

Distribució i comercialització de continguts musicals

Dades generals

Nom de l'assignatura	Distribució i comercialització de continguts musicals		
Tipus d'assignatura	Formació bàsica		
Impartició	2n quadrimestre		
crèdits ECTS	3		
Valor total en hores	90	Hores presencials lectives: 90	
Professor/a			
Departament	Tecnologies i Gestió de la Música		

Prerequisits i orientacions prèvies per a cursar l'assignatura

Cap, tot i que es recomana que els alumnes hagin superat prèviament l'assignatura "Producció aplicada a la indústria de la música".

Competències que es desenvolupen en l'assignatura

Transversals: CT1- CT2-CT3-CT4-CT6-CT7-CT8-CT9-CT10-CT12-CT13-CT14-CT15

Generals: CG10-CG12-CG18-CG23-CG24-CG26-CG27

Específiques: PG3-PG8-PG9

Objectius concrets de l'assignatura

Aquesta assignatura està dissenyada com a continuació de "Producció aplicada a la indústria de la música". Un cop l'alumne ha assimilat els coneixements relacionats amb la generació de continguts musicals i la seva conversió en productes, aquesta assignatura persegueix analitzar quines són les vies d'explotació de les propostes de valor en funció del tipus de formats i de públics als que van dirigits. De manera que, al finalitzar el curs, l'alumne estigui perfectament capacitat per definir i executar l'estratègia més adient de distribució i comercialització per cadascun dels productes musicals derivats del projecte musical que hagi seleccionat.

Blocs temàtics (continguts de l'assignatura)

Setmana 1

Presentació de l'assignatura (Continguts, metodologia i avaluació)

Setmana 2

Màrketing musical (l'intercanvi de valor)

Setmana 3

El mercat B2B i el mercat B2C

Setmana 4

Els mercats internacional

Setmana 5

Distribució i monetització drets d'autor (les entitats de gestió)

Setmana 6

Comercialització drets d'autor (les sincros)

Setmana 7

Distribució i comercialització música enregistrada I (identificació dels agents a la cadena de distribució digital)

Setmana 8

Distribució i comercialització música enregistrada II (estratègies de monetització)

Setmana 9

El pla de distribució i comercialització (criteris de selecció de l'estrategia correcta, exemples)

Setmana 10

Distribució i comercialització música enregistrada III

Setmana 11

Distribució música en directe

Setmana 12

Comercialització música en directe

Setmana 13

Distribució i comercialització marxandatge

Setmana 14

Presentació plans de distribució i comercialització

Setmana 15

Prova final (revisió i últimes consideracions)

Metodologia de classe i activitats principals d'aprenentatge (presencials i no presencials)

Els continguts de l'assignatura es treballaran de manera individual fora de l'aula, mitjançant lectures (com ara articles, publicacions, informes sectorials i estudis especialitzats) i recursos audiovisuals. A l'aula, els continguts docents seran impartits pel professor i analitzats de manera conjunta.

Planificació de les activitats (descripció i temporalització)

Durant el transcurs de l'assignatura, els alumnes hauran de realitzar una pla de distribució i monetització dels continguts musicals derivats d'un projecte de la seva elecció que encara no hagi estat comercialitzat.

Avaluació acreditativa dels aprenentatges

L'assignatura serà evaluada d'acord amb els següents criteris:

Assistència i participació - 20%

Entregables parcials - 30%

Presentació oral del pla - 10%

Document final- 30%

Exàmen final (test) - 10%

