



UNAM

UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO

# Guía Docente

Industrias culturales y modelos de negocio

**Grado en Cine**

MODALIDAD PRESENCIAL

*Curso Académico 2024-2025*

## Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

## RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Cine
Asignatura	Industrias culturales y modelos de negocio
Materia	Empresa
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	1º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

## DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Alicia Fernanda Sagües Silva
Correo Electrónico	alicia.sagues@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

## RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias

#### COM01

Desarrollar los procesos y técnicas implicadas en la dirección y gestión de empresas cinematográficas.

### Conocimientos

#### CON02

Conocer las herramientas y las nuevas tecnologías de medios de producción de empresas e industrias culturales cinematográficas.

#### CON05

[Conocer las estructuras nacionales e internacionales y los modelos de negocio de la industria cinematográfica.

#### CON07

Conocer los procedimientos para la distribución y comercialización de una obra cinematográfica.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Las industrias culturales y creativas en Europa.

Grupos de Comunicación

La industria Editorial

El sector radiofónico

La industria televisiva

La industria cinematográfica

El sector de la Música

El sector de los Videojuegos

El sector de Internet

La industria museística

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

### TEMA 1. LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

1.1 Definición y tipologías.

1.2 Las Industrias Culturales en Europa.

1.3 Las Industrias Culturales en otros Países y Continentes.

1.4 Diversidades y Derechos.

1.5 Las Industrias Culturales en Europa y su rol estratégico.

## **TEMA 2. LOS GRUPOS DE COMUNICACIÓN**

- 2.1 Medios independientes y Multimedia.
- 2.2 Radio y Televisión: los múltiples modelos de negocio.
- 2.3 Editoriales: artesanía e industria.

## **TEMA 3. INTERNET**

- 3.1 Del sueño democratizador a las multinacionales.
- 3.2 La música, industria, arte, resistencia y plataformas.
- 3.3 Los videojuegos: industria de entretenimiento y educación.
- 3.4 El video podcast ¿una nueva industria?
- 3.5 Derechos de Autor.

## **TEMA 4. LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA**

- 4.1 Tipos de Productoras.
- 4.2 Distribución de Cine.
- 4.3 ¿La conjunción de todas las Industrias culturales?
- 4.4 Modelos de financiación y ayudas.
- 4.5 Film Comission y Clúster.

## **TEMA 5. MUSEOS, ARCHIVOS, CENTROS CULTURALES**

- 5.1 Tipos de Museos y sus funciones.
- 5.2 Filmotecas y Archivos: el valor de la memoria.
- 5.3 Los Centros Culturales y sus escalas.
- 5.4 La Cooperación Cultural Exterior y el Instituto Cervantes.

## **CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA**

### **Unidad 1.**

Semanas 1-3.

### **Unidad 2.**

Semanas 4-5.

### **Unidad 3.**

Semanas 6-8.

### **Unidad 4.**

Semanas 9-13.

### **Unidad 5.**

Semanas 14-16.

## RECOMENDACIONES

- Recomendación para realizar la actividad 1, semana 3.
- Recomendación para realizar la actividad 2, semana 7.
- Recomendación para realizar los foros, desde la semana 2 hasta la semana 16.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
Sesión presencial	30	100%
Proyectos y trabajos	24	100%
Tutoría	6	100%
Trabajo autónomo del alumno	90	0%

## EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	30%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%

### Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

### Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- JORGE NIETO MALPICA, MARCELO MARTÍNEZ HERMIDA (Eds.). (2024). *Las Film Commissions en Europa y América. Influencias de los espacios y territorios cinematográficos en la cultura y el desarrollo económico y social*. Quito. Sello Editorial Razón y Palabra.
- UNESCO (2022). *Re/Pensar las políticas para la creatividad. Plantear la cultura como un bien público global*. París. UNESCO.

### Complementaria

- PAU RAUSELL KÖSTER (2023). “Definiendo los sectores cultural y creativo en términos estadísticos”. Working Paper Series 3.08/23. Universidad de Vigo: Research Group in Economic Analysis (RGEA).
- LAURA MEJÍAS-CLIMENT (2021).” Clasificaciones de videojuegos. Una propuesta práctica para estudios empíricos”. *Revista Tradumàtica. Technologies de la Traducció*, 19, 22-46.

- CONCEPCIÓN ELORZA, ARTURO CANCIO (2021). “Trabajo en arte, institución museal y mercado del arte. Retos socioeconómicos en el contexto de las industrias culturales y creativas”. *Arte, Individuo y Sociedad*, 33(2), pp. 521-536.
- TRINIDAD ZALDÍVAR (2021). «Las industrias creativas, una herramienta para la reactivación económica y la cohesión social». Monograma. *Revista Iberoamericana de Cultura y Pensamiento*, n.º 9, pp. 367-377.
- Castro-Higueras, A., Pérez-Rufí, J. P., y Miller, T. (2024). Industrias creativas en la red [Editorial]. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 183-184.
- PALOMA LÓPEZ-VILAFRANCA (2024). “El video podcast en Spotify España. Un formato dirigido a la generación Z que marca tendencia en la industria del audio digital”. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 15(1), 235-250.

### Enlaces de interés:

- <https://culture.ec.europa.eu/es/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors>
- <https://www.sgae.es/noticia/las-industrias-culturales-y-creativas-clave-para-reconstruir-la-maltrecha-economia-europea/>
- <https://europacreativa.es/europa-creativa/>
- <https://europacreativa.es/un-nuevo-programa-para-la-industrias-culturales-y-creativas-europa-creativa-2021-2027/>
- <https://cultulaw.com/financiacion-de-las-industrias-culturales-y-creativas-en-la-union-europea/>
- <https://www.fecyt.es/es/noticia/las-industrias-culturales-y-creativas-en-las-ciudades-como-impulsoras-del-desarrollo>
- <https://www.cultura.gob.es/cultura/industriasculturales/portada.html>
- <https://nexteugeneration.com/europa-creativa/>
- <https://www.horizonteeuropa.es/cultura-creatividad-sociedad-inclusiva>
- <https://institutoautor.org/ue-las-industrias-culturales-y-creativas-emiten-una-declaracion-conjunta-sobre-la-ley-de-inteligencia-artificial-aprobada-por-el-parlamento-europeo-y-el-consejo/>
- <https://www.inmujeres.gob.es/>