

Facultad de Ingeniería y Ciencias Agropecuarias
Ingeniería en Sonido y Acústica
IES920
Music Business
Período 2016-1

1. Identificación

Número de sesiones: 32

Número total de horas de aprendizaje: 77

Profesor: Bernarda Ubidia Calisto

Correo electrónico del docente (Udlanet): b.ubidia@udlanet.ec

Coordinador: Christiam Garzón

Campus: Granados

Pre-requisito: AEA111 / IES750

Co-requisito:

Paralelo: 1

Tipo de asignatura:

Optativa	
Obligatoria	X
Práctica	

Organización curricular:

Unidad 1: Formación Básica	
Unidad 2: Formación Profesional	X
Unidad 3: Titulación	

Campo de formación:

Campo de formación				
Fundamentos teóricos	Praxis profesional	Epistemología y metodología de la investigación	Integración de saberes, contextos y cultura	Comunicación y lenguajes
			X	

2. Descripción del curso

En este módulo, los/as alumnos/as aprenderán sobre la anatomía del Negocio de la Música en el Ecuador e internacionalmente. Esto incluye gestión de redes sociales, derechos de autor, propiedad intelectual, entidades de gestión, roles de trabajo, compañías discográficas y editoras, el papel de los medios de comunicación; como también, el fascinante mundo del artista/productor independiente. Esta es una materia con un alto énfasis práctico, en sintonía con el modelo de aprendizaje de la Universidad.

3. Objetivo del curso

Examinar los distintos elementos y componentes que hacen de la Música un Negocio y las oportunidades que se derivan de su interacción.

Resultados de aprendizaje deseados al finalizar el curso

Resultados de aprendizaje (RdA)	RdA perfil de egreso de carrera	Nivel de desarrollo (carrera)
<p>1. Describe el papel de los derechos de autor y la propiedad intelectual como fuentes de ingreso y como columnas vertebrales del Negocio de la Música mediante el análisis global y de casos específicos.</p> <p>2. Analiza el negocio de la música mediante el estudio de su evolución, en función de la realidad social y cultural.</p> <p>3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes</p> <p>4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico</p>	<p>10- Lidera con destreza el desarrollo de la industria de la acústica y electroacústica a nivel nacional, dirigiendo su desarrollo y aplicación comercial, promoviendo el crecimiento de empresas y brindando asesoramiento técnico dentro y fuera del país.</p>	<p>Inicial ()</p> <p>Medio ()</p> <p>Final (x)</p>

4. Sistema de evaluación

De acuerdo al Modelo Educativo de la UDLA la evaluación busca evidenciar el logro de los resultados de aprendizaje (RdA) enunciados en cada carrera y asignatura, a través de mecanismos de evaluación (MdE). Por lo tanto la evaluación debe ser continua, formativa y sumativa. La UDLA estipula la siguiente distribución porcentual para los reportes de evaluaciones previstas en cada semestre de acuerdo al calendario académico:

Reporte de progreso 1 Sub componentes	35%
Reporte de progreso 2 Sub componentes	35%
Evaluación final Sub componentes	30%

En este curso se evaluará:

En progreso 1 y 2:

- **Portafolio de trabajos, tareas y pruebas- 10%:** El estudiante debe completar todos los trabajos requeridos en clase tanto como tareas con el objetivo de profundizar el conocimiento adquirido.
- **Presentaciones- 10%:** Se efectuarán presentaciones grupales e individuales fomentando siempre la investigación y el pensamiento crítico.
- **Proyectos - 15%:** Los proyectos están enfocados a la puesta en práctica de la teoría estudiada y por lo tanto son muy relevantes en la educación.

Evaluación final:

- **Proyecto - 20%:** Se desarrollará a lo largo del curso y la entrega del producto es parte de la evaluación final.
- **Examen final - 10%:** Son preguntas de elección múltiple que implican el estudio de toda la asignatura.

Asistencia: A pesar de que la asistencia no tiene una nota cuantitativa, es obligatorio tomar asistencia en cada sesión de clase. Además, tendrá incidencia en el examen de recuperación.

Al finalizar el curso habrá un examen de recuperación para los estudiantes que, habiendo cumplido con más del 80% de asistencia presencial a clases, deseen reemplazar la nota de un examen anterior (ningún otro tipo de evaluación). Este examen debe integrar todos los conocimientos estudiados durante el periodo académico, por lo que será de alta exigencia y el estudiante necesitará prepararse con rigurosidad. La nota de este examen reemplazará a la del examen que sustituye. Recordar que para rendir el EXAMEN DE RECUPERACIÓN, es requisito que el estudiante haya asistido por lo menos al 80% del total de las sesiones programadas de la materia. No se podrá sustituir la nota de un examen previo en el que el estudiante haya sido sancionado por una falta grave, como copia o deshonestidad académica.

