

FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS AGROPECUARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA DE SONDO Y ACÚSTICA

IES920 - Music Business

Período 2017-1

1. Identificación

Número de sesiones: 32

Número total de horas de aprendizaje: 80 (32 presenciales + 48 de trabajo autónomo)

Créditos Malla Actual: 3

Profesor: Adrián Cabezas Yáñez.

Correo electrónico del docente (Udlanet): paul.cabezas@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

Para participar con éxito en la industria musical, es necesario un conocimiento práctico y preciso de los aspectos estructurales, legales y comerciales de estas industrias. Los avances tecnológicos son constantes y es necesario mantenerse al día con estas variables inherentes a la formulación de estrategias para el éxito.

3. Objetivo del curso

El objetivo de este curso es la identificación y comprensión de las áreas pertinentes a la industria de la música para establecer modelos de negocios que se adapten a diferentes mercados locales e internacionales. Para ello es necesario examinar los distintos

elementos y componentes que hacen de la música un negocio y las oportunidades que se derivan de su interacción.

4. 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>1. Diseña y desarrolla proyectos de ingeniería aplicados a la sonorización de diferentes instalaciones o eventos.</p> <p>2. Realiza producciones discográficas de composiciones musicales con criterio técnico-artístico</p>	<p>Inicial ()</p> <p>Medio ()</p> <p>Final (x)</p>

5. 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:

Progreso 1	Porcentaje (%)	Puntuación
Portafolio 1: Prácticas, Informes y Trabajos de investigación	25	7.14
Examen 1	10	2.86
PROGRESO 1	35	10

Progreso 2	Porcentaje (%)	Puntuación
Portafolio 2: Prácticas, Informes y Trabajos de investigación	25	7.14
Examen 2	10	2.86
PROGRESO 1	35	10

Progreso 3	Porcentaje (%)	Puntuación
Portafolio 3: Proyecto Final	20	6.6
Examen final	10	3,4
PROGRESO 3	30	10

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.

6. Metodología del curso y de mecanismos de evaluación.

Las clases por lo general son de tipo magistral con análisis práctico sobre casos de estudio que se desarrollan conjuntamente con los estudiantes. Los contenidos vistos en clase se complementan mediante las lecturas/prácticas recomendadas para cada tema. El contenido teórico de las pruebas escritas contempla estas lecturas, por lo que su estudio es necesario para la aprobación del curso.

Cada progreso se compone de los siguientes ítems de evaluación:

- **Portafolio** en el que se incluyen:

- Ejercicios de aplicación.
Ejercicios para resolver de forma individual por el estudiante e intervención en foros y actividades del aula virtual. Toda la información será publicada en el Aula Virtual.
- Trabajos de investigación.
Se respetará el formato de informe propuesto por la UDLA. Los temas serán acordados en clase y se publicarán en el aula virtual.

- **-Examen de progreso:** Al finalizar cada progreso el estudiante debe rendir un examen de los temas revisados en cada etapa incluyendo las lecturas recomendadas. El examen puede estar compuesto por preguntas teóricas de los temas tratados además de exposiciones, presentaciones de casos de estudio.

7. 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. Introducción a las industrias de la música y fundamentos del negocio.	1.1 Introducción al Módulo 1.2 Qué es la Industria de la Música 1.3 Qué es el Music Business. 1.4 Fundamentos del Negocio. 1.5 Identidad, Marca y Distinción
2. Analiza el negocio de la música mediante el estudio de su evolución, en función de la realidad social y cultural.	2. Estructura de la Industria Musical	2.1 Disqueras del siglo 21: Majors e independientes, Promotores y Agentes. 2.2 Artistas, Compositores , Productores y Managers. 2.3 Grabación y Producción. 2.4 Performing Live. 2.5 Copyright y Regalías. 2.6 Creative Commons.
3. Opera herramientas de Marketing digital para artistas independientes	3. Plataformas de redes sociales y distribución digital.	3.1 Social Media para músicos y artistas 3.2 Super Fans. 3.3 Lanzamientos Digitales y Estrategias de promoción. 3.4 Venta de Música: Descargas y Streaming. 3.5 Merchandise.
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 Carrera sustentable en la economía de la música. 4.2 Casos de estudio

