



ESIBE ESCUELA
IBEROAMERICANA
DE POSTGRADO



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



FORMACIÓN ONLINE

Maestría Internacional en Manager Musical



ESIBE Formación Online



ESIBE se basa en una
metodología
completamente a la vanguardia
educativa

SOBRE ESIBE

ESIBE nace del afán por crear un punto de encuentro entre Europa, en concreto Latinoamérica.

A raíz de este reto, desarrollamos una nueva oferta formativa, marcada por en línea y unos contenidos de gran calidad que te permitirán obtener los conocimientos que necesitas para especializarte en tu campo.

Además, hemos diseñado para ti un campus con la última tecnología en sistemas que recoge todos los materiales que te serán útiles en tu adquisición de nuevas

Las Titulaciones acreditadas por ESIBE pueden certificarse con la Apostilla (Certificación Oficial de Carácter Internacional que le da validez a las Titulaciones en más de 160 países de todo el mundo).

Hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado puede superar de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que cubrimos todas las áreas del saber y, con la garantía de aprender las habilidades y conocimientos realmente demandados en el mercado laboral.

Nuestro centro forma parte del grupo educativo Euroinnova, líder en el sector gracias a su contenido de calidad e innovadora metodología con 20 años de experiencia. ESIBE cuenta con el respaldo de INESEM, reconocida escuela de negocios Euroinnova, centro formativo con más de 300.000 alumnos de los cinco continentes. Además, ESIBE imparte formaciones avaladas por Universidades de prestigio como Universidad Nebrija, Universidad Europea Miguel de Cervantes o Universidad E-Campus.

No somos solo una escuela, somos el lugar ideal donde formarte.

Maestría Internacional en Manager Musical



DURACIÓN:
1.500 horas



MODALIDAD:
Online



PRECIO:
A consultar
(Sujeto a política de becas)

CENTRO DE FORMACIÓN:

ESIBE
Escuela Iberoamericana de Postgrado



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Manager Musical con 1500 horas expedida por ESIBE (Escuela Iberoamericana Postgrado) como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Val a Nivel Internacional

Una vez finalizada la formación, el alumnado recibirá por parte de ESIBE vía correo postal, la titulación que acredita con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, su duración, el nombre y DNI, el nivel de aprovechamiento que superación de las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de las instituciones q formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional a Distancia de la UNESCO)



Descripción

La representación y gestión de artistas y deportistas representa una gran oportunidad de negocio, ya que actualmente esta actividad profesional está en auge y con una elevada demanda de profesionales altamente cualificados. Por medio de la Maestría Internacional en Manager Musical se ofrecen al alumnado los conocimientos y habilidades profesionales adecuadas para afrontar los diferentes desafíos a los que se enfrenta en su día a día el representante de deportistas y artistas.

Objetivos

Entre los principales objetivos a alcanzar a lo largo del presente master en representación y gestión de artistas y deportistas destacan los siguientes:

- Analizar el concepto de branding y gestión de marca.
- Definir la marca personal y diseñar un plan de comunicación.
- Conocer y aplicar las principales técnicas de Copywriting.
- Gestión de la marca personal en el entorno online.
- Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa.
- Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas.
- Adquirir todas las técnicas y conocimientos sobre redes sociales.
- Introducir el coaching como una alternativa que modifique el estilo de vida personal del coachee, ofreciendo un cambio de la calidad de vida.
- Impulsar el desarrollo personal derivado de implantar una cultura de coaching.
- Conocer la función de las administraciones públicas, entre las cuales se encuadran las entidades deportivas.
- Determinar las obligaciones y derechos con los que cuentan estas entidades dentro del Proceso Administrativo.
- Determinar el papel de las administraciones públicas.
- Analizar la gestión de los distintos ámbitos de las artes plásticas y audiovisuales.
- Conocer el marco jurídico español sobre la propiedad intelectual.
- Afianzar conceptos y principios básicos relacionados con la propiedad intelectual.
- Conocer todo lo referente sobre el IRPF.
- Realizar labores relacionadas con el IVA o impuesto sobre sociedades.

A quién va dirigido

La Maestría Internacional en Manager Musical está dirigida a profesionales y estudiantes del ámbito del marketing, las relaciones públicas y otros ámbitos afines interesados en formarse en esta materia, y acceder a un mercado laboral.

potencial de desarrollo, en el que se da una elevada demanda de profesionales cualificados. Igualmente, se dirige a quienes quieran formarse en esta materia para orientar su carrera profesional a este sector.

