



ESCUELA UNIVERSITARIA  
DE ARTES @ [taiarts.com](mailto:taiarts.com)  
RECOLETOS-22 MADRID



Universidad  
Rey Juan Carlos

# *Industria Musical*

## GUÍA DOCENTE

GRADO EN COMPOSICIÓN DE MÚSICAS CONTEMPORANEAS  
Curso 2022/2023

## *Identificación de la asignatura*

<i>Periodo de impartición</i>	Primer cuatrimestre
<i>Créditos</i>	6 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Escénicas y Música

## *Presentación de la asignatura*

Identificación y explotación de oportunidades de negocio en el contexto empresarial de las artes. Elaboración de un plan de negocio con sus principales áreas: marketing, operaciones, RR.HH., organización y económico-financiera, en el marco del actual contexto de la industria musical.

## *Competencias*

<i>Código Competencia</i>	<i>Descripción</i>
CG3	Planificación y gestión del tiempo.
CG6	Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información procedente de fuentes diversas).
CG8	Resolución de problemas.
CG9	Toma de decisiones.
CG13	Diseño y gestión de proyectos.
CE2	Capacidad para argumentar y expresar sus puntos de vista sobre conceptos musicales diversos y para transmitir verbalmente un pensamiento musical bien estructurado.
CE32	Conocimiento del contexto social, cultural, económico y jurídico en que se desarrolla la práctica musical, con especial atención a su entorno más inmediato, pero con atención al mismo tiempo a su dimensión global.
CE33	Conocimientos de economía, gestión, contabilidad, marketing, estrategias de mercado y recursos humanos.

## *Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el curso, cada estudiante deberá ser capaz de:

- 01 Estar familiarizado con herramientas como canvas para analizar un modelo de negocio, desarrollo de proyectos según el modelo Lean Startup, etc. (CG6, CG8, CG13).
- 02 Desarrollar un plan de marketing, de operaciones, de recursos humanos y económico-financieros para una idea empresarial dentro del sector de la industria musical (CG8, CG13, CE33).

- 03 Desarrollar los conocimientos y técnicas necesarias para identificar y explotar con éxito una oportunidad de negocio, a través de la elaboración de un plan de negocio (CG13, CE3).
- 04 Analizar de forma crítica el entorno empresarial al que se enfrenta (CG6, C32).
- 05 Encontrar soluciones innovadoras adecuadas a los cambios del entorno en la industria musical (CG9, CE32).
- 06 Concebir, preparar y presentar en público ideas de negocio innovadoras al tiempo que viables para el nuevo contexto de producción y venta en la industria musical (CG13, CE2, CE32, CE33).

## Contenidos

<i>Temario</i>	<p>La industria musical presenta una serie de retos complejos hoy en día a cualquier músico/a profesional y es fundamental estar preparado para enfrentarlos.</p> <p>Para ello, se describe en el primer módulo el funcionamiento de la industria musical, que incluye el estudio de las diferentes formas de explotación de contenidos musicales, la protección de los activos musicales y no musicales del músico, su actividad empresarial, conceptos de marketing y un análisis del estado de la industria musical.</p> <p>Una vez el/la estudiante ha adquirido los conocimientos suficientes de la industria en la que llevará a cabo su carrera profesional, se le transmiten en el segundo módulo, conceptos básicos relativos al emprendimiento y se desarrolla el proceso formal para constituir y poner en marcha la actividad empresarial en la industria. A continuación, se desarrollan las técnicas y métodos para analizar el entorno e identificar, buscar y valorar nuevas ideas de negocio y se abordan las principales variables que permiten aumentar la probabilidad de éxito de un nuevo negocio.</p> <p>Finalmente, se desarrolla la estructura y contenido central del plan de negocio, en torno a sus principales áreas: Marketing, Operaciones, RR.HH., Organización y Económico-Financiera.</p> <p>Con todo ello, el alumnado será capaz de desarrollar capacidad crítica y autocrítica del contexto empresarial y de la adecuación de las decisiones adoptadas para adaptarse a él.</p> <p><b>I.- LA RELACIÓN DEL INDIVIDUO CON LA INDUSTRIA MUSICAL</b></p> <p><b>II.- EL ESTADO DE LA INDUSTRIA MUSICAL</b></p> <p><b>III.- EL/LA MÚSICO/A COMO EMPRENDEDOR/A</b></p> <p><b>IV.- LA INICIATIVA EMPRESARIAL.</b></p> <p><b>V.- EL PLAN ESTRATÉGICO Y LA DEFINICIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.</b></p> <p><b>VI.- METODOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DE SU PROPIA OFICINA DE MANAGEMENT</b></p> <p><b>VII.- MARKETING EN LA MÚSICA</b></p>
----------------	--

## Evaluación

### CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN CONTINUA

La asistencia a clase es obligatoria. La falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades de una asignatura puede suponer la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria. El equipo docente decide la aplicación de esta norma.

### CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el/la estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si la/el estudiante desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría Académica, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

### ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

### TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un/una estudiante copia el trabajo de otro/a, ambas personas se considerarán responsables.

## CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

### EVALUACIÓN ORDINARIA

En esta asignatura, la falta de asistencia a más del 20% de las clases y actividades supone la calificación de suspenso, sin derecho a evaluación ordinaria.  SÍ  NO

Todos los sistemas de evaluación deberán obtener una calificación mínima de 5. Si uno de ellos se puntúa por debajo del mínimo, no se procederá al cálculo de la media ponderada.

