Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

INDUSTRIAS CREATIVAS

MÁSTER U. EN CINE, TV Y MEDIOS INTERACTIVOS

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	1 curso, 1S semestre
Nº de créditos	3
Idioma en el que se imparte	Castellano

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

II.-Presentación

Esta asignatura analiza la situación de las industrias culturales/creativas clásicas. Se realiza su definición y una descripción de los sectores: sus lazos y sus hibridaciones. La ruptura de la cadena de valor tradicional ha modificado notablemente la forma de trabajar de estos sectores/subsectores por el gran desarrollo de las tecnologías de producción. Su democratización de manera que los usuarios también producen y distribuyen contenido. La IA es una innovación disruptiva que está llamada a modificar las industrias culturales transversalmente. Están apareciendo nuevas profesiones ligadas al desarrollo tecnológico (postproducción, efectos especiales, etc.

Los modelos de negocio también han cambiado radicalmente. La suscripción, el pago por consumo, el mecenazgo, las subvenciones y la publicidad son las fuentes principales de ingresos. Esto ha provocado una nueva forma de retribuir a los autores y artistas.

La transición al nuevo paradigma digital del conjunto de la cultura y de los medios de comunicación, así como las perspectivas de los nuevos modelos de negocio y los retos sobre el control de los algoritmos y de las plataformas de distribución, son los ejes de esta materia. El debate y los estudios de caso son fundamentales para entender los cambios y las amenazas/oportunidades actuales. También se realizan un análisis de cada industria: cine, tv, música, libro, artes escénicos, etc. Es clave el análisis de su imbricación con los medios tradicionales y las nuevas plataformas de distribución de contenidos. Es importante conocer el mercado y analizar como poder crecer y crear emplea en las industrias culturales. Por tanto, la asignatura analiza las políticas públicas de protección y fomento en el contexto europeo.

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Conocer principios, modelos y teorías sobre la relación e influencia de la tecnología en el entorno audiovisual
CG02. Comprender nuevos formatos y derivaciones de productos audiovisuales así como sus posibilidades de explotación en los distintos dispositivos tecnológicos.
CG03. Aplicar técnicas de investigación en comunicación para la explotación de fuentes informativas y la visualización de datos con el fin de abordar nuevos proyectos en el entorno audiovisual.
CG04. Analizar la producción y gestión de proyectos audiovisuales, en especial en entornos digitales y en red, así como en nuevos dispositivos tecnológicos e interactivos.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CE08. Analizar los rasgos de las industrias culturales y proponer nuevos formas de gestión de políticas culturales, así como de comercialización de espacios y formatos ligados al ocio.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Tema 1. Las industrias culturales vs industrias creativas
Tema 2. La importancia estratégicas de las industrias creativas
Tema 3. Las industrias clásicas: cinematografica, la discográfica y la editorial
Tema 4. El poder de los UGC y el control de las plataformas

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Lecturas	Leer el Informe de la Cultura de la Fundación Alternativas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	24
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	0
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	0
Tutorías académicas	6
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	15
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	15
Preparación de pruebas	15
Total de horas de trabajo del alumnado	75

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	**Periodo**	**Contenido**
Lecturas	Semana 3 a Semana 5	Debates sobre lecturas

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.
Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.
La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).
El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.
El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.
La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Un trabajo de 10 pagias

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

- Alvarez Monzoncillo, JM (2024). La competitividad del ecosistema audiovisual español. McGraw Hill. Madrid.
- Älvarez Monzoncillo, J.M, and Santín, M. The marketing of UGC, media industries and business influence: the Hydra of Lerna and the Sword of Heracles, pp. 19-38, en Álvarez-Monzoncillo, J.M. (2022): The Dynamics of Influencer Marketing. A Multidisciplinary Approach. London: Routledge. ISBN: 9780367678906.
- Alvarez Monzoncillo, JM; Lopez Villanueva, J. y de Haro, G. Ten Global Trends: A Review of References on the Future of IT, Media and Cultural Industries, pp. 49-73, in Fridrichsen, M. and Vukanovic, Z. (2019): New Digital Value Migration in Media, ICT and Cultural Industries: From Business and Economic Models/Strategies to Networked Ecosystems. London: Routledge. ISBN-10: 1138370126 y ISBN-13: 978-1138370128.EBOOKS
- Álvarez Monzoncillo, J.M. y López Villanueva, J. (2015). “Audiovisual production in Spain. Fewer resources, same problems, new challenges”, *Economia della Cultura*, Anno XXV, nº 2, pp. 211-222. ISSN: 1122-7885. DOI:10.1446/81241
- Deuze, M. & Prenger, M. (Eds.) (2019). Making media: Production, practices, and professions. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Duffy, B. E., Poell, T., & Nieborg, D. B. (2019). Platform practices in the cultural industries: Creativity, labor, and citizenship. *Social Media+ Society*, *5*(4).
- Hesmondhalgh D. (2019). The Cultural Industries, 4th edition. London and Thousand Oaks: Sage Publications-
- KEA-European Commission. 2019. *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry*. 2019. Brussels. DOI: 10.2873/509380
- Jones, C., Lorenzen, M., & Sapsed, J. (Eds.). (2015). The Oxford handbook of creative industries. Oxford: Oxford University Press.- Kim, T., Kim, H., y Kim, Y. (2019). “How Do Brands' Facebook Posts Induce Consumers'e-Word-of-Mouth Behavior?: Informational versus Emotional Message Strategy: A Computational Analysis”. *Journal of Advertising Research*, *59*(4), 402-413.
- McAfee, A. y Brynjolfsson, E. 2017. Machine, platform, crowd: Harnessing our digital future. New York: WW Norton & Company.
-Wirtz, B. (2022). Media Management : Strategy, Business Models and Case Studies. Springer. Cham.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 13/11/2026 07:12 | Hash: 10d2c167f7075da5927f194530fd465b.