

CARTA DESCRIPTIVA

I. Identificadores de la asignatura

Clave: ART9843-15

Créditos: 8

Materia: Producción y diseño de materiales musicales.

Departamento: Departamento de Arte.

Instituto: Instituto de Arquitectura Diseño y Arte.

Modalidad: Presencial

Carrera: Licenciatura en Producción Musical.

Nivel: Intermedio

Carácter: Obligatoria

Horas: 64

Tipo: Taller

[]

II. Ubicación

Antecedente: Ninguno

Clave: Ninguno

Consecuente: Ninguno

III. Antecedentes

Conocimientos: Básicos, Humanísticos, de Cultura global.

Habilidades: Manejo de las TICs, Comprensión de lenguas extranjeras, Uso de la tecnología, Aplicación del conocimiento, De pensamiento, Informativas y Autoadministración.

Actitudes y valores: Respeto, Honestidad, Responsabilidad, Actitud crítica, Autodeterminación.

IV. Propósitos generales

- El alumno conocerá el proceso de publicación de un material musical en la industria actual desde su inicio hasta su conclusión.
- El alumno entenderá los pormenores de cada uno de los procesos de generación de materiales musicales: preproducción, captura, post-producción, diseño, promoción, publicidad y publicación.
- El alumno aprenderá sobre los diversos formatos de publicación de materiales musicales, sus detalles, problemas y fortalezas.

V. Compromisos formativos

Conocimiento: Conocer formatos y duraciones sugeridas por género, extensión o reducción de formas musicales, conceptualización de temáticas musicales, definición de elementos para masterización, presentaciones y empaques de productos físicos, distribución de medios digitales, desarrollo de artistas, desarrollo de productos musicales, promoción, *performance* y publicidad de materiales musicales.

Habilidades: Conceptualizar, moldear, generar y exponer un producto musical de calidad profesional.

Actitudes y valores: Trabajo en equipo, Puntualidad, Responsabilidad, Respeto, Honestidad.

Problemas que puede solucionar: Todos los relacionados con la publicación de un material musical de forma física y virtual, su elaboración, diseño, ejecución y promoción.

VI. Condiciones de operación

Espacio: Salón de clases

Laboratorio: Estudio de grabación profesional

Mobiliario: Mesas, sillas y pizarrón.

Población: 25.

Material de uso frecuente:

- A) Cañón y computadora
- B) Pizarrón
- C) Equipo de sonido

VII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades
Tema 1. Desarrollo de artista (preproducción)	<ul style="list-style-type: none">● Desarrollo del material musical, concepto y correspondencia de imagen. Congruencia músico/conceptual (duración, forma musical, pormenores políticos, éticos y morales, equipo y necesidades instrumentales)● Elementos y procesos de la preproducción (maquetas, instrumentación, alteración de formas, temática)● Pormenores legales del desarrollo de artistas (copyright y trademark)● Pormenores legales de publicar tu propia música.● Organizaciones de derechos (ASCAP, BMI, SESAC, SACM)	<ul style="list-style-type: none">● Exposición de los temas● Propuesta de un proyecto sencillo● Práctica sobre el proyecto propuesto● Retroalimentación● Evaluación Parcial
Tema 2. Desarrollo de Producto (captura y postproducción)	<ul style="list-style-type: none">● Incluye aquellas áreas directamente involucradas con la grabación y venta del	<ul style="list-style-type: none">● Exposición de los temas● Práctica sobre el proyecto propuesto.● Retroalimentación

<p>Tema 3. Promoción</p>	<p>producto musical.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Posibilidades de locación para la captura musical. ● <i>Overdub vs Multitrack</i> ● Problemas y soluciones del <i>overdub</i>. ● Selección de ingeniero y productor. ● Selección y formato de masterización. ● Tipos de empaque ● Posibilidades de diseño gráfico ● Búsqueda y contacto de formas de distribución. ● Distribución digital ● Promoción y venta de fechas ● Plan de Marketing <ul style="list-style-type: none"> ● La importancia del <i>Airplay</i> ● Selección de formato y temas para Radio (comercial, no comercial, internet y satelital). ● Búsqueda de estaciones potenciales. Creación de contactos. ● Tácticas y estrategias 	<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluación Parcial <ul style="list-style-type: none"> ● Exposición de los temas ● Práctica sobre el proyecto propuesto. ● Retroalimentación ● Evaluación Parcial
--------------------------	---	---

