



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Proyecto Musical I
CÓDIGO	:	MS100
CICLO	:	201701
CUERPO ACADÉMICO	:	Bacacorzo Diaz, Jorge Francisco Martin Garrido Lecca Alvarez Calderon, Manuel Felipe Ginocchio Donayre, Miguel Ángel Guerra Garcia, Pedro Robinzon Juárez Li, Jorge Alfonso Linares Weilg, Jorge Mata Becerra, Juan Alberto Raygada Frank, Oscar Adolfo Untiveros Villa, Eduardo Williams Albites, Carlos Eduardo Zamora Tapia, Britto Daniel
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	2 H (Laboratorio) Semanal /2 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Escuela de Musica

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Los cursos de Proyecto Musical tienen como propósito general desarrollar las diversas capacidades que el alumno ha perfeccionado a lo largo de su carrera; en ese sentido el curso está orientado a propiciar el espíritu de investigación, empresarial e innovación en el ámbito de la música. Por ello, el diseño del curso es uno sólo pero dividido en dos partes, conformadas de 7 fases, que requieren continuidad forzosa por parte del alumno. En el espíritu de incentivar la actividad empresarial desde el marco de las menciones propias de la escuela de música (Composición, Ejecución, Producción), los proyectos deberán presentar elementos de las tres menciones en la propuesta comercial a desarrollar. Por ejemplo, un grupo de trabajo decide realizar una producción fonográfica. En ese sentido, la composición, ejecución y producción del material encuentran fuerte vinculación en el desarrollo del producto. Sin embargo, la grabación de dicho material y su eventual impresión discográfica no supone el cumplimiento de los objetivos del curso. En su defecto, este cumplimiento se logra a través de la producción discográfica explicada anteriormente y la elaboración del Plan de Negocio que acompaña a dicha producción con el fin de hacerla económica y comercialmente viable. Complementariamente, el alumno inicia el desarrollo del Proyecto de Tesis que busca fomentar la investigación científica sobre diversos aspectos de la música en el Perú. De esta manera el graduado de la carrera de música puede optar por el título profesional de Licenciado en Música. En ese sentido, el objetivo del proyecto es desarrollar un plan de negocios integral para

un proyecto musical concreto y real (no teórico), entendiendo como proyecto musical lo siguiente: Cualquier actividad que involucre el desarrollo de actividades relacionadas con la producción musical, composición, ejecución, producción de espectáculos, distribución física y/o digital de material fonográfico, desarrollo tecnológico, servicios de gestión artística, y manufactura de cualquier accesorio o dispositivo para la realización de una actividad musical.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno establece la idea del producto o servicio musical y elabora la primera mitad del Plan de Negocios para implementar su proyecto. Así mismo, el alumno desarrolla los lineamientos general de su proyecto de tesis.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 UNIDAD 1.- Primera fase de proyecto musical

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno:

Desarrolla el primer avance del producto o servicio musical.

Determina, plantea y justifica el producto o servicio a desarrollar, estableciendo los lineamientos principales.

Construye la primera parte del marco teórico de su investigación, a partir del análisis de bibliografía especializada.

TEMARIO

Sobre el producto o servicio musical

- Plan de diseño de producto o servicio

- Primera entrega de producto o servicio.

Sobre el plan de negocios

-Justificación de la idea de negocio

-Descripción de la idea de negocio

-Explicación del modelo de negocio a través del Modelo Canvas

Sobre la investigación

-Marco teórico conceptual

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1 - 6

UNIDAD N°: 2 Segunda fase del proyecto musical

LOGRO

-Desarrolla el segundo avance del producto o servicio musical.

- Explica el mercado en donde su idea de negocio de desarrollará, articulando un análisis interno y externo de los factores a los que se verá expuesto, para concluir con estrategias concretas de negocio.

-Construye la segunda parte del marco teórico de su investigación, a partir del análisis de bibliografía especializada.

TEMARIO

Sobre el producto o servicio musical

- Avances del producto o servicio musical (acuerdos de entrega).

