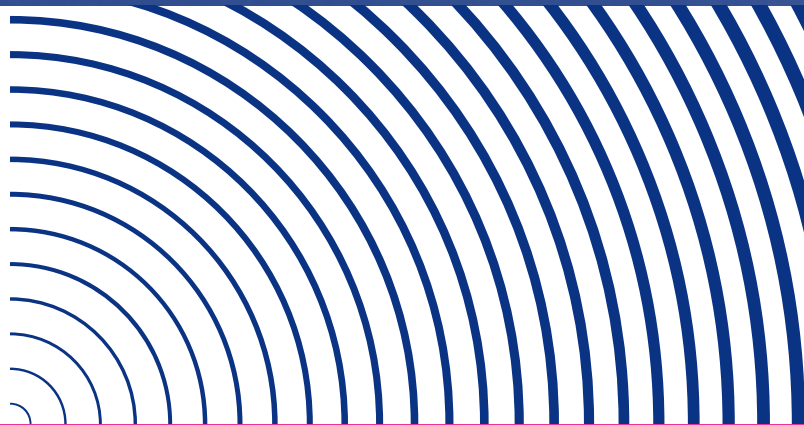




**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

MUSIC MANAGEMENT

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

El curso contiene conceptos fundamentales de ética, marketing, ventas, economía, finanzas, contabilidad, operaciones, capital humano, responsabilidad social y estrategia digital.

En el que se presentan los pilares fundamentales del management para administrar un proyecto musical. Desde 2005, que iniciamos en la Universidad del Pacífico, han asistido a este curso más de mil solistas, bandas, productores musicales, ingenieros de sonido, estudiantes de música, entre otros interesados en desarrollar la industria musical. Somos pioneros; contamos con más de doce años de experiencia. [Ver video explicativo.](#)

Se fijarán los conceptos fundamentales de **gestión estratégica comercial**, mientras se comentan casos prácticos en cada clase abordando las situaciones cotidianas de la industria musical. La planeación es el entendimiento y posterior puesta en práctica de una secuencia criterios ordenados coherentemente, con creatividad, persistencia y sustentado en números. El alumno contará con material digital teórico y práctico (plantillas en Excel para realizar diversos cálculos).

Las decisiones comerciales, circunscritas siempre por la ética, deben ser sustentadas con números pues es el único lenguaje común dentro de una organización. De esta manera se reduce el riesgo en la toma de las mismas pues las hipótesis se bajan a tierra con un **argumento matemático y financiero. Lo que no se cuantifica no se mide, si no se mide no se evalúa y si no se evalúa no se mejora.** La gestión estratégica comercial comprende el ordenamiento coherente de conceptos acompañados de creatividad, persistencia y ética.

Diseñado para personas que quieran incursionar y mejorar su desempeño en la gestión del negocio de la música (músicos, managers).

Premisa: se puede ser rentable en la música.



II. OBJETIVO DEL TALLER

- Entender la naturaleza del negocio musical.
- Desarrollar la capacidad de poner en marcha y gestionar un proyecto musical.

III. CONTENIDO

GESTIÓN ESTRATÉGICA MUSICAL	UBICACIÓN DEL MATERIAL	
Fundamentos de la gestión estratégica		
Hora cero: actitudes en la música (¿largo plazo o corto plazo?)	Excel	
Hacer del bien un negocio, tiempo-paciencia-prudencia	Power Point	
Espacio para todos: cuadrado estratégico, posturas competitivas		
Ideas fuerza: autoreferencia, modelos de negocio, trilema, la importancia de los números, tipos de negocio, ¿vamos bien?, ciclo de maduración,	Excel y Power Point	
dimensiones de una marca/persona, ¿cómo surgen los negocios?, bienvenida a otras marcas, cotidianidad, sistema de marcas		
Mercado del consumidor	Power Point	
Mercado de negocios		
Mercado de servicios		
Gestión de relaciones		
Gestión de experiencias		
CFJI (Cadena de favores de Justas Inversiones)		
Rentabilidad de la ética		
¿Qué quieres hacer con tu propuesta?		
¿Arte y empresa?		Power Point y Word
¿Qué hacer constantemente?		Power Point
Funcionamiento de las radios tradicionales y online		
Imagen consistente		



GESTIÓN ESTRATÉGICA MUSICAL	UBICACIÓN DEL MATERIAL
Campañas de prensa, auspicios, web-redes, seguidores	Power Point, Word y Excel
Producción y precios	
Al final del día, ¿qué debemos preguntarnos?	Power Point

Gestión estratégica responsable

Impacto	Power Point
Desarrollo sostenible	
Criterio estratégico	
Campos de la responsabilidad social	

Gestión estratégica digital

Antes y hoy gracias a internet	Power Point
Pilares de estrategia digital	
Momento cero de la verdad	
Atracción de usuarios: publicidad, remarketing, mailing	
¿Web o landing page?	
Rendimiento sobre la inversión online	

Gestión estratégica financiera

PBI y bono demográfico	Excel
Margen y rotación	
Rentabilidad	
El producto / servicio siempre va a estar asociado a: niveles, precio (valor, subir 1%, ventas de equilibrio, psicológicos), plaza y	Power Point y Excel
promoción, ¿cómo cuantificar una promoción?	



