Modalidad **VIRTUAL**

Ciencia de la Comunicación
UAI

DIPLOMATURA EN

Gestión en la Industria Musical

Claves para entender y gestionar el negocio de la música en la era digital.

+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 96 horas.

Días y horarios:

Del 28 de abril al 29 de agosto de 2025.
Lunes y Miércoles de 18.00 a 21.00 Hs.

Aranceles:

Externos:
Matrícula: $50.000.-
Contado: $252.000.- o 5 cuotas de $65.000.-

Socios Club Nación / Socios Clarín 365:
Matrícula: $50.000.-
Contado: $201.600.- o 5 cuotas de $49.000.-

Comunidad UAI:
Matrícula: $50.000.-
Contado: $176.400.- o 5 cuotas de $42.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:
Matrícula: USD 50.-
Contado: USD 270.- o 5 cuotas de USD 70.-

(*) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Reglamento interno
Artículo 35: Modificación de los aranceles: La Universidad se reserva el derecho de modificar los aranceles de acuerdo a los incrementos que se produzcan en su estructura de costos y/o nuevos impuestos o contribuciones que pudieran afectar a la actividad con los límites que, en su caso, pudieran fijar las autoridades nacionales. Los aranceles especiales y gastos administrativos que fueran expresados en el presente Reglamento en valores constantes en pesos, sufrirán idéntico ajuste al que se determine para los aranceles de las carreras respectivas.

Requisitos:

Secundario completo.

Dirigido a:

Estudiantes avanzados de carreras afines y profesionales de la industria musical y del espectáculo. Productores, representantes y artistas emprendedores que desarrollen actividades en el mercado del entretenimiento.

Objetivos:

Comprender el ecosistema musical:
Los estudiantes adquirirán conocimientos sobre la cadena de valor de la música, incluyendo la producción, distribución, promoción y consumo. Para lo cual deberán poder analizar el análisis de métricas de reproducciones, además de ingresos por regalías y conciertos.

Enfoque general:

Gestión de Derechos y Regalías:
Los estudiantes aprenderán a gestionar derechos de autor, licencias y regalías. Para ello deberán comprender los marcos normativos de la actividad y sus diversas posibilidades.

Marketing y Promoción Musical:
Los estudiantes desarrollarán habilidades en marketing digital, redes sociales y estrategias de promoción específicas para la música. Para lo cual deberán analizar las tendencias de reproducción digital y proceder a la planificación de campañas.

Gestión de Eventos Musicales:
Los estudiantes aprenderán a planificar, organizar y ejecutar conciertos y festivales atendiendo a las particularidades legales, de logística y promoción de eventos.

Negociación y Contratos:
Los estudiantes se familiarizarán con los aspectos legales y contractuales de la industria musical, diferenciando los vínculos con sellos discográficos, con artistas y diferentes proveedores de servicios.

Contenidos:

Bloque 1
Introducción a la industria de la producción musical
Aspectos motivacionales de la profesión. Objetivos y metas del artista. Planificación y gestión de la carrera del artista musical. Los roles profesionales en las gestión de la carrera de un artista. El manager. El productor musical. El equipo de marketing. Jefe de prensa. Productor de espectáculos. Asesores legales y contables.

Bloque 2

La industria musical

La historia de la producción discográfica. Del modelo tradicional de grandes discográficas a los independientes. La monetización del fenómeno artístico. Detección de las cualidades diferenciales del artista musical para la generación de dividendos. Procesos para la gestionar ingresos y el cuidado de la obra. Selección de plataformas acordes a la obra del artista. Planificaciones de publicación de contenido para el lanzamiento del producto. Protección de la obra, derecho de autor/compositor/intérprete.

Bloque 3

Creación de la marca personal

Identificación de cualidades únicas en una industria altamente competitiva. Del reconocimiento de las cualidades para destacarse dentro de la industria la construcción de un proyecto de acción en la vida profesional. Creación de una estrategia digital para el lanzamiento de un single o disco. Identificación del público "ideal" para la obra de determinado artista. Planificación de objetivos y metas. Definición de la estrategia. Evaluación de la estrategia en términos cuantitativos y cualitativos. El agente de prensa y actividades presenciales: ponerle cara al proyecto.

Bloque 4

Gestión musical

Definición de objetivos a corto, mediano y largo de un artista.Crear estrategias de marketing es clave para promocionar la música ganando espacio en la industria, medios fidelizando la audiencia. Incorporación a la industria. Pre producción, producción y mediciones de impacto de eventos, shows, conferencia y participaciones la escena musical. La colaboraciones. La importancia de un presupuesto. Costos necesarios para la realización de la producción musical, marketing, prensa, diseño, pauta, videos clips, redes entre otros. El emprendedor en la industria. Sustentabilidad del proyecto.

Directora:

Lic. Lorena Martínez. Lic. en Periodismo.
Periodista, Productora de radio & TV, docente en Comunicación. CEO en LMZ Comunicación. Agencia de PR & Comunicación para artistas. Más de 20 años trabajando en la Industria de la Música.

Docentes participantes:

Lic. Carlos Prat. Lic. en Periodismo
Guillermo Gilabert. Locutor.
Vanesa Durañona. C.omunicación & Marketing

Contacto:

uai.extension@uai.edu.ar

Envianos un mensaje en WhatsApp:

+ 54 9 11 5594 9903

+ 54 9 11 2660 3030