

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

P R O N T U A R I O

I. TÍTULO DEL CURSO

**PRINCIPIOS DE MANEJO Y
GERENCIA DE ARTISTAS**

Código y Número:

MUBA 1200

Créditos:

Tres (3) créditos

Requisitos:

MUBA 1000

II. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Discusión de los aspectos gerenciales dirigidos al manejo de carreras o grupos artísticos. Incluye las agencias de talentos, la gerencia personal, la concentración hasta la ejecución artística, los viajes (“tours”) y la promoción artística.

III. OBJETIVOS DEL CURSO

A. Objetivos terminales:

1. Definir y conocer los métodos básicos para la efectividad gerencial, en la administración de artistas o en la autogestión de un artista.
2. Discutir y conocer los documentos financieros básicos utilizados en la gerencia de un artista.
3. Conocer las estrategias gerenciales básicos que se aplican a los artistas
4. Realizar planes básicos del desarrollo estratégico de la carrera artística.

B. Objetivos capacitantes:

- 1.1 Seleccionar el tipo de sistema gerencial adecuado para el logro de los objetivos de una organización empresarial relacionada a la administración de un artista.
- 1.2 Conocer la importancia del gerente de artista y su impacto en la carrera del artista.
- 1.3 Crear una visión empresarial de la gestión artística.

- 1.4 Reconocer la importancia de las relaciones interpersonales dentro de la relación entre artista-gerente.
- 1.5 Definir comunicación y cómo ésta es efectiva en la relación de Gerente y artista para lograr las metas y resultados del plan estratégico
- 2.1 Explicar y comprender el funcionamiento de la administración y gerencia de la carrera artística.
- 2.2. Desarrollar su capacidad para entender los conceptos financieros básicos que se utilizan en la gerencia y administración de un artista.
- 3.1 Identificar los pasos del proceso de planificación
- 3.2 Contrastar las diferentes formas de organizar una empresa
- 3.3 Distinguir los estilos de dirección y el impacto en los grupos de Trabajo.
- 3.4 Reconocer la importancia del control y la consecuencia en el logro de los objetivos de la organización
- 4.4 Conocer los conceptos de un plan estratégico
- 4.5 Comprender la importancia de un plan estratégico
- 4.6 Conocer los mecanismos básicos de control de un plan estratégico de carrera artística musical

El estudiante deberá:

IV. CONTENIDO

- A. Desarrollo histórico de la gerencia (1 hora)
- B. Evolución de la gerencia (1 hora)
- C. Organización como proceso gerencial (6 horas)
 - 1. Fundamentos de la organización
 - 2. Estructura organizacional
 - 3. Coordinación horizontal y vertical
 - 4. Diseño organizacional
 - 5. Gerencia básica de artistas
 - a. El artista como marco
 - b. Qué es un gerente de artistas y qué se puede realizar
 - c. Qué necesita un artista y cómo un gerente puede satisfacer esa necesidad
 - d. Ser tu propio gerente
 - e. Relación entre el gerente y el artista.

- D. Dirección (1 hora)
 - 1. Poder y liderazgo
 - 2. Teorías básicas sobre contingencia
 - 3. Toma de Decisiones

- E. Relaciones Interpersonales (1 hora)
 - 1. Comunicación y la gerencia
 - 2. Comunicación como un proceso interpersonal
 - 3. Comunicación efectiva
 - 4. Barreras en la comunicación

- F. El lanzamiento y desarrollo de un artista (6 horas)
 - a. Creación y desarrollo de una cultura de disciplina para el lanzamiento y desarrollo de un artista.
 - b. La pasión e innovación básica para el desarrollo de una carrera artística
 - c. Conceptos estratégicos para lanzar y desarrollar un artista
 - d. Sistemas de control en la información
 - e. Compensación y sistemas de beneficios
 - f. Disciplina en los empleados
 - g. Gerencia por objetivos (MBO)
 - h. Gerencia de operaciones artísticas
 - i. Control de los costos, subcontratación efectiva
 - j. Control de calidad y Controles efectivos

- G. Términos básicos, Flujo de dinero, Variabilidad, Formas y los temas controversiales, Otros temas relacionados. (1 hora)
- H. Desarrollo de los negocios de la música necesidad del centro para la creación de valor entidades. (1 hora)
- I. Repaso de las fuentes de negocios en la música (1 hora)
 - a. Licencias
 - b. Presentaciones personales, artículos de promoción
 - c. Grabaciones/distribución.
- J. Impacto y oportunidades de la tecnología (1 hora)
 - a. Aprovechando la tecnología en el negocio principal
 - b. Estrategia de mercadeo usando la tecnología
- K. Publicidad (3 horas)
 - a. Conectarse y relaciones con los aficionados y patrocinadores
 - b. Sociedades, acuerdos, colaboradores
- L. Agencia del dinero (2 horas)
 - a. Gerencia de los negocios
 - b. Algunas sugerencias para los pagos y manejos del dinero
 - c. Inversiones para el futuro del artista
- M. Prevención de los problemas (4 horas)