<p>Tema 4.Publicidad y Performance</p>	<p>de promoción</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Promoción en la era digital ● Social media marketing ● Social media management ● La importancia del video clip. <ul style="list-style-type: none"> ● Cómo situar tu música en medios. ● Medios escritos: reseñas, artículos, fanzines. ● Medios de emisión: Radio, Tv, Sitios de internet, blogs, entrevistas y artículos principales (<i>features</i>). ● Cómo crear una lista de contactos de medios. ● Demo, press y promo kit: Biografía, Fact sheet, Fotos, Clips de prensa, Apariciones en medios, afiches promocionales. Versiones física y digital. ● Cómo desarrollar un <i>fan base</i> ● Búsqueda de sitios (<i>venues</i>) para 	<ul style="list-style-type: none"> ● Exposición de los temas ● Práctica sobre el proyecto propuesto. ● Retroalimentación ● Evaluación Final
--	--	---

	<p>presentarse.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Roles y relaciones de los promotores y agentes de <i>booking</i> ● Contratos de presentación en vivo. ● Necesidades de audio e iluminación. ● Stage plot ● Input list ● Scene list ● Diseño de presentación (set list, interacción con el público, encore) 	
--	--	--

VIII. Metodología y estrategias didácticas

- Aproximación empírica a la realidad.
- Búsqueda, organización y recuperación de información.
- Comunicación horizontal.
- Descubrimiento.
- Ejecución-ejercitación.
- Elección, decisión.
- Evaluación.
- Experimentación.
- Extrapolación y transferencia.
- Internalización.
- Investigación.
- Metacognitivas.
- Planeación, previsión y anticipación.
- Problematización.
- Proceso de pensamiento lógico y crítico.
- Procesos de pensamiento creativo divergente y lateral.
- Procesamiento, apropiación-construcción.
- Significación generalización.
- Trabajo colaborativo.

IX. Criterios de evaluación y acreditación

a) Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos y tareas para tener derecho a exámenes parciales y final.

Pago de derechos

Calificación integrada final mínima de 7.0

Permite examen de título: No

b) Evaluación del curso

Primer evaluación 15%

Segunda evaluación 15%

Tercer evaluación 15%

Cuarta evaluación (final) 25%

Asistencia 10%

Tareas 20%

Total 100 %

X. Bibliografía

Baskerville, D., & Baskerville, T. (Eds.). (2010). *Music business handbook and career guide*. Sage.

Garofalo, R. (1999). From music publishing to MP3: Music and industry in the Twentieth Century. *American Music*, 318-354.

Hull, G. P., Hutchison, T. W., & Strasser, R. (2011). *The Music business and recording industry: Delivering music in the 21st century*. Taylor & Francis.

Passman, D. S. (2015). *All you need to know about the music business*. Simon and Schuster.

Krasilovsky, M. W., & Schemel, S. (2007). *This business of music: The definitive guide to the*

business and legal issues of the music industry. Billboard Books.

Kusek, D., & Leonhard, G. (2005). *The future of music: Manifesto for the digital music revolution*.

Krummel, D. W., & Sadie, S. (Eds.). (1990). *Music printing and publishing*. Macmillan.

X. Perfil deseable del docente

Profesional de la industria de la música con experiencia comprobable en marketing musical y desarrollo de artistas.

XI. Institucionalización

Responsable del Departamento: Alpha Escobedo

Coordinador/a del Programa: Adrián Romero P.

Fecha de elaboración: 8.18.2017

Elaboró: Rodrigo Villarreal Jiménez

Fecha de rediseño:

Rediseño: