

ASIGNATURA: INDUSTRIAS CULTURALES EN LA ERA DIGITAL					
Módulo 2. La comunicación audiovisual digital por perspectivas y especializaciones.					
Materia.	Materia 2: Estudio de los Sector de Especialización	Créditos ECTS	6	Carácter	Optativa
Unidad temporal	Segundo cuatrimestre		Requisitos previos		
Profesores *Enrique Bustamante (enriqueb@ccinf.ucm.es) *Alberto García García (algarci@ccinf.ucm.es) *Julio Larrañaga (julio.larranaga@ccinf.ucm.es)					
Contenido general de la asignatura 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.					
Desarrollo del programa <ul style="list-style-type: none"> • Las Industrias Culturales: Conceptos, tipologías, economía, mercados. • Los grandes sectores de la Cultura y de las I.C.: Economía española e internacional • Globalización y Diversidad de las I.C. : Debates y consecuencias. • Las Industrias Culturales digitales: Transformaciones, economía, modelos de negocio, demanda, situación nacional e internacional. 					
Bibliografía -Bustamante, E. (Coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital. Gedisa. 2003. *Bustamante, E., (Coords.). Informe sobre la Cultura Española y su proyección global. Fundación Alternativas. Madrid. 2011. *Bustamante, E. y Rueda, F. (Coords.). Informe sobre la Cultura Española. La salida digital. Marcial Pons/ Fundación Alternativas. Madrid. 2014. *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.ypsite.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

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.

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.

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%