

**ARTISTIC PARTNERS, CORP.  
SISTEMA DE CAPACITACION EMPRESARIAL POLYFONICA  
UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO RECINTO RIO PIEDRAS**

**Título(s) del/los curso(s): MODOS DE GESTION EN EL CAMPO MUSICAL**

**Código(s): GECU6997**

**Horas Crédito: 3 Créditos**

**Horas Contacto: 3 horas semanales/grupales**

**Pre-requisitos: n/a**

**Descripción del curso:**

Curso Electivo en donde se realiza un análisis sistemático de los distintos aspectos del empresarismo, mercadotecnia y aspectos legales cibernéticos en la industria de la música y las artes en general. Estudio de la fundación teórica, técnicas y destrezas necesarias para el desarrollo en el área de promoción y mercadeo para el desarrollo de una carrera sustentable en la música. Entendimiento en los procesos de generación de ideas, estudio e investigación de mercado, análisis SWOT, las 4 P's de mercadeo (producto, precio, promoción y distribución) estrategia de promoción mercadeo, y sustentabilidad.

**Objetivos:**

1. Entendimiento sobre la complejidad estructural de las empresas participantes en la industria de la música, comunicaciones y entretenimiento, su dinamismo y sus continuas transformaciones y vertientes en las mismas.
2. Desarrollo de un alto grado de conocimiento sobre los diferentes jugadores (compañías disqueras, publicadoras, gerencia artística, productores, eventos, medios, entre otros) dentro de la industria
3. Identificar las metas profesionales y prioridades del estudiante y desarrollar un plan de trabajo práctico, detallado y efectivo para el logro de estas.
4. Establecer contacto con y exposición a personas activas y con experiencia en las distintas áreas de la industria de la música.
5. Capacidad para crear y desarrollar oportunidades conducentes a maximizar la auto-gestión del músico y/o artista profesional en su carrera.
6. Dominio del conocimiento sobre aspectos básicos de la mercadotecnia, promoción y medios publicitarios y alternos.
7. Familiarizarse con aspectos operacionales y organizacionales de las empresas participantes.
8. Entendimiento de las últimas tendencias,

### **Estrategias de enseñanza:**

Demostración, conferencia, prácticas en clases, discusión socializada, imitación, presentación y discusión de trabajos realizados, análisis de partituras, audición de obras; se enfatizará la participación activa del estudiante en el uso de la biblioteca y sus recursos mediante visitas coordinadas a la biblioteca, orientaciones dirigidas al uso de los recursos, como fuentes bibliográficas, grabaciones sonoras, recursos visuales y electrónicos, uso del catálogo en línea, e Internet.

### **Recursos:**

CDs, DVD's, CD player, utilización de los recursos impresos, contratos, audiovisuales, electrónicos y computadoras con acceso al Internet., disponibles en la Biblioteca y el Centro Tecnológico.

### **Contenido:**

1- El desarrollo de un equipo de trabajo y de las destrezas básicas para establecer contactos y relaciones profesionales e interpersonales. La identificación de la clientela apropiada y la forma de llegar a esta. Preparación de banco de información sobre contactos y clientes potenciales:

a- Identificar recursos para la adquisición de información sobre el mercado local e internacional: revistas, publicaciones, radio, televisión, organizaciones, compañías, alianzas, grupos, asociaciones, medios alternos, entre otros.

b- Materiales de mercadotecnia y promoción (POP): biografía, resume, foto, reseñas, demo o disco compacto, carta de presentación, hojas sueltas, propuestas, folletos, tarifarios, tarjetas de presentación, logos, comunicados de prensa, circulares, postales, carteles y artículos, entre otros.

c- Técnicas, métodos y estrategias de mercadotecnia y promoción: correo, correo electrónico, invitaciones, periódico, radio televisión, clasificados, anuncios y directorios.

d- Proyecto Final: desarrollar y presentar metas a corto y largo plazo incluyendo un plan de trabajo detallado además de un banco de información, recursos disponibles y contactos. Además, preparar un "Elevator o Power Pitch" sobre su experiencia y las áreas de oportunidad que pudo identificar en su área de práctica.

