

Departamento de Musicología 10-11

Profesor: Jerónimo Fernández-Casas Summers

## **MARKETING MUSICAL**

### PROGRAMACIÓN

#### Introducción.

Esta asignatura es una nueva propuesta que pretende responder a las necesidades de los estudiantes de hoy, cuya formación a veces no se hace eco de las necesidades del panorama musical que le ofrece la sociedad de nuestros días.

En un mundo diversificado donde la música se presenta en un entorno multidisciplinar y el artista puede estar especializado en un segmento concreto de una disciplina musical,

o abarcar un horizonte que cubra diversas artes a la vez, no solo es importante tener conocimiento de la amplia oferta profesional que se ofrece, también resulta esencial saber como dar a conocer el resultado del trabajo, como venderlo personalmente o cuales son las personas indicadas para promocionar el "Producto artístico" terminado.

#### Objetivos

- 1- Ampliar el futuro horizonte laboral del intérprete.
- 2- Dominar los instrumentos básicos de la Gestión Musical.
- 3- Conocer la legislación y las organizaciones relacionadas con la Industria Musical.

4- Desarrollar criterios para llevar a cabo proyectos musicales propios.

## Contenidos

1- Música y Mercado. Introducción Histórica. Conceptos básicos. Programación, Gestión, Producción.

2- Derechos de autor y de intérprete. La empresa editorial.

3- Música y medios de comunicación. Crítica Musical. Características de la Industria discográfica. Música e Internet.

4- Diseño y elaboración de proyectos musicales.

## Metodología

Las clases intentarán ser una plataforma para la asimilación de la nueva información.

En ellas se realizará la lectura y comentarios de los artículos que previamente se entreguen, se debatirán los proyectos del alumnado, y se realizará una puesta en común respecto a los intereses individuales.

Serán frecuentes las conferencias y charlas tanto de especialistas relacionados con el mundo musical en su vertiente económica como de músicos que comentarán su experiencia personal en el entorno del negocio musical.

También se intentarán realizar visitas a centros relacionados con la producción musical, estudios de grabación, agencias de espectáculos, etc...

## Evaluación

Dado el carácter práctico de la asignatura se valorarán:

- 1- Asistencia y participación en las clases.
- 2- Comentario de los textos seleccionados.
- 3- Realización de un proyecto musical viable.
- 4- Examen teórico.

## Bibliografía.

ROMERO, Josep María: *Todo lo que hay que saber del negocio musical*. Barcelona,

Alba 2006

LEBRECHT, Norman: *¿Quién mató a la música clásica?* Madrid. Acento 1998

RODRÍGUEZ SUSO, Carmen: *Prontuario de Musicología*. Barcelona Clivis 2002

ATTALI, Jacques: *Ruidos: Ensayo sobre la economía política de la música*.

Valencia, Ruedo Ibérico 1978

AZÚA Felix de: *Diccionario de las Artes*. Barcelona Anagrama 2002

VERDÚ Vicente: *El estilo del mundo*. Barcelona Anagrama 2003

RAYNOR Henry : *Una historia social de la Música* Madrid Siglo XXI 1986

SMALL Christopher: *Música, Sociedad, Educación*. Madrid Alianza 1989

LLEO, Juan antonio: *El Arte en las Redes* Madrid Anaya 1997

ROSEN Charles : *El piano: notas y vivencias* Madrid alianza 2005