Para qué te prepara

Gracias a la Maestría Internacional en Manager Musical podrás adquirir los conocimientos y competencias profesionales en diferentes campos de actividad directa o indirectamente relacionados con la función de representación de artistas y profesionales, de forma que puedas alcanzar una perspectiva profesionalizada, realista y versátil sobre este ámbito profesional.

Salidas Laborales

Representante de artistas, representante de deportistas, representante profesional, representación y gestión de artistas, representante de actores, representantes de cantantes, representante de futbolistas.

Materiales Didácticos

El alumno recibe un email con las Claves de Acceso al CAMPUS VIRTUAL en el que va a poder acceder al contenido didáctico, así como las evaluaciones, vídeos explicativos, etc. así como a contactar con el tutor de la línea quien le va a ir resolviendo cualquier consulta o duda que le vaya surgiendo tanto por email, chat, teléfono, etc.

Formas de Pago

- Tarjeta,
- Paypal

Otros: Otras formas de pago adaptadas a cada país a través de la plataforma de pago Ebanx.

Llama al teléfono
(+34) 958 99 19 19 e infórmate
de los pagos a plazos sin
intereses que hay disponibles



Financiación

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de tu actividad de tu ámbito.

Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas de responsabilidad en el sector.

Nuestra Metodología

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora e sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito. Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran comunidad educativa, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Por qué estudiar en ESIBE



Formación en Línea

Organiza tu propio tiempo.



Apostilla de la Haya

Certifica tu titulación en países extranjeros.



Calidad Europea

Formación especializada.



Contenido Actualizado

Revisamos de forma continua nuestro temario.



Campus Virtual

Plataforma con los últimos desarrollos del sector e-Learning.



Amplia Oferta Formativa

Encuentra la formación que se adapta a ti.

Valores ESIBE



Compromiso

En ESIBE, nuestros alumnos son lo más importante y, comiences tu formación con nosotros estaremos a tu lado para lograr tu máximo desarrollo profesional y personal.



Excelencia

Nuestros contenidos son de máxima calidad, ofreciéndote una oportunidad única de formación y crecimiento que te permitan alcanzar puestos de gran responsabilidad en tu sector.



Unidad

Juntos, somos mucho más fuertes. Detrás de ESIBE hay un equipo multidisciplinar que suma sus fuerzas para conseguir sinergias que beneficien de forma directa a nuestros alumnos.



Adaptabilidad

Queremos facilitarte tu aprendizaje, por eso, tú marca tu propio ritmo.



Innovación

ESIBE se sustenta en una cultura con un carácter innovador y diferenciado, promoviendo el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para el estudio y aprendizaje.



Flexibilidad

Tu tiempo es valioso para nosotros y, con el fin de que puedas compaginar tu formación, te proporcionamos la flexibilidad que necesitas, pudiendo realizar tu formación en cualquier momento del día.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

MÓDULO 1. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL: PERSONAL BRANI

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA MARCA

1. ¿Qué es una marca?
2. Naturaleza y estructura de la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Valor de marca: Brand Equity
3. Marcas corporativas y marca producto

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA MARCA

1. Métodos tradicionales de comunicación
2. La marca en el medio online
3. Comunicación visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE MARCA

1. Modelo de arquitectura de marcas
2. El brand manager como gestor
3. Brand meaning management - identidad de marca
4. El storytelling
5. Branded content y product placement
6. Personal branding - cómo crear tu propia marca
7. Otras manifestaciones - cool hunting, detección de insight
8. El packaging

9. Merchandising o la marca convertida en producto
10. Servicios de información tecnológica de la OEPM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL PERFIL EN LINKEDIN

1. Introducción
2. Navegación
3. Plantear una estrategia
4. Creación y diseño del perfil
5. Información profesional
6. Networking y grupos
7. Consejos para aumentar la visibilidad
8. Búsqueda de empleo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado "Sobre mí"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PRODUCTIVIDAD PERSONAL

1. Introducción
2. Clasificación de tareas
3. Procrastinación
4. Getting things done
5. Gestión de reuniones
6. El coste de oportunidad
7. Timeblocking
8. Extensiones de Chrome para aumentar la productividad

MÓDULO 2. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Teorías de la comunicación según el contexto

3. Obstáculos comunicativos

4. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación

2. Proceso de escucha

3. Importancia de la empatía en la comunicación

4. Reformulación de comunicaciones

5. Cómo lograr la aceptación incondicional

6. La habilidad de personalizar

7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa

2. Proceso y elementos de la comunicación

3. La calidad de las comunicaciones empresariales

4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas

5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral

2. Formación en comunicación de los directivos

3. Organización de actos públicos

4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo

2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral

2. Características y teorías de la motivación laboral

3. Liderazgo y motivación

4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación

2. Características generales de la negociación

3. Elementos fundamentales

4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación

2. Técnicas y tácticas de negociación

3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 3. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CO CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 4. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización

