



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	Castelán Galego			
Departamento				
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 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 na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Dominar a retórica cultural e os xéneros textuais propios das industrias culturais.	saber facer	A2 A7 B7
Desarrollar a capacidade de aprendizaxe autónoma para elaborar todo tipo de proxectos relacionados coa comunicación nas industrias culturais.	saber Saber estar / ser	B7 B9
Dominio do repertorio léxico cultural en español para empregalo no ámbito das industrias culturais.	saber facer	A9 B11

Contidos

Tema	
1. Las industrias culturales.	1.1. Definición y tipos. Las industrias creativas.

2. El lenguaje en las industrias culturales clásicas:2.1. Características generales. editorial, discográfica, cinematográfica, televisiva y mercado del arte.	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
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
Traballos tutelados	Os alumnos e as alumnas realizarán pequenos traballos de preparación ao proxecto de curso.	20
Proxectos	Os alumnos e as alumnas realizarán un proxecto entre varios temas de traballo e análise.	50
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

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, 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,

Recomendacións
