



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	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
Correo Electrónico	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
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:

Unidad 1: La cultura: desde sus orígenes a su industrialización

Unidad 2: La industria editorial

Unidad 3: La industria museística

Unidad 4: La industria fotográfica

Unidad 5: La industria cinematográfica

Unidad 6: La industria radiotelevisiva

Unidad 7: La industria musical

Unidad 8: La industria digital

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Unidad 1.

Semanas 1-2.

Unidad 2.

Semanas 3-4.

Unidad 3.

Semanas 5-6.

Unidad 4.

Semanas 7-8.

Unidad 5.

Semanas 9-10.

Unidad 6.

Semanas 10-11.

Unidad 7.

Semanas 12-13.

Unidad 8.

Semanas 14-16. |

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%

Realización de trabajos y prácticas: se realizarán uno o varios trabajos prácticos evaluables. Se exige como requisito indispensable, para aprobar la asignatura, superar con aprobado estos trabajos.

Pruebas de evaluación teórico-prácticas: para aprobar el apartado correspondiente a las pruebas de evaluación teórico-prácticas el alumno tendrá que superar un examen de tipo test y/o desarrollo, pudiendo incluir además un apartado de carácter práctico.

Asistencia y participación activa: se propondrán distintas actividades a lo largo del semestre, las cuales tendrán que ser debidamente realizadas para optar al 10% de la nota global de la asignatura. Se facilitará al alumno, a través del campus virtual, una rúbrica con la ponderación de cada actividad respecto a dicho 10%.

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.

Tanto la nota aprobada de los trabajos como la de los exámenes, dentro de la convocatoria ordinaria, se respetará en la convocatoria extraordinaria, por lo que el alumno solo tendrá que presentarse a aquella parte que tenga suspenso.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- BERGER, Jonh (2016). “Modos de ver”. Editorial GG
- CASADO Morales, S. (2019). “Industria cinematográfica: de la producción al consumo”. Editorial Síntesis.
- CUNNINGHAM, Stuart, & CRAIG, David. (2021). “Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment”. NYU Press
- MACLUHAN, Marshall y POWERS, B.R. (2020). “La Aldea Global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI”. Gedisa Editorial.

Complementaria

- ALBERT, Pierre y TUDESQ, André-Jean (1982). “Historia de la radio y la televisión”. Fondo de Cultura Económica.
- ALBORNOZ, Luis y GARCÍA, Trinidad (2017). “El audiovisual en la era digital”. Cátedra
- BAUMAN, Zygmunt (2017). “Modernidad Líquida”. Fondo de Cultura Económica.
- BENJAMIN, Walter (2011). “Breve historia de la fotografía”. Casimiro
- Benjamin, W. (2008). Sobre el concepto de historia (Obras I, II). Madrid: Abada.
- BENJAMIN, Walter (1982). “La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica” en “Discursos Interrumpidos I”. Taurus.
- BORDIEU, Pierre (1997). “Sobre la televisión”. Anagrama.
- BURKE, Peter (2012). Historial social del conocimiento, vol.II. DE la Encicloedia a la Wikipedia. Paidós.
- CASTELLS, Manuel (2006). “La sociedad red: una visión global”. Alianza Editorial.
- CORDÓN GARCÍA, José A. (2011). “La revolución del libro electrónico”. Editorial UOC.
- CUNNINGHAM, Stuart, & CRAIG, David. (2021). *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press.

- DEBORD, Guy (2007). "La Sociedad del espectáculo". Pre-Textos.
- GOMBRICHT, Ernst (2003). "los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual". Debate.
- RODRIGUEZ MAYORGAS, Ana (2017). "Arqueología de la palabra. Oralidad y escritura en el mundo antiguo". Bellaterra.
- ROMAGUERA, Joaquim y ALSINA, Homero (1993). "Textos y manifiestos del cine". Cátedra
- STOICHITA, Víctor (2000). "La invención del cuadro. Arte, artífice y artificios en los orígenes de la pintura europea". Ediciones del Serbal.
- ZAFRA, Remedios (2017). "El entusiasmo. Precariedad y trabajo creativo en la era digital". Anagrama
- ZAFRA, Remedios (2017). "Un cuarto propio conectado. Ciberespacio y autogestión del yo". Fórcola