- a. Problemas carreras en la gerencia artística
 - b. Estudios sencillos de casos de problemas
- N. Evaluación progreso del grupo de trabajo (4 horas)
- A. Midiendo el progreso y éxito
 - B. Trabajar y preparar el éxito
 - C. La relación gerente/artista al paso del tiempo
- O. Innovación y cambio gerenciales (2 horas)
- 1. Aspectos modernos de la gerencia
 - 2. La dinámica en el nuevo lugar de trabajo
 - 3. Ambiente
 - 6. Ventaja competitiva
- P. Gerencia, Ética y Responsabilidad Social (1 hora)
- 1. Comportamiento ético
 - 2. Responsabilidad social
- Q. Beneficios de la planificación (1 hora)
- R. Planificación estratégica (1 hora)
- 1. Procesos y Etapas
 - 2. Modelos
 - 3. Tipos
 - 4. Gerencia
 - 5. Estrategias
- S. Control como proceso gerencial (1 hora)
- T. Planeación básica de la carrera de un artista (6 horas)
- a. Avalúo carrera de un artista
 - b. La marca de un artista
 - c. Creando una estrategia
 - d. Presupuesto
 - e. El plan

Resumen de Temas del CPC de Pregrado Cubiertas en el curso	Horas/Minutos
a. Marketing	5
b. Gestión	45
c. Ambiente Legal de Negocios	2
d. Economía	1
e. Ética de Negocios	1
f. Dimensiones Globales de los Negocios	1
g. Técnicas Cuantitativas y Estadística	2
h. Experiencia Integradora o Integral	1
Total Estimado de Horas Cobertura del CPC	<hr/> 58

V. ACTIVIDADES

- A. Conferencias por el profesor
- B. Diapositivas en PowerPoint
- C. Trabajo en equipo
- D. Películas o vídeo
- E. Cartelones
- F. Transparencias
- G. Presentaciones: Proyectos individuales y grupales
- H. Tutorías que acompañan el texto
- I. Demostraciones y ejercicios de práctica (asignaciones)
- J. Análisis de casos
- K. Búsqueda en Internet
- L. Simulaciones

VI. ACTIVIDADES DE AVALÚO

- A. Portafolio
- B. Diario reflexivo
- C. Mapa conceptual
- D. Rúbrica de presentaciones
- E. "One minute paper"
- F. Trabajo en equipo
- G. Tirilla cómica
- H. Preprueba y posprueba

VII. LIBRO DE TEXTO

Paul Allen, Artist Management for the Music Business 4th Edition Routledge;
(2018)

VIII. RECURSOS

Direcciones Electrónicas

1. Music Business <https://www.musicgateway.com/music-industry-resources>
2. United States Small Business Administration – www.sba.gov
3. Web Search Engines – www.google.com
4. Wiley and Sons – <http://he-cda.wiley.com>
5. Yale University School of Management <http://www.yale.edu/som>
6. The Business planning resource to small business <http://www.bplans.com>
7. United States Small Business Administration – <http://www.sba.gov>
8. Center For Creative Leadership (CCL) <http://www.ccl.org>
9. Web Search Engines – www.google.com

IX. EVALUACIÓN

1. Tres exámenes formales
2. Un examen final
 - a. Nota miscelánea (informes orales, discusión y análisis de casos, proyectos de investigación, análisis de artículos de revistas profesionales, análisis crítico de películas asignadas, portafolio, diario reflexivo y pruebas cortas).

X. NOTAS ESPECIALES

A. Servicios auxiliares o necesidades especiales

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitarlos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita, a través del registro correspondiente, en la Oficina de la Consejera Profesional del Programa de Orientación Universitaria, con la Dra. María de los Ángeles Cabello, a través del 787 2501-1912, extensión 2306.

B. Honradez, fraude y plagio

La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. Uso de dispositivos electrónicos

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

D. Cumplimiento con las disposiciones del Título IX

La Ley de Educación Superior Federal, según enmendada, prohíbe el discrimen por razón de sexo en cualquier actividad académica, educativa, extracurricular, atlética o en cualquier otro programa o empleo, auspiciado o controlado por una institución de educación superior independientemente de que esta se realice dentro o fuera de los predios de la institución, si la institución recibe fondos federales.

Conforme dispone la reglamentación federal vigente, en nuestra unidad académica se ha designado un(a) Coordinador(a) Auxiliar de Título IX que brindará asistencia y orientación con relación a cualquier alegado incidente constitutivo de discrimen por sexo o género, acoso sexual o agresión sexual. Se puede comunicar con el Coordinador(a) Auxiliar, el Sr. George Rivera, al teléfono 787 250-1912, extensión 2147, o al correo electrónico grivera@metro.inter.edu

*El documento normativo titulado **Normas y Procedimientos para Atender Alegadas Violaciones a las Disposiciones del Título IX** es el documento que contiene las reglas institucionales para canalizar cualquier querrela que se presente basada en este tipo de alegación. Este documento está disponible en el portal de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (www.inter.edu)*

XI. BIBLIOGRAFÍA

Gordon, Steve. (2015). *The Future of the Music Business: How to Succeed with the new digital Technologies*. 4 Edition Hall Leonard Books.

Spellman, Peter (2013). *The Self-Promoting Musician: Strategies for Independent Music Success*. 3 Edition Berklee Press, Hal Leonard Publication

Schermerhorn, J.R. (2012). *Management*. 12 Edition New York: John Wiley & Sons

Anderson, Philip H., Beveridge David A. Scott, Timothy, Hofmeistere, David (2003) *Threshhold Competitor: A Management Simulation, Team, 3er, Edition*, N.J., Prentice Hall