El equipo docente indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación.

En el caso de trabajos, será determinante la entrega/presentación de los mismos en los plazos establecidos por el equipo docente.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Descripción de la prueba</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas).	Examen final: todo el temario de la asignatura. Es necesario sacar un 4 sobre 10 en el examen final para aprobar la asignatura.	50%
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	Elaboración de un trabajo que presente una idea de negocio viable. Es necesario sacar un 4 sobre 10 en el trabajo final para aprobar	30%

	la asignatura. El trabajo deberá ser presentado en clase.	
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales e informes periódicos.	Ejercicios puntuales y presentación de tareas previamente determinadas.	10%
SE4 Actitud en clase y participación en los debates.	Intervenciones en el aula, consultas y predisposición activa en debates y aportaciones.	10%
		100%

(\* De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría Académica (escritos, grabaciones...)

#### EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los/las estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

La/el estudiante realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El equipo docente se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el/la estudiante haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

#### REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del Alumnado de TAI.

### *Recursos didácticos*

#### BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

##### Bibliografía obligatoria:

SEGURA, DAN (2021), *Cómo vivir de la música, siendo tu propio manager*, Madrid: MCF Textos, S.A.

##### Bibliografía complementaria:

ALCAZAR, P., & GUILLÉN, I. (2015) *El libro de los emprendedores*. Barcelona: Deusto.

BLANK, S., & DORF, B. (2015). *El manual del emprendedor (4a ed.)*. Barcelona: Gestión 2000.

KEITH FERRAZZI, TAHL RAZ (2013), *Nunca comas solo: Networking para optimizar tus relaciones personales*, Profit Editorial.

- SIR KEN ROBINSON, LOU ARONICA (2010), *El Elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo*. Editorial: Grijalbo
- CHOPRA, DEEPAK (1996) *Las siete leyes espirituales del éxito: Una guía práctica para la realización de tus sueños*. Editorial: EDAF
- ROBBINS, ANTHONY (2019), *Poder sin límites: La nueva ciencia del desarrollo personal*. Editorial: Debolsillo
- FERRIS, TIMOTHY (2016) *Jornada laboral de 4 horas: No hace falta trabajar más*. Editorial: RBA Libros
- SANTANDREU, RAFAEL (2018) *El arte de no amargarse la vida: Las claves del camino psicológico y la transformación personal*. Editorial: Grijalbo
- MAURYA, ASH (2014), *Running Lean: Cómo iterar de un plan A a un plan B que funciona*. Editorial: UNIR
- COVEY, STEPHEN R.(2010), *Los siete hábitos de la gente altamente efectiva*. Editorial: Paidós Ibérica
- VEGA LORENZO, JOSE MANUEL (2012), *Todos somos vendedores: Vender es un arte al alcance de cualquiera*. Editorial: Libros de cabecera
- VV.AA. (2014), *Guía Legal y Financiera de la Música en España*, Madrid: Instituto Autor.
- PINK, DANIEL. H. (2013), *Vender es humano: La sorprendente verdad sobre cómo convencer a los demás*. Ediciones Gestión 2000
- GODIN, SETH (2019), *Esto es Marketing: No uses el marketing para solucionar problemas de tu empresa, úsalo para solucionar problemas de tus clientes*. Editorial: Alienta.
- GUBER, PETER (2011) *Storytelling para el éxito: Conecta, persuade y triunfa gracias al poder oculto de las historias*. Editorial: Empresa activa
- PASSMAN, D. (2015), *All You Need to Know About the Music Industry*, (novena edición), Nueva York: Simon & Schuster.
- BRABEC, J. & BRABEC, T. (2011), *Music, Money & Success*, (séptima edición), Londres: Omnibus Press.
- IBORRA, M., DASÍ, A., DOLZ, C., & FERRER, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas (2a ed.)*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- GOSENDE, J. (2013). *El libro blanco del emprendedor web*. Madrid: Anaya Multimedia.
- GUILLEBEAU, C. (2014). *100€ Startup (2a ed.)*. Madrid: Anaya Multimedia.
- OSTERWALDER, A., & PIGNEUR, Y. (2015). *Generación de modelos de negocio (14a ed.)*. Barcelona: Deusto.



VECIANA, J.M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Barcelona: La Caixa.

### FILMOGRAFÍA RECOMENDADA

ARNTZ, W., CHASSE, B., VICENTE, M. (Directores). 2004. MATLIN, M., HENDRIX, E.,  
(Protagonistas). *¿Y tu qué sabes?* (título original: *What the Bleep Do We Know!?*)  
[documental/drama]. USA.: Lord of the winds.

### SITIOS WEB DE INTERÉS

<http://www.institutoimpact.com>

<http://www.pensamientopositivo.org>

<http://thinkwasaby.com>

<http://librosparaemprendedores.net>

<http://www.creatuempresa.org/>

<http://www.emprendedores.es/>

<http://www.emprendelo.es/>

<http://www.ipyme.org/>

<http://www.guerrasynavas.com>

### MATERIAL NECESARIO PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Acceso a internet.

### VISITAS, MASTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES