

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO  
RECINTO METROPOLITANO  
ESCUELA DE GERENCIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
BACHILLERATO EN GERENCIA DE EMPRESAS DE LA MÚSICA**

**PRONTUARIO**

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

**Título del curso:** SEMINARIO INTEGRADOR  
**Código y número:** MUBA 4971  
**Créditos:** 3  
**Término académico:**  
**Profesor:**  
**Horas de oficina:**  
**Teléfono de la oficina:**  
**Correo electrónico:**

**II. DESCRIPCIÓN**

Integración de los conocimientos aprendidos tales como, la conceptualización, la planificación y el mercadeo, necesarios para la producción de un evento musical. Requiere la creación, planificación y realización de un evento musical (concierto) o realizar una presentación oral y escrita de un proyecto integrado para la producción de un evento musical. Requiere aprobación del director del Departamento.  
Requisitos: MKTG 3230 MUBA 4000

**III. OBJETIVOS:**

Se espera que al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Aplicar sus conocimientos, destrezas y recursos para la creación de un evento musical.
2. Reconocer los valores éticos en la industria del entretenimiento al momento de planificación y ejecución de un evento musical.
3. Evaluar todos los recursos existentes, determinar la viabilidad y estimar el tiempo que requerirá la realización de un proyecto musical.
4. Estimar los costos relacionados a la producción de un evento musical, crear un presupuesto e identificar las fuentes de financiamiento para el proyecto.
5. Organizar equipos de trabajo en los que se promueva un buen ambiente laboral y relaciones interpersonales eficientes.

6. Identificar los documentos y permisos necesarios para realizar un evento musical.
7. Elaborar un plan de trabajo utilizando los conocimientos adquiridos en las áreas de gerencia, mercadeo y producción musical.
8. Ejecutar el plan de trabajo de manera satisfactoria, cumpliendo con el periodo de tiempo establecido y utilizando los recursos de la manera más eficiente.

#### **IV. CONTENIDO TEMÁTICO**

- A. Análisis de SWOT, Identificación de Mercado Meta, Tendencias y Modas
- B. Proceso Creativo: Conceptualización del Proyecto
- C. Evaluación de recursos, presupuesto y riesgos.
- D. Diseño del plan de trabajo
  1. Organización de los equipos de trabajo y recursos
  2. Distribución del proyecto por etapas
  3. Determinación del tiempo necesario para cada etapa
  4. Identificación de los documentos y permisos requeridos por etapas
  5. Establecer el presupuesto por etapas
  6. Diseñar planes de contingencia para cada etapa
- E. Etapa de pre-producción
- F. Financiamiento: capital inicial, inversionistas y auspiciadores
- G. Mercadeo
  1. Plan de Medios
  2. Relaciones Públicas
  3. Redacción de Documentos
    - Propuestas para auspiciadores
    - Comunicados de prensa
    - Diseño y creación de material promocional
- H. Producción del evento
  1. Toma de decisiones
  2. Logística
  3. Diseño de Contenido
  4. Administración de recursos
  5. Solución de problemas
- I. Realización del evento musical
- J. Auto evaluación

#### **V. ACTIVIDADES**

Conferencias, discusiones, lecturas, experiencias auditivas y creativas, asistencia a conciertos, recursos en internet y presentaciones en clase.

## VI. EVALUACIÓN

- |   |     |     |
|---|-----|-----|
| 1. Plan de Producción   |     | 30% |
| 2. Ejecución del Plan de Producción (realizar el concierto)     | 50% |     |
| 3. Evaluación de desempeño (realizada por su equipo de trabajo) |     | 20% |

## VII. 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](mailto: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](http://www.inter.edu))

## VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

Libros, artículos de revistas, fichas bibliográficas, recursos bibliotecarios y en línea.

### Libros de texto requeridos:

Owsinski, Bobby. Social Media Promotion For Musicians. Burbank: Bobby Owsinski Media Group; 3rd ed. edition 2020

Textos Clásicos:

Owsinski, Bobby. *The Music Producers Handbook*. Milwaukee: Hal Leonard, 2016.

Feist, Jonathan. *Music Industry Forms*. Boston: Berklee Press, 2014

Feist, Jonathan. *Project Management for Musicians: Recordings, Concerts, Tours, Studios, and More*. Boston: Berklee Press, 2013

Direcciones Electrónicas

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

9. Center For Creative Leadership (CCL) <http://www.ccl.org>
10. Web Search Engines – [www.google.com](http://www.google.com)

## IX. BIBLIOGRAFÍA

Baker, Bob. *Guerrilla Music Marketing Online*. Missouri: Spotlight Publications, 2011

Gordon, Steve. *The Future of the Music Business: How to Succeed with the new digital Technologies*. Milwaukee: Hal Leonard, 2015.

Krasilovsky, William M. and Sidney Shemel. *This Business of Music: Definitive Guide to the Music Industry*. New York: Watson-Gutpill Publications, 2007.

Owsinski, Bobby. *Music 4.1: A Survival Guide for Making Music in the Internet age*. Milwaukee: Hal Leonard, 2016.

Owsinski, Bobby. *Social Media Promotion for Musicians*. Burbank: Bobby Owsinski Media Group, 2017.

Owsinski, Bobby. *The Music Producers Handbook*. Milwaukee: Hal Leonard, 2016.

Passman, Donald S. *All You Need to Know About the Music Business*. New York: Simon & Schuster, 2015

**Septiembre/2022**