

**TEMARIO**

1. **Estructura mundial de la industria de la comunicación:**
  - 1.1. Geopolítica del cambio
  - 1.2. Dinámica global de la estructura de la comunicación
  - 1.3. Análisis de la estructura del sistema comunicativo:
    - 1.3.1. España y Cataluña
    - 1.3.2. Unión Europea
    - 1.3.3. Mercados emergentes
  - 1.4. De las industria culturales a las industrias creativas
2. **Políticas de comunicación :**
  - 2.1. Conceptos y tendencias
  - 2.2. Las temáticas principales de las políticas de comunicación:
    - 2.2.1. Servicio público
    - 2.2.2. Diversidad Cultural
    - 2.2.3. Liberalización vs Intervencionismo
    - 2.2.4. Libertad y acceso
    - 2.2.5. Neutralidad de red y gestión del espectro
  - 2.3. El futuro de las políticas de comunicación: prospectiva

**COMPETENCIAS**

**Competencias específicas:**

- E2.1: Analizar las características principales de la estructura y dinámica de la comunicación.
- E2.2: Identificar los vectores de cambio y los elementos estructurales del sistema comunicativo y de las políticas de comunicación.
- E2.3 Operar con las fuentes estadísticas y documentales relevantes al objeto de estudio (datos de empresas de comunicación, documentos gubernamentales, encuestas de individuos y familias, etc.).
- E2.4: Escoger la metodología empírica adecuada al objeto del estudio: contraste de hipótesis, formulación y evaluación de políticas, etc.
- E2.5: Familiarizar al estudiante con las técnicas básicas del análisis de la estructura del sistema comunicativo y de las políticas de comunicación.
- E2.6: Confrontar distintas estructuras y políticas de comunicación en distintas áreas geográficas con el objetivo de obtener elementos comunes y diferenciales en la dinámica global.
- E2.7: Inferir, en cada caso, consecuencias de las políticas de comunicación asociadas al objeto de estudio.
- E2.8: Manejar las principales técnicas para evaluar los resultados de las políticas de comunicación.

**Competencias Transversales:**

- T1: Comprender la investigación académica en las áreas señaladas.
- T2: Contextualizar los problemas comunicativos mediante metodologías que permitan un análisis cuantitativo y cualitativo.
- T3: Argumentar y redactar de forma precisa, clara y concisa informes sobre problemas planteados.
- T4: Realizar análisis de caso

## LECTURAS DE LA ASIGNATURA

### Estructura de la comunicación:

- BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2011). *Industrias creativas. Amenazas a la cultura digital*. Barcelona: Gedisa.
- FLEW, Terry (2007). *Understanding Global Media*. New York: Palgrave Macmillan.
- QUARTESAN, A., ROMIS, M. y LANZAFAME, F. (2007). *Industrias culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades*, Washington: Banco Interamericano de Desarrollo
- SINCLAIR, John (2000). *Televisión: comunicación global y regional*. Barcelona: Gedisa.

### Políticas de comunicación:

- BRAMAN, Sandra. (2011). "Defining information policy", *Journal of Information Policy*, 1(1), p.1-5. (2004). "Where has media policy gone? Defining the field in the 21<sup>st</sup> century", *Communication Law and Policy*, vol. 9, pp.153-182.
- HUMPHREYS, Peter (2010). "How Deregulatory Has the European Union Really Been in the Audiovisual Sector?" 60th Annual Conference of the International Communications Association (ICA); 22 Jun 2010-26 Jun 2010; SUNTEC conference centre, Singapore.
- IOSIFIDIS, Petros (2010) "Pluralism and Public Service Broadcasting", RIPE Conference.
- MURCIANO, Marcial (2006) "Las políticas de comunicación y la construcción del Estado democrático", *Sala de prensa*, Año VIII, vol. 3.
- PUPPIS, Manuel (2010) "Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation". *Communication, Culture & Critique*, nº 3 , p. 134-149.
- VAN CUILENBURG, Jan (2007) "Media Diversity, Competition And Concentration: Concepts And Theories", in ELS DE BENS (ed.) *Media Between Culture and Commerce*, Bristol: Intellect, pp. 25 -54.
- VAN CUILENBURG, Jan and MCQUAIL, Denis (2003) "Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm", *European Journal of Communication*, Vol 18(2): 181-207

Además de estas lecturas obligatorias, en cada sesión teórica se detallará bibliografía complementaria para cada uno de los temas del temario.

## EVALUACIÓN

ACTIVIDAD	PUNTUACIÓN
Resumen académico de un texto (Extended Abstract – 800 palabras) + palabras clave (5) en castellano e inglés	10 puntos
Exposición en clase de un texto	10 puntos
Dos análisis de caso (actividad en el aula)	15 + 15= 30 puntos
Trabajo de curso (artículo académico – entre 6.000 y 8.000 palabras siguiendo los estándares internacionales)	40 puntos
Participación en clase + tutorías	10 puntos
Total	100 puntos

Es necesario haber entregado todos los ejercicios de evaluación para poder superar la asignatura.

## CALENDARIO DE LAS SESIONES

Nº	Fecha	Tema
1	17 octubre	Presentación asignatura – OIC – líneas de investigación Introducción: Geopolítica del cambio
2	24 octubre	Clase teórica – Estructura #1 Dinámica global de la estructura de la comunicación
3	31 octubre	Clase teórica – Estructura #2 Estructura del sistema comunicativo: España y Cataluña
4	7 noviembre	Clase teórica – Estructura #3 Estructura del sistema comunicativo: Unión Europea
5	14 noviembre	Clase teórica – Estructura #4 Estructura del sistema comunicativo: Mercados emergentes
6	21 noviembre	Analisis de caso nº1 (actividad de evaluación en el aula)
7	28 noviembre	De las industrias culturales a las industrias creativas
8	5 diciembre	Clase Teórica – Políticas de comunicación #1 Conceptos y tendencias
9	12 diciembre	Clase teórica – Políticas de comunicación #2 Políticas públicas y servicio público
10	19 diciembre	Clase teórica – Políticas de comunicación #3 Diversidad Cultural
11	9 enero	Clase teórica – Políticas de comunicación #4 Liberalización vs Intervencionismo
12	16 enero	Clase teórica – Políticas de comunicación #5 Libertad y acceso
13	23 enero	Analisis de caso nº2 (actividad de evaluación en el aula)
14	30 enero	Clase teórica – Políticas de comunicación #6 Neutralidad de red y gestión del espectro
15	6 febrero	Clase teórica – Políticas de comunicación #7 El futuro de las políticas de comunicación: prospectiva

## DATOS COMPLEMENTARIOS

Las lenguas de la asignatura serán el castellano (80%) y el inglés (20%)