5. Metodología del curso y de mecanismos de evaluación.

Progreso 1	-Carpeta de avances y tareas	10%
	-Presentación Disqueras Independientes	15%
	-Control Escrito	10%
Progreso 2	Carpeta de avances y tareas	10%
	-Presentación Plan Online	15%
Examen final		10%
Presentación Final	Presentación del plan de marketing completo de un	30%

	artista asignado	
Asistencia		

Las metodologías y mecanismos de evaluación deben explicarse en los siguientes escenarios de aprendizaje:

- 5.1. **Escenario de aprendizaje presencial.**
Análisis de caso, trabajo colaborativo
Escenario de aprendizaje virtual.
Foros, ensayos, presentaciones.
- 5.2. **Escenario de aprendizaje autónomo.**
Investigación, actividades que fomentan el pensamiento creativo, resolución de problemas

6. Temas y subtemas del curso

RdA	Temas	Subtemas
1. Describe el papel de los derechos de autor y la propiedad intelectual como fuentes de ingreso y como columnas vertebrales del Negocio de la Música mediante el análisis global y de casos específicos.	1. Plan de Negocios: Creación, Ejecución y Evaluación.	1.1 Introducción al Modulo 1.2 Plan de Marketing. FODA 1.3 Historia del Music Business.
2. Analiza el negocio de la música mediante el estudio de su evolución, en función de la realidad social y cultural.	2. Anatomía de la industria musical	2.1 Disqueras del siglo 21: Majors e independientes, Promotores y Agentes, Que y como lo hacen 2.2 Artistas, Songwriters, Productores y Managers.-Porqué? Para que? Y como ser/encontrar uno?
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.1 Key words 3.2 Partnerships 3.3 Unificación de redes sociales 3.4 Desarrollo de pagina web. 3.5 Campaña de social media..
4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.1 Sociedad de autores y compositores 4.2 Casos de estudio 4.3 Online meets Offline 4.4 Guerrilla Marketing y estrategias de lanzamiento

7. Planificación secuencial del curso

Semana 1.					
# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Prod ucto/ fecha de entrega
1. Describe el papel de los derechos de autor y la propiedad intelectual como fuentes de ingreso y como columnas vertebrales del Negocio de la Música mediante el análisis global y de casos específicos.	1. Plan de Negocios: Creación, Ejecución y Evaluación.	1.1 Introducción al Modulo	- Discusión en clase: La industria actual.	Lectura "Inside the Music Business" pg 12-15	-Análisis de los avances en Music Business de los últimos 15 años por sectores asignados.

Semana 2					
# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónom o	MdE/Product o/ fecha de entrega
1. Describe el papel de los derechos de autor y la propiedad intelectual como fuentes de ingreso y como columnas vertebrales	1. Plan de Negocios: Creación, Ejecución y Evaluación.	1.4 1.2 Plan de Marketing.	-Clase magistral sobre FODA - Cuadro explicativo de un plan de negocios		-Realización de un plan de negocios para un artista asignado.

del Negocio de la Música mediante el análisis global y de casos específicos.					
--	--	--	--	--	--

Semana 3

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
1. Describe el papel de los derechos de autor y la propiedad intelectual como fuentes de ingreso y como columnas vertebrales del Negocio de la Música mediante el análisis global y de casos específicos.	1. Plan de Negocios: Creación, Ejecución y Evaluación.	1.3 Historia del Music Business.	- Clase magistral 3 aspectos del MB live, performance y recorded.	Lectura "Inside the Music Business" pg 12-15	

Semana 4 y 5.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega

2. Analiza el negocio de la música mediante el estudio de su evolución, en función de la realidad social y cultural.	2. Anatomía de la industria musical	2.1 Disqueras del siglo 21: Majors e independientes, Promotores y Agentes, Que y como lo hacen .	-Estudio de caso Sony Music Entertainment -Estudio de caso: RHYMESAYERS ENTERTAINMENT -Estudio de caso IZI STUDIOS (Quito) -Discusion en clases: Promotores y Agentes	Lectura” Inside the Music Business ” pg 19-29	- realizar un estudio de caso de una disquera independiente.
--	-------------------------------------	--	---	---	--

Semana 6.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
2. Analiza el negocio de la música mediante el estudio de su evolución, en función de la realidad social y cultural.	2. Anatomía de la industria musical	2.2 Artistas, Songwriters, Productores y Managers.- Porqué? Para que? Y como ser/encontrar uno?	-Clase magistral Anatomía de la Industria y su importancia. -Presentacion disqueras independientes		

