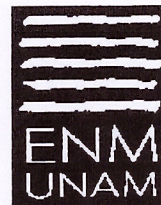




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 ESCUELA NACIONAL DE MÚSICA

LICENCIATURA EN MÚSICA
 INSTRUMENTISTA



PROGRAMA DE ASIGNATURA

SEMESTRE:		CLAVE:			
DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA					
Gestión de proyectos profesionales					
MODALIDAD	CARÁCTER	HORAS SEMESTRE	HORA / SEMANA		CRÉDITOS
			H.T.	H.P.	
Seminario	Optativo	32	22	10	32
LÍNEA DE FORMACIÓN			ÁREA DE CONOCIMIENTO		
Multidisciplinaria			Pedagógica		
ASIGNATURA ANTECEDENTE			ASIGNATURA CONSECUENTE		
Ninguna			Ninguna		

OBJETIVO GENERAL
<p>Dotar al estudiante de música de las herramientas tecnológicas y de gestión, así como de las estrategias de marketing necesarias para que los interesados en promoverse en el medio cultural puedan plasmar sus propuestas y desarrollar sus objetivos artísticos y profesionales en un proyecto de carrera consolidando los grupos de cámara y proyectos individuales permitiendo su desarrollo en el medio musical laboral.</p>

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA
<p>Esta asignatura busca dotar a los estudiantes de música con herramientas que les permitan desempeñarse en el mundo profesional y saber cómo promoverse como artistas, para lo cual se expondrán temas relacionados con la promoción artística, la contabilidad y las relaciones públicas.</p>

Nº DE HORAS TEÓRICAS	Nº DE HORAS PRÁCTICAS	OBJETIVOS PARTICULARES Al finalizar el estudio de la unidad el alumno será capaz de:	UNIDADES DIDÁCTICAS
6	0	Identificar el tipo de producto que es el ensamble o el proyecto individual y el mercado al que está dirigido.	I. Definición del proyecto artístico <ul style="list-style-type: none"> • Definición del producto cultural • Noción de precio • Noción de mercado • Objetivos del marketing cultural enfocados a ensambles musicales y proyectos musicales individuales
3	3	Redactar y diseñar los documentos que serán útiles para presentarse en diversas situaciones laborales.	II. Documentos de presentación escritos <ul style="list-style-type: none"> • Currículum Vitae • Semblanza curricular • Semblanza de grupo • Ficha técnica • Carta de presentación • Tarjeta personal • Plano escénico • Carpeta artística • Repertorio • Programa de concierto • Críticas de prensa • Hoja de ruta • Descripción de proyecto individual • Plan de desarrollo
1	1	Elaborar los archivos fotográficos, de audio y video para medios digitales.	III. Archivos de presentación digitales: <ul style="list-style-type: none"> • Fotografía • Audio • Video
2	2	Reconocer la necesidad del uso de una base de datos para un correcto almacenamiento de la información, aprendiendo el uso de estos tres softwares.	IV. Bases de datos <ul style="list-style-type: none"> • Excel • Outlook • Access
2	4	Aprender la utilización del software <i>Site Builder</i> e identificar los distintos objetivos de las diferentes herramientas.	V. Página Web <ul style="list-style-type: none"> • Establecer los objetivos de una página Web • Diseño de una página Web VI. Otras herramientas en línea <ul style="list-style-type: none"> • Facebook

			<ul style="list-style-type: none"> • Blogs
2	0	Identificar la importancia de las relaciones públicas en el desarrollo de toda carrera artística.	VII.Relaciones Públicas <ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios • Empresarios • Pares
2	0	Conocer el rol de los managers y de los mercados de artes escénicas a nivel internacional.	VIII. La promoción artística a nivel internacional <ul style="list-style-type: none"> • Mercados de artes escénicas • Managers
4	0	Identificar el régimen fiscal que mejor corresponda al producto artístico y conocer las obligaciones fiscales del mismo.	IX. Contabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Personalidad jurídica • Regímenes fiscales • Comprobantes fiscales • Trámites fiscales • Declaraciones mensuales y anuales • Determinación de impuestos • Asociaciones Civiles
TOTAL	TOTAL		
HT: 22	HP: 10		
TOTAL: 32			

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS		SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN	
Exposición oral	(x)	Exámenes parciales	()
Exposición audiovisual	()	Exámenes finales	(x)
Ejercicios dentro de clase	(x)	Trabajos y tarea fuera del aula	(x)
Ejercicios fuera del aula	(x)	Participación en clase	(x)
Seminarios	(x)	Asistencia a prácticas	(x)
Lecturas obligatorias	(x)		
Trabajos de investigación	()	Otras:	
Prácticas de taller o laboratorio	(x)	Exposición de proyecto	
Prácticas de campo	(x)	Entrega de carpeta artística	
Otras:			
Debates			
Análisis de páginas Web			
Análisis de proyectos artísticos internacionales			

BIBLIOGRAFÍA

Colbert, F. (2003). *Marketing de las Artes y la Cultura*. Barcelona: Ariel Patrimonio.

Filion, L. J., Ananou, C. y colaboradores (2010). *De l'intuition au projet d'entreprise*. Montreal: Éditions Transcontinental et Éditions de la Fondation de l'Entrepreneurship.

Tovar y de Teresa, R. (1994) *Modernización y política cultural. Una visión de la modernización de México*. México: Fondo de Cultura Económica.

Girard, A., y otros autores (1982). *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica – UNESCO.

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN:

(INTERNET, SOPORTES SONOROS Y AUDIOVISUALES, PARTITURAS, SOFTWARE Y OTROS)

- <http://smallbusiness.yahoo.com/>
- <http://www.cinars.org/>
- <http://www.agencedlefebvre.com/>
- <http://www.cuartetolatinoamericano.com/>
- <http://www.sat.gob.mx>
- Facebook
- Microsoft Excel
- Microsoft Outlook
- Microsoft Access
- Yahoo Site Builder

PERFIL PROFESIOGRÁFICO

Profesor con estudios de Licenciatura en Música con Maestría o especialidad en Gestión Cultural.