### **Métodos de evaluación:**

Se utilizará el sistema de calificación: **A, B, C, D y F**

### **Libro de texto/ Material informativo:**

All you to know about the Music Business, 10<sup>th</sup> edition, D. Passman.

## **Bibliografía:**

Presentación(es) impresa(s) y hojas sueltas

Belleville, N. (2000). *Booking, Promoting and Marketing Your*

*Music*. New York: Mix Books.

Cosola, M. (1998). *The Independent Working Musician: A Complete Guide to-do-it Yourself Success in the Music Industry*. Emeryville, CA: EM Books Primedia Intertec Publishing.

Field, S. (1999). *Career Opportunities in the Music Industry*. Washington, D.C.: American Library Association.

Fisher, J. (1999). *Ruthless Self-Promotion In The Music Industry*. Emeryville, CA: MixBooks Primedia Intertec Publishing.

Halloran, M. (1998). *Musician's Business and Legal Guide*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Johnson, M. (1999). *Build and Manage Your Music Career*. New York: Hal Leonard Publishing Corp.

Levine, M. (1997). *How to be a Working Musician*. New York: Billboard Books.

McCormack, K. (1999). *Financial Management for Musicians*. Emeryville, CA: Mix Books.

Passman, D. (2000). *All You Need To Know About The Music Business*. New York, NY: Prentice Hall.

Wilson, L. (2001). *The Copyright Guide: a friendly handbook for protecting and profiting from copyrights*. New York: Allworth Press.

A. Beeching (2005). "Beyond Talent: Creating a Successful Career In Music" Chapter 1. Mapping Success in Music.

K. Miller (2007). "Teaching Musicians to be Entrepreneurs". The McGraw-Hill Companies: Business Week. Extraído el 16 de noviembre de 2008 de <http://www.businessweek.com/print/...>

K. Woefel (2004). "Who am I? Am I my music? (and where do the two meet)". Entrepreneurship Center for Music, University of Colorado at Boulder. Extraído el 16 de noviembre de 2008 de <http://www.ec4music.com/>

K. Woefel (2004). "Who's with me?" Entrepreneurship Center for Music, University of Colorado at Boulder. Extraído el 16 de noviembre de 2014 de <http://www.ec4music.com/>

The National Association for Music Education (2001). "Careers in Music. Extraído el 16 de noviembre de 20014 de <http://webinars.menc.org/>

The University of Austin Texas (2005) “*A Career Guide for Music Majors*”. Extraído el 17 de noviembre de 2014 [www.utexas.edu/cofa/career](http://www.utexas.edu/cofa/career)

J. Flynn, J. Villamil (2014) “Estudio sobre la Industria de la Música” CEMCA/Conservatorio de Música de Puerto Rico.

### **Hostigamiento Sexual en la Universidad de Puerto Rico:**

La Universidad de Puerto Rico prohíbe el discrimen por razón de sexo y género, en todas sus modalidades, incluyendo el hostigamiento sexual. Según la política institucional contra el hostigamiento sexual en la Universidad de Puerto Rico, Certificación Número 130 2014-2015 de la Junta de Gobierno, si un estudiante está siendo o fue afectado por conductas relacionadas a hostigamiento sexual puede acudir ante la Oficina de la Procuraduría Estudiantil, el Decanato de Estudiantes o la coordinadora de cumplimiento con Título IX para orientación y/o presentar una queja.

### **Acomodo Razonable (Ley 51):**

Las y los estudiantes que reciban servicios de Rehabilitación Vocacional deben comunicarse con el profesor al inicio del semestre para planificar el acomodo razonable y equipo asistido necesario conforme a las recomendaciones de la Oficina de Asuntos para las Personas con Impedimentos (OAPI) del Decanato de Estudiantes. También aquellos estudiantes con necesidades especiales que requieran algún tipo de asistencia o acomodo deben comunicarse con el profesor.

### **Integridad académica**

La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente.