Semana 7.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/
-------	------	----------	-------------------------------	-------------------------	----------------

				o	fecha de entrega
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.1 Key words	- Realización de los 4 parámetros fundamentales: listen, engage, ask, asses	- trabajo en clases: Encontrar el mission statement personal	-Mission statement del artista asignado

Semana 8.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/metodología/clase	Tarea/trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.2 Partnerships	- Revision Mission Statements Clase magistral Partnerships		-propuesta de partnerships para el artista asignado

Semana 9.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/metodología/clase	Tarea/trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.3 Unificación de redes sociales	Clase Magistral: Facebook, Twitter, Owly Discusion: Lenguaje dentro de las redes sociales en Ecuador		-Unificación de redes sociales del artista asignado

Semana 10.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónom o	MdE/Product o/ fecha de entrega
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.4 Desarrollo de pagina web gratuita	Explicacion de uso: - Wix - Godaddy - Unificacion con el resto de redes sociales Analytics		- Realizacion de una pagina web gratuita para el artista asignado unificado con el resto de redes sociales y presentación de Analytics. Y presentación.

Semana 11.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónom o	MdE/Product o/ fecha de entrega
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales	3.5 Campaña de social media..	- Estudio de caso: Cosmonauta - Presentacion plan online		- proyecto: el plan de campaña completo de un artista asignado

Semana 12.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónom o	MdE/Product o/ fecha de entrega

4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.1 Sociedad de autores y compositores	-Clase magistral sobre las sociedades de autores nacionales como internacionales		- Presentación grupal sobre estudios de caso dentro de la industria de la música Ecuatoriana y propuesta de mejora.
--	--	--	--	--	---

Semana 13.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.2 Casos de estudio	- Presentación estudio de casos Ecuatorianos en la industria Musical		

Semana 14.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega

4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.3 Online meets Offline	-Indagación en técnicas de marketing musical fuera del ámbito Online -Integración de la campaña virtual a la campaña física.		-Plan de unificación Online y Offline de el artista asignado.
--	--	--------------------------	---	--	---

Semana 15.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega
4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.4 Guerrilla Marketing y estrategias de lanzamiento	-Clase magistral: Técnicas de marketing para el artista independiente. -Discusión en clases: Creatividad marketera.		

Semana 16.

# RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/ clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Product o/ fecha de entrega

4. Propone negocios relacionados con la Música, adaptables a la realidad ecuatoriana mediante la ejecución de un proyecto específico	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.4 Presentaciones finales	-Presentación proyecto final		
--	--	----------------------------	------------------------------	--	--

8. Normas y procedimientos para el aula

- **Observaciones generales**
- Se tomará lista al inicio de cada clase
- No se acepta el uso de celular en clase, en caso de esperar una llamada de emergencia se solicita que el estudiante ponga en silencio el celular y salga para contestar
- No se permite alimentos ni bebidas dentro del estudio de grabación
- No se recibirán trabajos atrasados.

9. Referencias bibliográficas

- Passman, D. (2012). All you Need to Know About the Music Business . New York, Estados Unidos: Simon & Schuster.
- King, M. (2009). Music Marketing. Milwaukee, Estados Unidos: Hal Leonard.

9.1. Referencias complementarias.-

- Barrow T y Newby J (2003.)Inside the Music Business. Estados Unidos: Routledge. (ISBN 1134777183, 9781134777181)
- <http://books.google.es/books?id=ZE6EAgAAQBAJ&pg=PA12&dq=music+business&hl=es&sa=X&ei=XRMSVP6YK67ksATShoI4&ved=0CDIQ6AEwAg#v=onepage&q=music%20business&f=false>
- Avalon, M. (2002). Confession of a Record Producers. San Francisco, Estados Unidos: Backbeat.

- Harrison, A. (2011). Music: The Business. London, Reino Unido: Virgin.
- King, M. (2009). Music Marketing. Milwaukee, Estados Unidos: Hal Leonard.
- Kuskek, D. & Leonhard, G. (2005). The Future of Music. Milwaukee, Estados Unidos: Hal Leonard.
- Passman, D. (2012). All you Need to Know About the Music Business . New York, Estados Unidos: Simon & Schuster.
- Rudenske, J.S. (2005). Star tan independent Record Label. New York, Estados Unidos: Schirmer Trade Books.

10. Perfil del docente

Nombre de docente: Bernarda Ubidia Calisto

Master in Scoring for Fil, Television and Video Games- Berklee College of Music Valencia

Lic. En Produccion Musica y Sonido Universidad San Francisco de Quito

Contacto: b.ubidia@udlanet.ec