Sobre el plan de negocios

- Análisis de factores externos (análisis PESTLA) y del micro-entorno (Porter) (Oportunidades y amenazas)
- Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)
- Matriz FODA cruzada

Sobre la investigación

- Marco teórico conceptual (2da parte)

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 7 - 9

UNIDAD N°: 3 Tercera fase del proyecto musical**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno:

- Desarrolla el tercer avance del producto o servicio musical.
- Desarrolla un contexto histórico específico de acuerdo al tema planteado, que le permita comprender el sentido de su investigación.
- Establece los pilares estratégicos sobre los cuáles se regirá toda la actividad propuesta.

TEMARIO

Sobre el producto o servicio musical

- Avances del producto o servicio musical (acuerdos de entrega).

Sobre el plan de negocios

- Misión y Visión
- Valores del negocio
- Factores de éxito
- Objetivos estratégicos

Sobre la investigación

- Contexto histórico
- Desarrollo de cuestionarios para entrevistas

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 10 - 12

UNIDAD N°: 4 Cuarta fase del proyecto musical**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno

- Desarrolla el cuarto avance del producto o servicio musical

- Propone un plan del marketing integral evaluando factores de oferta y demanda, público objetivo, y precios, logrando plasmar estrategias de marketing, proyección de precios y objetivos y requerimientos de marketing específicos.
- Desarrolla las conclusiones del primer capítulo de su investigación.

TEMARIO

Sobre el producto o servicio musical

- Avances del producto o servicio musical.

Sobre el plan de negocios

- Diagnóstico del mercado
- Objetivos del plan de marketing
- Propuesta de valor
- Público objetivo
- Plan de ventas
- Proyección de precios
- Requerimientos de marketing
- Flujo de caja tentativo

Sobre la investigación

- Análisis comparativo de teorías sobre el tema de investigación.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 13 - 15

VI. METODOLOGÍA

El curso está diseñado para que cada alumno reciba asesorías personalizadas, en la cual se revisa y evalúa el avance respectivo de la semana. Por ello, las asesorías son obligatorias, pues le permite al alumno recibir una retroalimentación que le ayuda a desarrollar una mejor investigación, plan de negocios y producto musical.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$10\% (TB1) + 10\% (TB2) + 10\% (TB3) + 15\% (TB4) + 15\% (TB5) + 15\% (TF1) + 25\% (TB6)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	15
TB - TRABAJO	15
TF - TRABAJO FINAL	15
TB - TRABAJO	25

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	semana 7	investigación	NO
TB	TRABAJO	2	semana 7	negocios	NO
TB	TRABAJO	3	semana7	música	NO
TB	TRABAJO	4	semana 15	investigación	NO
TB	TRABAJO	5	semana 15	negocios	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	semana 15	música	NO
TB	TRABAJO	6	semana 16	exposición final	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

ANDERSON, David R.; RAMOS BÁEZ, José Cruz y ALTAMIRANO GARCÍA, Víctor, (2016) Métodos cuantitativos para los negocios. México, D.F. : Cengage Learning.

(658.4033 ANDE 2016)

BESLEY ScottBridgham, Eugene F., y otros (2016) Fundamentos de administración financiera. México, D. F.: Cengage Learning.

(658.15 BESL 2016)

FOPPIANO, Gino, (2016) Negocios musicales : ¿se puede vivir del arte en el Perú?. Lima : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

(780.0338 FOPP)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

ANDERSON, David R.; RAMOS BÁEZ, José Cruz y ALTAMIRANO GARCÍA, Víctor, (2016) Métodos cuantitativos para los negocios. México, D.F. : Cengage Learning.

(658.4033 ANDE 2016)

BESLEY ScottBridgham, Eugene F., y otros (2016) Fundamentos de administración financiera. México, D. F.: Cengage Learning.

(658.15 BESL 2016)

FOPPIANO, Gino, (2016) Negocios musicales : ¿se puede vivir del arte en el Perú?. Lima : Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

(780.0338 FOPP)