

| Titulació                                                  | Tipus | Curs | Semestre |
|------------------------------------------------------------|-------|------|----------|
| 4313256 Continguts de Comunicació Audiovisual y Publicitat | OT    | 0    | A        |

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

### Professor/a de contacte

Nom: Carles Llorens Maluquer

Correu electrònic: Carles.Llorens@uab.cat

### Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

### Equip docent

Josep Maria Martí Martí

Joaquín Puig González

Ana Ullod Pujol

Emilio Fernández Peña

### Prerequisits

Domini de l'anglès.

### Objectius

Aquest mòdul té com a objectiu estudiar la transformació de les indústries audiovisuals i els sistemes publicitaris contemporanis, així com les tecnologies i polítiques de comunicació dins de l'escenari de les transformacions digitals. Es tracta de saber delimitar i entendre el pes dels factors econòmics, polítics, industrials, tecnològics, de gestió i d'internet que configuren la complexa realitat del sector audiovisual i publicitari.

### Competències

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Aplicar models validats d'anàlisi de continguts, d'avaluació de polítiques, d'estudis de recepció i d'anàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
- Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere, per dissenyar solucions.
- Identificar i comprendre els principals fenòmens que incideixen en les indústries, les polítiques i els continguts audiovisuals i publicitaris, així com en la seva recepció.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
- Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en l'estudi de la comunicació audiovisual i el desenvolupament de productes

## Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar com les forces econòmiques, polítiques, tecnològiques i socials incideixen en el sector audiovisual i publicitari, incloent-hi l'impacte d'Internet.
2. Analitzar la incidència de les dinàmiques que intervenen en les indústries i polítiques audiovisuals i publicitàries.
3. Aplicar models validats d'avaluació de polítiques, de tecnologies, de gestió i d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
4. Identificar i avaluar els principals corrents de pensament presents en l'estudi relacionat amb les diferents indústries culturals.
5. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
6. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
7. Reconèixer el paper dels mitjans, les produccions audiovisuals i la publicitat en la construcció de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
8. Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en el camp de les indústries i polítiques de la comunicació audiovisual.

## Continguts

A partir dels objectius s'abordaran el canvi que suposa la gestió d'empreses i del coneixement en un entorn digital, el paper de la tecnologia i l'economia com a factors clau en els canvis del sector audiovisual i publicitari contemporani i la reflexió i l'estudi de els principals corrents teòrics que els analitzen, l'anàlisi teòrica de les polítiques i tecnologies de comunicació amb estudi de casos concrets a nivell europeu, estatal i català; l'anàlisi intel·lectual del paper d'Internet i l'impacte de les xarxes socials en el sistema audiovisual i publicitari, i, finalment, l'estudi teòric i concret dels canvis de les estructures publicitàries bàsiques per entendre un dels pilars del model de negoci audiovisual .

Temari:

- 1.- Gestió d'empreses i del coneixement en la societat digital 3 ECTS (Josep Ma Marfí)
- 2.- Internet, xarxes socials i el seu impacte en el sector audiovisual 3 ECTS (Emilio Fernández)
- 3.- Canvis en els sistemes publicitaris contemporanis 6 ECTS (Ana Ullod i Quim Puig)
- 4.- Tecnologia i economia en el sistema audiovisual contemporani 3 ECTS (Carles Llorens)

## Metodologia

La docència s'estructura a partir d'uns seminaris molt especialitzats i la tutorització de treballs sobre les assignatures del mòdul.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## Activitats formatives

| Títol                  | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|------------------------|-------|------|--------------------------|
| Tipus: Dirigides       |       |      |                          |
| Seminaris              | 75    | 3    | 1, 2, 4, 7               |
| Tipus: Supervisades    |       |      |                          |
| Tutories dels treballs | 70    | 2,8  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |

|                                         |     |   |                        |
|-----------------------------------------|-----|---|------------------------|
| Tipus: Autònomes                        |     |   |                        |
| Lectures i treball autònom de l'alumnat | 100 | 4 | 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8    |
| Redacció de los trabajos del módulo     | 50  | 2 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 |

## Avaluació

Cada professor del mòdul indicarà a l'inici de la seva assignatura el tipus de treball que hauran d'elaborar els estudiants i com s'haurà de presentar.

## Activitats d'avaluació

| Títol                              | Pes | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge |
|------------------------------------|-----|-------|------|--------------------------|
| Traball Josep M <sup>a</sup> Martí | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |
| Treball Ana Ullod                  | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |
| Treball Carles Llorens             | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |
| Treball Emilio Fernández           | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |
| Treball Joaquín Puig               | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8   |

## Bibliografia

Ala-Fossi, Marko. (2012) 'Social Obsolescence of the TV Fee and the Financial Crisis of Finnish Public Service Media', *Journal of Media Business Studies* 9 (1): 33-54.

Alvarez del Blanco, Roberto (2011), *Neuromarketing*, Ed Prentice Hall, Madrid  
Anderson, Chris. (2008). *The Long Tail. Revised and Updated Edition*. New York: Hyperion

Arboledas, Luis (2010) 'Transición democrática y modelo comunicativo: la divergencia Ibérica', *Observatorio (OBS\*)* 4(2).

Balbi, Gabriele i Paolo Maggauda (2018). *A history of digital media*. Londres: Routledge.

Bonet, Montse (2016). *El imperio del aire: espectro radioeléctrico y radiodifusión*. Barcelona: Editorial UOC.

Bonet, Montse; Arboledas, Luis (2011) 'The European exception: Historical evolution of Spanish radio as a cultural industry', *Media International Australia incorporating Culture and Policy Journal*, 141: 38-48.

Buckland, Michael Keeble (2017). *Information and Society*. Cambridge: MIT Press.

Carey, John i Elton, Martin (2010). *When media are new*. University Michigan Press, Ann Arbor

Cuilenburg, Jan Van; McQuail, Denis (2003) 'Towards a New Communications Policy Paradigm', *European Journal of Communication*, 18 (2): 181-207.

Morozov, Evgeny, (2014). *To save everything, click her: the folly of technological solutionism*, New York: PublicAffairs

Rogers, Everett M. (2003) *Diffusion of Innovations*, 5a ed. New York: Free Press. Schmidt, Eric & Cohen, Jared (2014). *El Futuro digital*, Madrid: Anaya Multimedia.

Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Barcelona: Gedisa.

Wu, Tim (2011). The Master switch: the rise and fall of information empires, New York, N.Y.: Vintage Books.

## **Programari**

No cal dominar cap programari per desenvolupar aquest modul.