



DATOS IDENTIFICATIVOS

Linguaxe nas Industrias Culturais

| | | | | |
|-----------------------|--|--------|-------|--------------|
| Materia | Linguaxe nas Industrias Culturais | | | |
| Código | V01M094V01109 | | | |
| Titulación | Máster Universitario en Lingua e Comunicación nos Negocios | | | |
| Descritores | Creditos ECTS | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
| | 3 | OP | 1 | 1c |
| Lingua de impartición | Lingua española | | | |
| Departamento | Lingua española | | | |
| Coordinador/a | Rodríguez Gallardo, Ángel | | | |
| Profesorado | Rodríguez Gallardo, Ángel | | | |
| Correo-e | anrogall@uvigo.es | | | |
| Web | http://masterenlenguaycomunicacion.com | | | |
| Descrición xeral | A materia ten como obxectivo o dominio dos procesos lingüísticos e comunicativos que son propios das industrias culturais e creativas. | | | |

Competencias

| | |
|--------|--|
| Código | |
| A1 | Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación. |
| A2 | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo. |
| A3 | Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos. |
| A4 | Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades. |
| C2 | Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares. |
| C7 | Planificar, estructurar y desarrollar ensayos escritos y presentaciones orales formulando hipótesis, utilizando las técnicas apropiadas para transmitir ideas de manera eficaz y válida, siguiendo las convenciones académicas o profesionales que el contexto requiera y empleando evidencias suficientes que corroboren los razonamientos expuestos. |
| C9 | Adquirir los fundamentos teóricos y aplicados que ofrecen la lingüística y las ciencias sociales para la comunicación profesional así como relacionar y describir los distintos contextos profesionales. |
| D7 | Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación. |
| D9 | Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando. |
| D11 | Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados. |

Resultados de aprendizaxe

| | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
|---------------------------------|---------------------------------------|

| | |
|---|----------------------------|
| Dominar a retórica cultural e os xéneros textuais propios das industrias culturais. | A1 A2 C2 C7 D7 |
| Desarrollar a capacidade de aprendizaxe autónoma para elaborar todo tipo de proxectos relacionados coa comunicación nas industrias culturais. | A3 A4 D7 D9 |
| Dominio do repertorio léxico cultural en español para empregalo no ámbito das industrias culturais. | A2 A3 C9 D11 |

Contidos

| Tema | |
|--|--|
| 1. Las industrias culturales. | 1.1. Definición y tipos. Las industrias creativas. |
| 2. El lenguaje en las industrias culturales clásicas: editorial, discográfica, cinematográfica, televisiva y mercado del arte. | 2.1. Características generales. 2.2. Léxico cultural. 2.3. Géneros textuales: promociones, reseñas, críticas, catálogos, informes, carteles. 2.4. Retórica cultural. |
| 3. El lenguaje en las industrias creativas emergentes: moda, belleza, planificación urbana, gastronomía, ocio y turismo. | 3.1. Características generales. 3.2. Léxico y áreas temáticas. 3.3. Recursos de implicación del interlocutor. 3.4. Géneros textuales: guías turísticas, folletos, artículos de divulgación y promoción, informes, catálogos. 3.5. Retórica creativa. |

Planificación

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--|---------------|--------------------|--------------|
| Actividades introductorias | 1 | 0 | 1 |
| Seminarios | 2 | 0 | 2 |
| Sesión maxistral | 8 | 0 | 8 |
| Estudo de casos/análises de situacións | 5 | 10 | 15 |
| Traballos tutelados | 2 | 12 | 14 |
| Proxectos | 1 | 30 | 31 |
| Presentacións/exposicións | 1 | 3 | 4 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

| | Descrición |
|--|---|
| Actividades introductorias | Presentaranse as liñas fundamentais do curso. |
| Seminarios | Realizarase un seminario cun experto ou cunha experta nas industrias culturais. |
| Sesión maxistral | O docente explicará as cuestións fundamentais do temario da asignatura. |
| Estudo de casos/análises de situacións | Plantearanse casos de estudo e situacións para analizar relacionadas coas industrias culturais. |
| Traballos tutelados | Os alumnos e as alumnas realizarán traballos dirixidos polo docente e recibirán asesoramento sobre a forma e o contido. |
| Proxectos | Os alumnos e as alumnas escollerán unha cuestión de análise ou estudo para realizar un traballo ao longo de curso. |
| Presentacións/exposicións | Os alumnos e as alumnas defenderán oralmente o traballo preparado ao longo do curso. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|---------------------|---|
| Traballos tutelados | Para a realización de traballos tutelados, de exercicios e de traballos/proxectos e para a resolución de problemas ou estudos de casos, reservárase un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado. |
| Proxectos | Para a realización de traballos tutelados, de exercicios e de traballos/proxectos e para a resolución de problemas ou estudos de casos, reservárase un tempo de atención personalizada co fin de atender e resolver as dúbidas do alumnado. |

| Avaliación | | | | | |
|--|---|---------------|---------------------------------------|----------|-----------|
| | Descrición | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe | | |
| Estudo de casos/análises de situacións | Os alumnos e as alumnas realizarán análises de estudos de caso e de situacións relacionadas co temario da materia. | 15 | A1 A3 | C2 C9 | |
| Traballos tutelados | Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso. | 20 | A2 | C7 | D7 D11 |
| Proxectos | Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise. | 50 | A1 A4 | C9 | D9 |
| Presentacións/exposicións | Os alumnos e as alumnas defenderán de forma oral actividades, problemas, exercicios, traballos ou proxectos preparados de xeito individual ou en grupo. | 15 | A2 A4 | C7 | D7 |

Outros comentarios sobre a Avaliación

Os alumnos e as alumnas deben sumar un 80% da presencialidade global e deben alcanzar cando menos unha puntuación media en todos os aspectos metodolóxicos.

Bibliografía. Fontes de información

- Bustamante, Enrique (dir.), **Comunicación y cultura en la era digital : industrias, mercados y diversidad en España**, Barcelona: Gedisa,
- Bustamante, Enrique (Coord.), **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital**, Barcelona: Gedisa,
- Bustamante, Enrique (dir.), **Cultura y comunicación para el siglo XXI : diagnóstico y políticas públicas**, La Laguna (Tenerife) : IDECO,
- Barker, Chris, **Cultural Studies. Theory & Practice**, Sage Publications,
- Calvi, María Vittoria & Cristina Bordonaba Zabalza y Giovanna Mapelli, **Las lenguas de especialidad en español**, Roma: Carocci,
- Comisión Europea, **Green Paper Unlocking the potential of cultural and creative industries**,
- Fernández Quijada, David, **Industrias culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa**, Zer, 22, 119-140,
- Gámir Orueta, Agustín, **La industria cultural y los grupos multimedia en España, estructura y pautas de distribución territorial**, Anales de Geografía, 25, 179-202,
- Gironella, N. y Felipe Portocarrero, **La escritura rentable. La eficacia de la palabra en la empresa**, Madrid: SM,
- Martel, Frédéric, **Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas**, Madrid: Taurus,
- Portocarrero, Felipe y Gironella, Natalia, **Redacción productiva**, A Coruña: Netbiblo,
- Sánchez Lobato, Jesús (coord.), **Saber escribir**, Madrid: Aguilar,

Recomendacións