8. Planificación secuencial del curso

Semana 1-3					
RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Producto /Fecha de entrega
1 2	1. Introducción a las industrias de la música y fundamentos del negocio.	1.1 Introducción al Módulo 1.2 Qué es la Industria de la Música. 1.3 Qué es el Music Business. 1.4 Fundamentos del Negocio. 1.5 Identidad, Marca y Distinción.	Clases Magistrales. Discusiones en clase: - La industria actual. - Manejando tu carrera como un negocio.	Lecturas Recomendadas. Trabajo de Investigación.	Portafolio 1. <i>Fecha de entrega: semana del progreso 1</i>

Semana 4-7					
RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Producto /Fecha de entrega
1 2	2. Estructura de la industria musical	2.1 Disqueras del Siglo 21: Majors e independientes. 2.2 Artistas, Songwriters, Productores y Managers. 2.3 Grabación y Producción. 2.4 Performing Live. 2.5 Copyright y Regalías. 2.6 Creative Commons	Clases Magistrales. Discusiones en clases: - Major vs Independiente (360 Deals). - Copyright vs Creative Commons.	Lecturas Recomendadas. Trabajo de Investigación (Case Study). Documental: RIP, A Remix Manifiesto	Portafolio 1. <i>Fecha de entrega: semana del progreso 1.</i> Examen progreso 1. Exposiciones individuales/grupales.

Semana 8-12

RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Producto /Fecha de entrega
2 3	3. Plataformas de redes sociales y distribución digital.	3.1 Social Media para músicos y artistas. (Facebook, Youtube) 3.1 Social Media para músicos y artistas. (Twitter, Mailing List). 3.2 Super Fans 3.3 Lanzamientos Digitales y Estrategias de promoción. 3.4 Venta de Música: Descargas y Streaming. 3.5 Merchandise.	Clases Magistrales: Discusiones: - Las redes Sociales en Ecuador y Posibilidades de Monetización - Descargas digitales y regalías sobre streaming.	Lecturas Recomendadas. Ejercicios de Implementación y Análisis en redes sociales. Trabajo de Investigación (Case Study).	Portafolio 2. <i>Fecha de entrega: semana del progreso 2.</i> Examen progreso 2. Exposiciones individuales/ grupales.

Semana 13-16

RdA	Tema	Sub tema	Actividad/ metodología/clase	Tarea/ trabajo autónomo	MdE/Producto /Fecha de entrega
4	4- Música como sustento de vida en la industria actual. Oportunidades, desafíos, innovación y adaptabilidad.	4.1 Sociedad de autores y compositores. 4.2 Carrera sustentable en la economía de la música. 4.3 Casos de estudio	Clases Magistrales: Discusiones: - Artistas Ecuatorianos exitosos en mercados extranjeros. - Carrera sostenible para artistas independientes	Lecturas Recomendadas. Trabajos de Investigación final.	Portafolio 3. <i>Fecha de entrega: semana del progreso 3.</i> Examen Final. Exposiciones individuales/ grupales.

9. Normas y procedimientos para el aula

- Se tomará lista a los 10 minutos de iniciada la clase.
- No se acepta el uso de celulares en clase.
- Cualquier deshonestidad académica generará una calificación de 0 puntos y se notificará a las autoridades respectivas.
- No se recibirán trabajos fuera de la fecha estipulada.
- El docente no tiene la potestad de justificar ninguna falta de alumnos. La universidad permite tener un cierto número de faltas por parte del estudiante que deberán ser usadas para emergencias (enfermedades, calamidad domésticas) y salidas de campo.

10. Referencias bibliográficas

Principales.

Passman, D. S. (2012). *All you need to know about the Music Business*. NY: Simon and Schuster.

Crouch, T. (2008). *100 Careers in the Music Business*. Hauppauge, NY: Barron's Educational Series.

Osuna, Cristian M. *In estéreo : La Industria de la Música Actual : Valor Económico y Social : El caso México*. Madrid: Editorial Fragua, 2014.

Referencias complementarias.

Newby, B. T. (2003). *Inside the music Business*. Routledge.

11. Perfil del docente

Adrián Cabezas Yáñez: Master Degree in Creative Industries Music and Sound at Queensland University of Technology, Australia. Es un productor de audio que se desempeña principalmente como ingeniero de grabación y mezcla. Desde el 2015, sus actividades e interés en la escena local lo han llevado a participar en importantes proyectos como parte del equipo de producción de Equilibrio Records y Sesiones Al Parque.