

ASIGNATURA: INDUSTRIAS CULTURALES EN LA ERA DIGITAL					
Módulo: LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DIGITAL POR PERSPECTIVAS Y ESPECIALIDADES					
Materia:	INDUSTRIAS CULTURALES EN LA ERA DIGITAL	Créditos ECTS	6	Carácter	Optativo
Unidad temporal	Segundo semestre		Requisitos previos	Ninguno	
Profesores					
*Alberto García (1)					
*José Gregorio Morillas (5)					
Contenido general de la asignatura					
<p>Estudio de las transformaciones verificadas en las Industrias Culturales en la oferta y el consumo en las redes digitales, en sus aspectos económicos, políticos y socioculturales, incluidas las actividades de cultura clásica de original único en su multiplicación de copias inmateriales en soportes y redes digitales.</p>					
Desarrollo del programa					
<ul style="list-style-type: none"> -Las I. Culturales: Conceptos, tipologías, agentes, economía, mercados. -Globalización y Diversidad de las I.C. analógicas y digitales: Debates y consecuencias. -Los grandes sectores de la Cultura y de las I.C.: Situación española e internacional -Las I.C. digitales: Transformaciones, economía, modelos de negocio, demanda, y usos sociales: situación nacional e internacional. 					
Bibliografía					
<p>-Bustamante, E. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. Gedisa. 2003.</p> <p>*Bustamante, E., (Coords.). <i>Informe sobre la Cultura Española y su proyección global</i>. Fundación Alternativas. Madrid. 2011.</p> <p>*Bustamante, E. y Rueda, F. (Coords.). <i>Informe sobre la Cultura Española. La salida digital</i>. Marcial Pons/ Fundación Alternativas. Madrid. 2014.</p>					

*Bustamante, E, (Coord.) 2016. Informe sobre el Estado de la Cultura en España. La cultura como motor del cambio. Fundación Alternativas (Eds. La Catarata). Madrid.

*Bustamante, E, (Coord.) 2017. Informe sobre el Estado de la Cultura en España. Igualdad y Diversidad. Fundación Alternativas.Madrid.

*Rius-Uldemolins, Joaquín y Rubio Arostegui, Juan Arturo (Eds.). Treinta años de políticas culturales en España. 2016. Edit. PUV. Universidad de Valencia.

Complementaria:

-Bustamante, E. (Coord.). Las Industrias Culturales Audiovisuales e Internet. Experiencias, escenarios de futuro y potencialidades desde la periferia. Ideco. Santa Cruz de Tenerife. 2011

-Bustamante, E. (Coord.), 2009. El Audiovisual Digital. Políticas y estrategias desde las Comunidades Autónomas. Ideco. Santa Cruz de Tenerife.

-Bustamante, E. (Coord.). Comunicación y Cultura en la Era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.(Capítulo VI). Segunda edición. 2004.

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

*CALVI. J.¿Reproducción de la cultura o cultura de la reproducción?. Análisis económico, político y social de la distribución y el consumo de productos audiovisuales en Internet. Universidad URJC. Madrid. 2008.

-Castells, M. Comunicación y poder. Alianza Editorial. Madrid. 2009.

-Fuentes, M. Y Badillo, A (Eds.), "Tendencias y buenas prácticas en las Industrias Culturales y Creativas". (pags. 21-39). Edit. GRIC/Universidad de Salamanca- Junta de Castilla y León. 2014. ISBN: 978-84-697-1184-2

<https://es.scribd.com/doc/296098376/Tendencias-y-Buenas-Practicas-en-las-Industrias-Culturales-y-Creativas>

*HESMONDHALGH, David. The Cultural Industries. (3ª edición). Sage. Londres. 2013.

*KEA, 2006. *The economy of culture in Europe*.
<http://www.keanet.eu/Ecoculture/Study%20new.pdf>

*Miller, T. y Yúdice, G., 2004. *Política Cultural*. Gedisa Editorial, Barcelona.

- Throsby, D. Economía y Cultura. Cambridge University Press. Madrid. 2001.
- UNCTAD. Economía Creativa: Una opción factible de desarrollo. Informe 2010. Naciones Unidas. 2010 (traducción: Universidad Tecnológica de Chile).
- Vogel, H. La industria de la cultura y el ocio. Un análisis económico. Datautor. Madrid. 2004.
- WILLIAMS, R. Cultura. Sociología de la comunicación y del arte. Paidós. Barcelona. 1982.
- *YProductions, 2009. "Nuevas Economías de la Cultura"..
http://www.ypsit.net/recursos/investigaciones/documentos/nuevas_economias_cultura_yproductions.pdf
- * Yúdice, G., 2002. El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global. Gedisa. Barcelona.
- *Zallo, R., Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital. Gedisa. Barcelona.2011.
- *Zallo, R. Tendencias en comunicación: Cultura digital y poder. Gedisa. Barcelona. 2016.

Competencias Transversales

CT3. Capacidad para gestionar el lanzamiento y explotación de productos audiovisuales y multimedia, atendiendo a los nuevos modelos de negocio que cruzan mensajes, soportes y fuentes diversas.

CT4. Capacidad de analizar el fenómeno digital en los procesos comunicativos (creación, información, estética...) en el ámbito de los distintos medios de producción audiovisual, y en su dimensión artística, cultural, social, política y económica.

Competencias Específicas

CE6. Capacidad de análisis, comprensión y evaluación de los cambios estéticos, sociales, culturales e industriales producidos por las innovaciones tecnológicas en el ámbito de la comunicación audiovisual.

CE7. Conocimiento de los planteamientos teóricos y prácticos de la estructura empresarial y profesional en el entorno de la comunicación audiovisual para la Era digital para aplicarlos ser aplicados en evaluaciones, estudios e investigaciones.

CE8. Capacidad de realizar estudios de consultoría audiovisual a empresas y organizaciones ofreciendo resultados y propuestas de contenidos audiovisuales.

Sistemas de evaluación

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre, de forma que la asistencia regular es un pre-requisito básico. Se valorará de forma proporcional la asistencia y participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen el módulo.

Desglose del sistema evaluación (por porcentaje):

- Participación en las actividades propias de la materia: 50%
- Pruebas de conocimiento: 50%