GESTIÓN ESTRATÉGICA MUSICAL	UBICACIÓN DEL MATERIAL
¿Por qué quiebran las empresas?	Excel
ROI-apalancam. financiero	
ROI de comunicación	
Punto de equilibrio	
Gestión estratégica de regalías	
Fonogramas	Excel
Sinóptico de regalías	
Regalías por venta de fonogramas	
Modelos de recaudación de las sociedades de gestión colectiva	
¿Cómo hacer un plan estratégico comercial?	
Misión y valores	Power Point
Posicionamiento	
Ventaja competitiva	
Estimación de demanda	Power Point y Excel
Segmentación	
Matriz OPON (Oportunidades positivas, oportunidades negativas. Dashboard reantabilidad y equilibrio patrimonial): análisis situacional, Matriz BCG, Matriz Ansoff	Excel
Objetivos	
Estado de resultados, presupuesto y cronograma de promoción. Nuevo dashboard rentabilidad y equilibrio patrimonial	

IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Se realizará exposición teórica con ejemplos prácticos y se brindarán ejercicios y bibliografía para complementar lo aprendido. El alumno recibirá herramientas de gestión que le ayudarán a tomar decisiones, formulando estrategias apoyadas en números. No se repetirán los conceptos explicados en clase a las personas que lleguen tarde o no asistan a las sesiones. **Se entregará constancia de participación si se asiste al 100% de las sesiones.**

V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- STANTON, William J., ETZEL Michael y WALKER Bruce J. (2007). Fundamentos de Marketing. 14a. edición. México D.F. McGraw Hill Interamericana.
- RIES, Al y TROUT, Jack (2002). Posicionamiento. México D.F. Mc Graw Hill Interamericana.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Capítulo 15.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Fundamentos de Mercadotecnia. Capítulo 1. La mercadotecnia en un mundo cambiante: creación del valor y la satisfacción del cliente.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Cuantificación y pronóstico de la demanda del mercado.
- ALET, Josep, (2000). 1ra edición. Perú. Empresa Editora El Comercio. Capítulo 1. Marketing relacional. Concepto y contenido.
- SCHMITT, Bernd H. (2002). 1ra edición. Perú. Empresa Editora El Comercio. Capítulo 1. De características y ventajas a experiencias de clientes.
- RIES, Al y TROUT, Jack (1994). La guerra de la mercadotecnia. México D.F. Mc Graw Hill Interamericana.
- LINDSTROM, Martin. Buyology. Verdades y mentiras de por qué compramos.
- Sell your music (Mark W. Curran)
- How the music business works (Larry E. Wacholtz)
- Succeeding in music (John Stiernberg) (www.succeedinginmusic.com)
- Guerrilla music marketing handbook (Bob Baker) (www.thebuzzfactor.com)
- Making music, make money (Eric Beal)
- Music business handbook and career guide (David Baskerville)
- El problema de la música.
- Las matemáticas de Courtney Love
- ¿Es la música la clave del éxito?



VI. DATOS DE FACILITADOR



EMILIO PÉREZ DE ARMAS

Profesor de la
Universidad del
Pacífico

Posgrado:

ITAE, ESCUELA DE NEGOCIOS
MBA Executive (2015).

MATERIABIZ, ESCUELA DE NEGOCIOS:

Programa integral en gestión de empresas / Máster en
negocios integral (2014 - 2015).

Programa aplicado en gestión de empresas / Máster en
negocios aplicado (2013 - 2014).

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO:

Maestría en dirección de marketing y gestión comercial (2010
- 2012).

Pregrado:

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO:

Licenciado en administración de empresas (2009).

Bachiller en administración de empresas con concentración
comercial (1992 - 1997).

ANTARA, CENTRO DE FORMACIÓN MUSICAL:

Bajo la instrucción de Don Jorge Madueño Romero. Teoría
general de la música, entrenamiento auditivo y rítmico, armonía
funcional, piano armónico, guitarra armónica (1998 - 2001).





Universidad del Pacífico - Pabellón H
Jirón Sánchez Cerro 2121, Jesús María

(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

emprendeup.pe