

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2014/2015

Identificación y características de la asignatura				
Código	401117		Créditos ECTS	6
Denominación (español)	Cultura y comunicación digital			
Denominación (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	IV. Módulo optativo de gestión de la Información			
Materia	4.2 Cultura y Comunicación Digital			
Profesor/es				
Nombre	Despacho	Correo-e	P. web	
Ana Castillo Díaz	111	acasia@alcazaba.unex.es		
María del Rosario Luna	104	mrluna@alcazaba.unex.es		
Área de conocimiento	Comunicación Audiovisual y Publicidad			
Departamento	Información y Comunicación			
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Ana Castillo Díaz			
Competencias				
<p>1. (2) 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).</p>				
<p>2. (4) Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con el entorno digital en un idioma extranjero (inglés).</p>				
<p>3. (5) 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.</p>				
<p>4. (6) 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.</p>				

5. (8) 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).
6. (11) 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.
7. (12) 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.
8. (18) 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.
9. (19) Adquirir habilidades de investigación en fuentes documentales digitales y de diseño de sus propios sistemas de información documental.
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
1. Introducción conceptual: industria Características y modalidades de funcionamiento.
2. Libro digital como industria cultural El libro 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. Televisión digital como industria cultural. La televisión digital desde la óptica de las industrias culturales.
5. Prensa digital como industria cultural La prensa digital desde la óptica de las industrias culturales
6. Cine digital como industria cultural El cine digital desde la óptica de las industrias culturales.
Actividades formativas

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
Tema 1		6.25			
Tema 2		6.25	3.5	1.5	
Tema 3		6.25	3.5	1.5	
Tema 4		6.25	3.5	1.5	
Tema 5		6.25	3.5	1.5	
Tema 6		6.25	3.5	1.5	
Evaluación del conjunto	150	37,5	17,5	7,5	87,5

GG: Grupo Grande (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.

Sistemas de evaluación

La evaluación de la asignatura constará de un trabajo de reflexión teórica que medirá el nivel de asimilación de los conocimientos impartidos por parte del alumno. El trabajo teórico 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.

El seguimiento y evaluación de las prácticas y el trabajo teórico conllevará una dedicación de unas diez horas aproximadamente por parte de cada profesor.

Bibliografía y otros recursos

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.

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

Bustamante E. (coor.) (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

Tutorías programadas: las tutorías programadas se desarrollarán en la semana del 24 al 30 de noviembre.

Tutorías de libre acceso:

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 ya que las mismas se resuelven a través del análisis de casos prácticos y producciones de la industria cultural digital contemporánea.