

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1: Introducción al <i>marketing</i> y definición del producto musical</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. La industria musical hoy en día y las opciones que ofrece a los músicos 1.3. El <i>do-it-yourself musician</i> y el fenómeno <i>direct-to-fan</i> 1.4. Las cuatro P del <i>marketing mix</i>: producto, precio, plaza y promoción 1.5. El producto que ofrece un músico: ¿producto o herramienta de promoción? 1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una)</p> <p>Foro de debate: Música grabada: ¿producto o herramienta de promoción? (4,4 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,1 puntos)</p>	<p>Presentación de la asignatura, clase del tema 1 y presentación de la actividad Foro de debate: Música grabada: ¿producto o herramienta de promoción?</p>
Semana 2	<p>Tema 2: El producto musical y el músico como producto</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Los diferentes productos musicales 2.3. El músico como producto</p>		<p>Clase del tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 2: El producto musical y el músico como producto (continuación)</p> <p>2.4. <i>Branding</i>: la imagen de marca del músico 2.5. Conciencia de la importancia de la imagen de marca entre diferentes tipos de músicos 2.6. Protección jurídica de los productos: derechos de autor y conexos, marca y derechos de imagen 2.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 2 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2 (continuación)</p>
Semana 4	<p>Tema 3: El precio de los productos musicales</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. Los ingresos del músico 3.3. El precio de la música 3.4. Aspectos a tener en cuenta a la hora de fijar un precio 3.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 3 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 4: La distribución de la música (plaza)</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. Introducción 4.3. La distribución física 4.4. La distribución digital 4.5. La música en vivo 4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 4 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 4 (continuación) y resolución del Foro de debate: Música grabada: ¿producto o herramienta de promoción?</p>
Semana 6	<p>Tema 5: Introducción a la promoción y análisis de formatos no digitales</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. La fórmula AIDA 5.3. Promoción por medios tradicionales 5.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Identificación de medios de comunicación tradicionales en los que promocionar tu música (4,5 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5 y presentación de la Actividad: Identificación de medios de comunicación tradicionales en los que promocionar tu música</p>
Semana 7	<p>Tema 6: La promoción online I: La web y los mailing lists</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Introducción 6.3. La web y su optimización 6.4. Las <i>mailing lists</i> 6.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6</p>
Semana 8	<p>Tema 7: La promoción online II: Las redes sociales</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. Introducción 7.3. Facebook 7.3. Twitter</p>		<p>Clase del tema 7</p>
Semana 9	<p>Tema 7: La promoción online II: Las redes sociales (continuación)</p> <p>7.5. Instagram 7.5. LinkedIn 7.6. Buenas prácticas 7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7 (continuación)</p> <p>Clase de resolución de la Actividad Identificación de medios de comunicación tradicionales en los que promocionar tu música</p>
Semana 10	<p>Tema 8: La promoción online III: Las plataformas digitales</p> <p>8.1. Introducción y objetivos 8.2. Perfiles en plataformas digitales 8.3. Spotify 8.4. Apple Music</p>		<p>Clase del tema 8</p> <p>Sesión de explicación del modelo de examen</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	<p>Tema 8: La promoción online III: Las plataformas digitales (continuación)</p> <p>8.5. <i>Playlists</i> en plataformas de <i>streaming</i></p> <p>8.6. YouTube</p> <p>8.5. Otras plataformas</p> <p>8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8 (continuación)</p>
Semana 12	<p>Tema 9: La campaña de comunicación</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. Diseño de la campaña</p> <p>9.3. Diagrama de Gantt</p>	<p>Actividad: Diagrama de Gantt y calendario de campaña de comunicación (4,5 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9 y presentación de la Actividad: Diagrama de Gantt y calendario de campaña de comunicación</p>
Semana 13	<p>Tema 9: La campaña de comunicación (continuación)</p> <p>9.4. La campaña de comunicación</p> <p>9.5. Valoración de resultados: analíticas y métricas</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 9 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9 (continuación)</p>
Semana 14	<p>Tema 10: El manager y otros miembros del equipo del artista</p> <p>10.1. Introducción y objetivos</p> <p>10.2. Por qué necesita el artista un representante</p> <p>10.3. Quién es quién en el equipo</p> <p>10.4. El mánager</p> <p>10.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 10 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 10</p>
Semana 15	<p>Tema 11: El contrato de <i>management</i></p> <p>11.1. Introducción y objetivos</p> <p>11.2. Tipos de mánager y formalización de la relación</p> <p>11.3. Cláusulas habituales en un contrato de <i>management</i></p> <p>11.4. Cuando la relación va más allá de la representación</p> <p>11.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 11 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 11</p> <p>Clase de resolución de la actividad: Diagrama de Gantt y calendario de campaña de comunicación</p>
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.