- 7.Gestión de comentarios
- 8.Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

- 1.Introducción
- 2.Información básica del perfil
- 3.Instagram Direct
- 4.Gestión de comentarios
- 5.Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

- 1.Definir la estrategia
- 2.Cuentas específicas
- 3.Identificación del equipo
- 4.Definir el tono de la comunicación
- 5.Protocolo de resolución de problemas
- 6.Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
- 7.Monitorización
- 8.Gestión, seguimiento y fidelización
- 9.Medición de la gestión de atención al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS RELACIONES PÚBLICAS

- 1.Concepto y definición de relaciones públicas
- 2.Elementos de las relaciones públicas
- 3.Análisis de los públicos
- 4.El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
- 5.Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
- 6.La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
- 7.La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
- 8.Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1.Introducción y planteamiento general
- 2.Consideraciones preliminares
- 3.La personalización de las relaciones con la prensa
- 4.Negociación de las partidas y noticiabilidad
- 5.Gestión y coordinación
- 6.Desarrollo del trabajo del gabinete

MÓDULO 5. GESTIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS TÉCNICAS PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

- 1.Técnicas plásticas
- 2.Técnicas audiovisuales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN AUDIOVISUAL

1. Conceptos esenciales del lenguaje audiovisual
2. Concepto de realización
3. Las Instituciones de Microcréditos
4. Las finanzas en la economía y el desarrollo
5. Conceptos de la fotografía cinematográfica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS TÉCNICOS CINEMATOGRAFICOS Y VIDEOGRAFICOS

1. Medios técnicos cinematográficos
2. Soportes y formatos cinematográficos
3. Medios técnicos videográficos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NARRACIÓN AUDIOVISUAL

1. Los códigos visuales y sonoros
2. El tiempo y el espacio
3. La continuidad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRODUCCIÓN DE LAS ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

1. Arte y producción
2. La producción audiovisual
3. Recogida y adquisición de documentos
4. Tipos de producto cinematográfico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN PLÁSTICA Y AUDIOVISUAL

1. Fomento de la diversidad cultural
2. Del concepto audiovisual al concepto multimedia
3. Difusión de contenidos audiovisuales
4. Ámbitos de aplicación de los contenidos multimedia

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN LAS ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

1. Los medios de financiación
2. Financiación directa
3. Financiación indirecta
4. Financiación pública
5. La producción propia y la producción asociada

UNIDAD DIDÁCTICA 8 .UN MUNDO GLOBALIZADO

1. ¿De dónde y cuando surge el término?
2. Características principales de la globalización
3. Contexto político
4. Sociedad y cultura
5. Cultura
6. Conclusiones

MÓDULO 6. LA PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Concepto

2.Marco legal

3.Medidas tecnológicas de protección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPIOS BÁSICOS LPI

1.La originalidad y expresión de la idea

2.Los autores

3.Derechos morales

4.Derechos de explotación

5.Reproduccion de las obras

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN

1.Introducción

2.Políticas generales y concienciación

3.Inventario software

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SANCIONES

1.Infracciones muy graves

2.Infracciones graves

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHO Y FISCALIDAD DE LA EDICIÓN

1.Aspectos legales relativos al mercado editorial

2.Propiedad literaria y artística

3.Derechos y contratos de la edición

4.Propiedad intelectual: derechos de texto y derechos de imagen

5.Registros de la propiedad intelectual, ISBN e ISSN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL DE IMÁGENES

1.Normativa de aplicación

2.Como registrar las imágenes propias

3.Derechos de reproducción y uso

4.Derechos de manipulación

5.Creative Commons

UNIDAD DIDÁCTICA 7. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PROPIEDAD INTELECTUAL

1.Definición de redes sociales

2.Aspectos legales en redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROPIEDAD INTELECTUAL Y MARKETING DIGITAL

1.Consideraciones previas. Amparo constitucional

2.Las fuentes del marketing digital

3.Propiedad intelectual y marketing digital

MÓDULO 7. LA FIGURA DEL MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL ORIGEN DE LAS PRODUCTORAS DISCOGRÁFICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL REPRESENTANTE ARTÍSTICO O DE ZONA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DERECHOS Y OBLIGACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLÁUSULAS DE EXCLUSIVIDAD Y PERMANENCIA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXTINCIÓN DE CONTRATOS