

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA. SEMIPRESENCIAL

Curso académico: **2017-2018**

Identificación y características de la asignatura					
Código	502294			Créditos ECTS	6
Denominación	INDUSTRIAS CULTURALES				
Titulaciones	GRADO EN INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN				
Centro	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN				
Semestre	2º	Carácter	OPTATIVO		
Módulo	OPTATIVO				
Materia	ESPECIALIZACIÓN PRÁCTICA				
Profesor/es					
Nombre	Despacho	Correo-e		Página web	
Felipe Zapico Alonso	51	fzapalo@unex.es			
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación				
Departamento	Información y Comunicación				
Profesor coordinador (si hay más de uno)	Felipe Zapico Alonso				
Competencias/Objetivos					
Competencias Básicas					
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética					
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado					
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía					
Competencias transversales					
CT2 - Capacidad de uso y adaptación de diversas técnicas de comunicación oral y escrita con los usuarios de la información.					
CT5 - Capacidad de organización y planificación del trabajo propio.					
CT7 - Reconocimiento de la diversidad y la multiculturalidad en el trabajo en el servicio público.					
CT8 - Razonamiento crítico en el análisis y la valoración de alternativas.					
CT10 - Capacidad para el aprendizaje autónomo.					
CT11 - Capacidad para la adaptación a cambios en el entorno.					
CT12 - Capacidad para emprender mejoras y proponer innovaciones.					

Competencias específicas

CE3 - Conocimiento de la realidad nacional e internacional en materia de políticas y servicios de información y de las industrias de la cultura.

CE10 - Capacidad de usar y aplicar las técnicas, las normativas y otros instrumentos utilizados en la reunión, selección, organización, representación, preservación, recuperación, acceso, difusión e intercambio de la información.

CE12 - Capacidad para analizar, asesorar y formar a productores, usuarios y clientes de servicios de información, así como en los procesos de negociación y comunicación.

Temas y contenidos

Breve descripción del contenido

Descriptores del Título

Industrias de la cultura. Tipos de Industrias Culturales: Editorial, Periodística, Televisiva, Radiofónica y Cinematográfica. Políticas culturales. Influencia social. Gestión económica.

Temario de la asignatura

Denominación del tema 1: Cultura e industrias culturales

Contenidos del tema 1: Concepto de cultura. Características de la cultura actual. Las políticas culturales. Concepto de industria cultural. Tipología. Características.

Denominación del tema 2: La industria editorial

Contenidos del tema 2: Estructura organizativa de las empresas editoriales. Características del sector editorial. Influencia de la tecnología en el sector editorial: la lectura en otros soportes. La industria editorial en España. La edición independiente. La autoedición

Denominación del tema 3: La prensa

Contenidos del tema 3: Evolución histórica de la prensa. Tipos de prensa. Estructura organizativa de la empresa de prensa. Formas de financiación. Los grandes grupos de prensa. Influencia de la tecnología en la industria de la prensa. Prensa alternativa. Contra-información.

Denominación del tema 4: Cine, Fotografía y Televisión.

Contenidos del tema 4: El cine. La fotografía. La televisión. Industria, entretenimiento y cultura.

Denominación del tema 5: Cibercultura.

Contenidos del tema 5: Movimientos culturales, del underground al mundo 2.0. Cultura colaborativa. Nuevas formas de financiación

Denominación del tema 6: Industrias de la Creatividad. Cultura de calle

Contenidos del tema 6: Licencias para compartir. Altruismo cultural y creativo. Arte en las calles y en las redes.

Actividades formativas y Metodología

Horas de trabajo del alumno por tema		Presencial		Actividad de seguimiento	No presencial
Tema	Total	GG	SL	TP	EP
1	21	1			20

2	21,5		1	0.5	20
3	21		1		20
4	22	1	1		20
5	21			1	20
6	23	1	2		20
Preparación del examen	20,5				20,5
Evaluación del conjunto	150	3	5	1,5	140,5

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 calificación será la suma de la evaluación continua y la evaluación final, atendiendo a los siguientes criterios:

Evaluación continua: es la media de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en la asignatura. La nota obtenida supondrá un 50% de la nota final.

