



DATOS IDENTIFICATIVOS

Lenguaje en las Industrias Culturales

Asignatura	Lenguaje en las Industrias Culturales			
Código	V01M094V01109			
Titulación	Máster Universitario en Lengua y Comunicación en los Negocios			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OP	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Profesorado	Rodríguez Gallardo, Ángel			
Correo-e	anrogall@uvigo.es			
Web	http://masterenlenguaycomunicacion.com			
Descripción general	(*)A materia ten como obxectivo o dominio dos procesos lingüísticos e comunicativos que son propios das industrias culturais e creativas.			

Competencias de titulación

Código	
A2	(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos comunicativos nuevos o poco conocidos dentro de contextos multidisciplinares.
A7	(*)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.
A9	(*)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.
B7	(*)Desarrollar la capacidad para trabajar de forma individual o en equipo en proyectos profesionales relacionados con la comunicación.
B9	(*)Saber gestionar de forma autónoma ámbitos concretos del proyecto profesional con el cual se está colaborando.
B11	(*)Promover un aprendizaje poliédrico que permita hacer frente a los retos de la comunicación en ámbitos tanto públicos como privados.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Tipología	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)*Articular *estrategias orientadas la lana creación de *ensayos, informes, memorias, correos electrónicos *y *demás tipos de escrito con él propósito de *mejorar lana comunicación escrita en *entornos *profesionales.	saber hacer	A2 A7 B7
(*)*Capacidad de *aprendizaje autónomo *y continuo de *los contextos técnicos *y teóricos relacionados con un *proyecto profesional relacionado con lana comunicación.	saber Saber estar /ser	B7 B9
(*)Ampliar *y *fijar de forma *más precisa él lista *léxico en español, sobre todo en *lo que se *refiere *al *léxico *más *empleado en *los ámbitos *profesionales	saber hacer	A9 B11

Contenidos

Tema	
(*)1. Lanas industrias *culturales.	(*)1.1. Definición *y tipos. Lanas industrias creativas.

(*)2. El lenguaje en las industrias culturales clásicas: editorial, discográfica, cinematográfica, televisiva y mercado de él 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 de él interlocutor. 3.4. Géneros textuales: guías turísticas, folletos, artículos de divulgación y promoción, informes, catálogos. 3.5. Retórica creativa.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Seminarios	2	0	2
Sesión magistral	8	0	8
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	10	15
Trabajos tutelados	2	12	14
Proyectos	1	30	31
Presentaciones/exposiciones	1	3	4

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	(*)Presentaranse as liñas fundamentais do curso.
Seminarios	(*)Realizarase un seminario cun experto ou cunha experta nas industrias culturais.
Sesión magistral	(*)O docente explicará as cuestións fundamentais do temario da asignatura.
Estudio de casos/análisis de situaciones	(*)Plantearanse casos de estudo e situacións para analizar relacionadas coas industrias culturais.
Trabajos tutelados	(*)Os alumnos e as alumnas realizarán traballos dirixidos polo docente e recibirán asesoramento sobre a forma e o contido.
Proyectos	(*)Os alumnos e as alumnas escollerán unha cuestión de análise ou estudo para realizar un traballo ao longo de curso.
Presentaciones/exposiciones	(*)Os alumnos e as alumnas defenderán oralmente o traballo preparado ao longo do curso.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	
Proyectos	

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	(*)Os alumnos e as alumnas realizarán análises de estudos de caso e de situacións relacionadas co temario da materia.	15
Trabajos tutelados	(*)Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso.	20
Proyectos	(*)Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise.	50
Presentaciones/exposiciones	(*)Os alumnos e as alumnas defenderán de forma oral actividades, problemas, exercicios, traballos ou proxectos preparados de xeito individual ou en grupo.	15

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes 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, Maria Vittoria & Cristina Bordonaba Zabalza y Giovanna Mapelli, **Las lenguas de especialidad en español**, Roma: Carocci,

Constenla Vega, Xosé, **(Re)imaxinando o universo urbano. Unha visión sobre as cidades na posmodernidade. De Baltimore a Santiago de Compostela**, Santiago de Compostela: Laiovento,

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,

Recomendaciones
