



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: MERCADO MUSICAL, EDITORIAL Y DE LAS ARTES ESCÉNICAS		
POSTGRADO: MÁSTER UNIVERSITARIO EN PROPIEDAD INTELECTUAL Profesor/a: Aurora Tactuk	ECTS: 6	CUATRIMESTRE: 2 2018/2019

SESIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN (En su caso, incluir las recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES Fecha Nombre Profesor/a	HORAS TRABAJO Semana Máximo 7 H
1ª	MERCADO MUSICAL Y EDITORIAL - INTRODUCCIÓN. SITUACIÓN EN ESPAÑA Y PANORAMA INTERNACIONAL.	El profesor, las tareas y el horario concreto se especificaran al inicio del cuatrimestre		
2	EL ESCRITOR Y EL MERCADO DE LA EDICIÓN LITERARIA			
3	ASPECTOS PRÁCTICOS EDICIÓN LITERARIA (I) Principales contratos y especial referencia al libro electrónico			
4	ASPECTOS PRÁCTICOS EDICIÓN LITERARIA (II) GESTIÓN COLECTIVA.			
5	PRENSA Y PROPIEDAD INTELECTUAL Mercado tradicional y digital. Press Clipping			
6	ASPECTOS PRÁCTICOS EDICIÓN LITERARIA (III): DEPÓSITO LEGAL, ISBN, AUTOPUBLICACIONES, CONCURSOS LITERARIOS, AGENTES LITERARIOS, ETC.			



7	INDUSTRIA DISCOGRÁFICA. PRINCIPALES CONTRATOS (I) EL CONTRATO DE ARTISTA			
8	INDUSTRIA DISCOGRÁFICA. PRINCIPALES CONTRATOS (II) LICENCIAS EXCLUSIVAS.			
9	CREACIÓN DE LA OBRA MUSICAL: DE LA CONCEPCIÓN ARTÍSTICA A LA FIJACIÓN			
10	EDICIÓN MUSICAL. (I) EL EDITOR MUSICAL Y SUS ASOCIACIONES			
11	EDICIÓN MUSICAL. (II) PRINCIPALES CONTRATOS			
12	INDUSTRIA DISCOGRÁFICA. PRINCIPALES CONTRATOS (III) Artistas independientes – Acuerdos de Distribución física y digital			
13	INDUSTRIA DISCOGRÁFICA. PRINCIPALES CONTRATOS (IV) COLABORACIONES, LICENCIAS NO EXCLUSIVAS SINCRONIZACIONES			



14	MÚSICA Y DERECHO DE TRANSFORMACIÓN: PLAGIOS, COVERS, SOUND ALIKE, etc.			
15	INDUSTRIA DISCOGRÁFICA. PRINCIPALES CONTRATOS (V) PRODUCCIÓN ARTÍSTICA Y EJECUTIVA. VIDEOCLIPS, REMIXES/ FOTÓGRAFOS			
16	SGAE Y MERCADO MUSICAL y EDITORIAL y de las ARTES ESCÉNICAS			
17	COMPAÑÍAS DISCOGRÁFICAS. FUNCIONAMIENTO Y CIFRAS DE MERCADO			
18	EL ARTISTA Y EL MERCADO DE LA INDUSTRIA MUSICAL			
19	MÚSICA Y ENTORNO DIGITAL - ASPECTOS PRÁCTICOS (I) Introducción - nuevas tecnologías y los procesos de la industria: Almacenaje (grabación), Procesamiento (formato), Difusión (puesta a disposición), Marketing y promoción (CRM, consumer insight)			
20	CASO PRÁCTICO: REDACCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS (I)			
21	MÚSICA Y ENTORNO DIGITAL - ASPECTOS PRÁCTICOS (II) Fenómeno YouTube (PLATAFORMAS P2P, APPS Y MEMES CON CONTENIDO MUSICAL, REVENTA DE MP3S, MÚSICA Y REDES SOCIALES, ETC.)			



22	MÚSICA Y ENTORNO DIGITAL - ASPECTOS PRÁCTICOS (III) ACUERDOS CON LAS DISTINTAS PLATAFORMAS, SERVICIOS DE PAGO Y ADD SUPPORTED, ETC.			
23	ASOCIACIONES Y GESTIÓN COLECTIVA DE DERECHOS DE PRODUCTORES FONOGRAFICOS (PROMUSICAE, AGEDI, OCR)			
24	CASO PRÁCTICO: REDACCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS (II)			
25	MERCADO MUSICAL. CASOS Y PROCEDIMIENTOS			
26	MANAGEMENT ARTISTAS (I) FUNCIONES Y ASPECTOS PRÁCTICOS			
27	ARTES ESCÉNICAS (I) CONTRATO DE REPRESENTACIÓN TEATRAL Y EJECUCIÓN MUSICAL – ASPECTOS LEGALES			
28	MANAGEMENT ARTISTAS (II) PRINCIPALES CONTRATOS			
29	ARTES ESCÉNICAS (II) NORMATIVA GRAL. SOBRE ESPECTÁCULOS PÚBLICOS Y RELACIÓN LABORAL ESPECIAL DE ARTISTAS.			
30	PIRATERÍA EN EL MERCADO MUSICAL Y EDITORIAL			



31	ARTES ESCÉNICAS (III) PROCESO DE GESTACIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPECTÁCULOS ESCÉNICOS			
32	CASO PRÁCTICO: REDACCIÓN Y NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS (III)			