Asistencia a seminarios presenciales o seguimiento en línea: 10% de la nota final.

Evaluación final: constituirá el 40% de la nota final, y consistirá en la realización de un examen de los conocimientos teóricos adquiridos a lo largo del semestre. Dicho examen constará de preguntas de tamaño medio y corto sobre las materias impartidas en la asignatura. El examen deberá aprobarse para superar la asignatura.

*** En las convocatorias, habrá una prueba final alternativa de carácter global, de manera que la superación de ésta suponga la superación de la asignatura.**

Metodologías docentes

- Planteamiento de los temas programados en el Campus Virtual y desarrollo en los foros específicos.
- Utilización de material docente en diferentes tipos y formatos.
- Discusión de los contenidos.
- Aplicación práctica de los conocimientos teóricos a través de los laboratorios, talleres, etc.
- Análisis y resolución de problemas prácticos propuestos.

Resultados de aprendizaje

- Extraer el significado de industria cultural aplicado a: editoriales, prensa, televisión, cine, publicidad, radio, mercados culturales e internet.
- Habilidad para manejar bases de datos específicas de gestión documental en medios audiovisuales.

Bibliografía (básica y complementaria)

Atlas ilustrado de grafiti y arte urbano. Susaeta: Madrid, 2011

BUSTAMANTE, E., ZALLO, R. Las industrias culturales en España. Madrid: Akal, 1988

BUSTAMANTE, E. (coordl). Hacia un nuevos sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003

BUSTAMANTE, E. Comunicación y cultura en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2002

GARCÍA GRACIA, M. I. La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España. Madrid: McGraw-Hill, 2007

GUBERN, R. Historia del cine. Barcelona: Lumen., 1998.

Informe mundial sobre la cultura. Madrid: UNESCO, 1999

Informe mundial sobre la cultura: cultura, creatividad y mercados. Madrid: Fundación Santa María, 1998

Informe mundial sobre la comunicación y la información. Madrid: UNESCO, 2003

HERSCOVICI, A. Economie de la culture et de la communication. Paris: L'Harmatan, 1994

ORIHUELA, Antonio. Pop, poesía y contracultura en España. Berenice: Córdoba, 2013.

GOFFMAN, Ken. La contracultura a través de los tiempos : de Abraham al acid-house. Barcelona: Anagrama, 2005.

Graffiti: Arte urbano de los cinco continentes. Gustavo Gili: Barcelona, 2010.

Graffiti y arte urbano: murales, firmas, plantillas y pegatinas. FKG: Barcelona, 2011.

PIMENTEL, M. Manual del editor: cómo funciona la moderna industria editorial. Córdoba: Berenice, 2007

LASUEN, J., ARANZADI, J. El crecimiento económico y las artes. Madrid: Fundación Autor, 2002

SOUGEZ, M-L. Historia de la fotografía. Madrid: Cátedra, 1999.

SÚAREZ, Mario. Los nombres esenciales del arte urbano y del graffiti español. Lunwerg: Madrid, 2011.

THROSBY, D. Economía y cultura. Cambridge: Cambridge University Press, 2001

Ultimate street art a celebration of graffiti and urban art. Monsa: Barcelona, 2009.

World culture report: cultural diversity and pluralism. Paris: UNESCO, 2000

VOGEL, H. La industria de la cultura y el ocio: un análisis económico. Madrid: Fundación Autor, 2004

ZALLO, R. Economía de la cultura y la comunicación. Madrid: Akal, 1988

Sougez, Marie-Loup. Historia de la fotografía. Madrid: Cátedra, 1999.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (temas, presentaciones, cuestionarios, casos prácticos, etc.) para el correcto seguimiento de la misma.

Horario de tutorías

Tutorías Programadas:
Pendientes de decidir.

Tutorías de libre acceso:
Pendientes de establecer

