laboratorio de idiomas = 30, clases problemas o seminarios o casos prácticos = 40).

TP: Tutorías Programadas (seguimiento docente, tipo tutorías ECTS).

EP: Estudio personal, trabajos individuales o en grupo, y lectura de bibliografía.

Presenciales			Actividad de seguimiento	No presencial
GG	SL	%	TP	EP
37,5	17,5	36,66%	7,5	87,5

Actividades formativas de carácter presencial

(Indicar el reparto de horas presenciales según su tipo de agrupación docente. Este reparto se toma de la ficha de carga docente)

Tipo de actividad	Horas	Grupos desdoble	Total horas
Gran Grupo	37,5	0	37,5
Seminario/Laboratorios:			
Prácticas clínicas			
Prácticas en laboratorio o de campo			
Prácticas en salas de ordenadores o laboratorios de idiomas			
Clases de problemas, seminarios, casos prácticos	17,5	0	17,5
TOTAL Horas Lectivas Presenciales			55

Actividades formativas de carácter no presencial

Tipo de actividad	Horas	Grupos desdoble	Total horas
-------------------	-------	-----------------	-------------

Consultas bibliográficas obligatorias	10	0	10
Trabajos dirigidos	10	0	10
Preparación de encargos para clase	20		20
Estudio personal	47,5	0	47,5
TOTAL Horas Lectivas No Presenciales			87,5
TOTAL Horas de trabajo de la Asignatura			150

Metodología

Tipo de actividad	Descripción
Gran Grupo	Lección magistral participativa apoyada en recursos visuales y ejemplos sobre los que los alumnos puedan aportar sus opiniones y conocimientos previos
Seminario/Laboratorios	
Prácticas clínicas	
Prácticas en laboratorio o de campo	
Prácticas en salas de ordenadores o laboratorios de idiomas	
Clases de problemas, seminarios, casos prácticos	Análisis de casos y ejemplos que los alumnos trabajarán en grupos y que luego se expondrán en clase para la supervisión y el seguimiento así como para la puesta en común con todos los grupos de trabajo.
Consultas bibliográficas obligatorias	
Trabajos dirigidos	
Preparación de encargos para clase	
Estudio personal	

Tutorías programadas de la titulación

(indicar el tamaño de los grupos de atención en tutorías programadas y las horas que implicarían teniendo en cuenta en número aproximado de alumnos de la asignatura. Este reparto se toma de la ficha de carga docente)

	Número de horas	Número de grupos	Total horas tutoría
Número de alumnos por grupo de seguimiento: 5 aprox.	1,5 por grupo	4	6

Sistemas de evaluación

La evaluación de la asignatura constará de un examen escrito que medirá el nivel de asimilación de los conocimientos impartidos por parte del alumno. El examen supone el 60 % de la nota final del examen. El 40 % restante se conseguirá con la superación de la práctica propuesta en clase a los alumnos. Para superar la asignatura será necesario superar el examen teórico y la práctica por separado.

Bibliografía

Alonso, A. J. (2006). El cine español: una modesta industria cultural. *Sessões do Imaginário-Cinema / Cibercultura / Tecnologias da Imagem*, 6(6).

Álvarez monzoncillo, J.M (2004). *El futuro del ocio en el hogar*. Madrid: Fundación Autor.

Armentia Vizuete, José Ignacio (2011). "La difícil supervivencia de los diarios ante la agonía del soporte papel". *Ámbitos*, Nº 20, 11-26.

Bustamante E. (coord.) (2002). *Comunicación y cultura en la era digital: Industria, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, E. (Coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante E. y Álvarez Monzoncillo, J.M. (1999). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo.

Cerezo J.M. (2006) (coord.). *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom España.

Crespo, J. (coord..) (2012). *Arte y cultura digital, planteamientos para una nueva era*. Universidad de Sevilla. En: <http://www.eumed.net/libros/2012a/1184/index.htm>

Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Manovich, L.. (2005). ¿Qué es el cine digital? En: *e-Magazine Laboluz*. Arte, proyectos e ideas. Universidad Politécnica de Valencia. <http://www.upv.es/laboluz/revista/>

Ojer Goñi, T., & Capapé, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, (10), 187-200.

Rifkin, J. (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

Salaverría, Ramón y García Avilés, José Alberto (2008). "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo". *Trípodos*, número 23, Barcelona.

Stiglitz J.E. (2002). *El malestar de la globalización*. Madrid: Taurus.

Throsby, D. (2001). *Economía y cultura*. Cambridge University Press: Madrid.

Vogel, H.L. (2004). *La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico*. Madrid. Fundación Autor.

Horario de tutorías

Las profesoras publicarán su horario de tutorías, tras su aprobación en el Consejo de Departamento, en los canales oficiales.

Recomendaciones

Si bien las clases no tienen carácter obligatorio se recomienda la asistencia a ellas ya que las mismas se solventan en el análisis de casos prácticos y producciones de la industria cultural digital contemporánea.