



1-DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

| | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------------|
| Especialitat | Interpretació/Sonologia/Pedagogia | |
| Denominació i caràcter de la matèria | Matèria optativa | |
| Crèdits | 3 ECTS | |
| Seqüenciació temporal | Semestre V | |
| % d'hores lectives | 32% presencials | 68% treball autònom |
| Assignatura | Music Business | |
| Requisits | Cap | |

2-PROPOSTA DOCENT

L'assignatura de Music Business es centra en conèixer les diferents eines de comunicació més utilitzades en l'actualitat i aprendre a fer-ne ús per a desenvolupar un pla de màrqueting pels projectes artístics propis. L'assignatura es desenvolupa en llengua anglesa.

COMPETÈNCIES

Generals

- CG10 - Argumentar i expressar verbalment els seus punts de vista sobre conceptes musicals diversos.
- CG12 - Acreditar un coneixement suficient del fet musical i la seva relació amb l'evolució dels valors estètics, artístics i culturals.
- CG18 - Comunicar de forma escrita i verbal el contingut i els objectius de la seva activitat professional a persones especialitzades, amb un us adequat del vocabulari tècnic i general.
- CG26 - Ser capaç de vincular la pròpia activitat musical a altres disciplines del pensament científic i humanístic, a les arts en general i a la resta de disciplines musicals en particular, enriquint l'exercici de la seva professió amb una dimensió multidisciplinària.

Transversals

- CT1 - Organitzar i planificar el treball de forma eficient i motivadora.
- CT4 - Utilitzar eficientment les tecnologies de la informació i la comunicació.
- CT7 - Utilitzar les habilitats comunicatives i la crítica constructiva en el treball en equip.
- CT8 - Desenvolupar raonadament i crítica idees i arguments.
- CT14 - Dominar la metodologia d'investigació en la generació de projectes, idees i solucions viables.



OBJECTIUS D'APRENTATGE

1. Conèixer el món de la comunicació i premsa musical.
2. Fer servir l'anglès com allengua d'aprenentatge i practicar la terminologia necessària per explicar projectes artístics en aquesta llengua
3. Adquirir les eines necessàries per comunicar eficientment qualsevol projecte artístic.
4. Aprendre a confeccionar un kit de premsa
5. Desenvolupar una actitud oberta a les noves plataformes i xarxes socials i veure les seves potencialitats en la comunicació de projectes artístics.

CONTINGUTS

- Introducció a la premsa i comunicació.
- Situació de partida i anàlisi del projecte musical a comunicar.
- Marcar objectius, estratègies i tàctiques que volem assolir.
- Pla d'acció de la nostra comunicació i avaluació de resultats.
- Confecció de media kit i pla de premsa
- Butlletins i comunicats de premsa.
- Premsa digital, influencers i playlisters.
- Les Xarxes Socials: Què son i com treure'n partit.
- Community Management: facebook, twitter, instagram.
- Canals d'audio: spotify, souncloud, deezer i altres
- La importància de Youtube.
- Els streamings, els nous formats, tik tok...

METODOLOGIA

Les classes es desenvolupen en la seva totalitat en anglès i fan servir conceptes teòrics i la seva posada en pràctica. Es vol ensenyar a fer servir diferents eines per a poder comunicar un projecte musical i diferenciar-lo de la resta de propostes. S'introdueix la definició d'una estratègia comunicativa artística i personal, la relació amb la premsa tradicional, la premsa digital i el new media i la comunicació cap a la pròpia audiència mitjançant les xarxes socials i es convida a la classe a diferents professionals del sector musical per a compartir amb ells les vivències pròpies del sector. Cada alumne treballa un projecte que serà la seva posada en pràctica de tot allò assolit a les classes.

Les classes són de 1,5 hores. En la primera hora, s'expliquen conceptes i eines que necessitem per a desenvolupar el coneixement que s'està donant. La mitja hora següent hi ha treball en grup amb debat i classe participativa per a posar en pràctica el que s'ha après i com s'aplicarà en el treball final. Aquest treball es el que es presenta a final de semestre i la seva defensa és l'examen de l'assignatura.



3-AVALUACIÓ

EINES I CRITERI D'AVAUACIÓ

Avaluació contínua per tal d'establir un control sistemàtic del procés d'aprenentatge i l'adquisició de les competències. Prova o projecte final en la que l'alumne ha de mostrar l'adquisició de les competències tant de l'àmbit específic com transversal dintre d'un context determinat.

Es tindran en compte els següents criteris d'avaluació:

- Fer un ús eficaç i responsable de les eines de comunicació.
- Conèixer les eines de la comunicació tradicional i digital.
- Saber organitzar-se el treball.
- Assistir a classe amb regularitat i puntualitat.
- Utilitzar correctament les TIC per a l'elaboració dels treballs.

Observació i seguiment diari amb exercicis o proves puntuals: 30%

Treball escrit: 40%

Presentació i defensa del treball: 30%

FONTS DOCUMENTALS

Baym, N. (2012). *Friends or Fans?: Seeing Social Media Audiences as Musicians Do*. Ed. Microsoft Research.

Bong, B. (2014). *Music Marketing for the DIY Musician*. Ed. Hal Leonard.

Martín, D. (2013). *Marketing musical: Introducción a la industria y la promoción musical del siglo XXI*. Independently published.

Owsinky, B. (2017). *Social Media Promotion For Musicians*. Ed. Bobby Owsinski Media Group.