

Máster en Creación Artística Contemporánea



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Creación Artística Contemporánea



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Creación Artística Contemporánea con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

EDUCA BUSINESS SCHOOL
como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER

Con Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la UNEDCO (Barr. Piedad 1044)

Descripción

El Máster en Creación Artística Contemporánea responde a la creciente demanda de profesionales capacitados para liderar la industria creativa y cultural, un sector en pleno auge y con amplias oportunidades laborales. A través de este programa, te dotarás de habilidades clave en gestión cultural y artística, adquiriendo un profundo conocimiento de técnicas plásticas y audiovisuales, así como estrategias de financiación y marketing cultural. Además, explorarás la creación y gestión de empresas dentro del ámbito artístico, abordando desde la industria musical hasta la producción cinematográfica. Este máster online te brindará la flexibilidad necesaria para desarrollar tus capacidades en un entorno globalizado, preparándote para ser un innovador en el ámbito artístico contemporáneo. Conviértete en un referente en el mundo del arte y su gestión, ampliando tus horizontes profesionales y creativos.

Objetivos

- Desarrollar habilidades técnicas en técnicas plásticas y audiovisuales. - Aplicar conceptos de gestión audiovisual en proyectos artísticos. - Utilizar medios técnicos cinematográficos en la creación de obras. - Diseñar narrativas audiovisuales efectivas y creativas. - Planificar la producción de proyectos plásticos y audiovisuales. - Analizar estrategias de marketing en industrias creativas. - Gestionar la financiación de proyectos artísticos y audiovisuales.

Para qué te prepara

El Máster en Creación Artística Contemporánea está diseñado para profesionales y titulados en el ámbito de las artes plásticas, audiovisuales y escénicas que buscan profundizar en la gestión cultural, producción cinematográfica y musical, así como en el marketing cultural. Este programa ofrece una formación avanzada en técnicas plásticas, estrategias de financiación y planificación empresarial en la industria creativa.

A quién va dirigido

El Máster en Creación Artística Contemporánea te capacita para enfrentar los desafíos del arte y la gestión cultural actual. Adquirirás habilidades en técnicas plásticas y narración audiovisual, mientras que el módulo de gestión cultural te permitirá comprender la producción y financiación de proyectos. Además, aprenderás a crear y gestionar tu propia empresa dentro de la industria creativa, desarrollando estrategias de marketing y planificación económica. Así, estarás preparado para innovar y liderar proyectos en un mundo globalizado.

Salidas laborales

'- Artista visual en galerías y exposiciones - Comisario de arte en museos - Productor audiovisual en cine y televisión - Gestor cultural en instituciones y festivales - Emprendedor en industrias creativas - Consultor de marketing cultural - Editor de publicaciones artísticas - Director de proyectos escénicos - Técnico en grabación musical - Coordinador de eventos culturales

TEMARIO

PARTE 1. GESTIÓN CULTURAL Y ARTÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS TÉCNICAS PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

1. Técnicas plásticas
 1. - Estudio de lo pictórico
 2. - Lo escultórico
2. Técnicas audiovisuales
 1. - La realización audiovisual

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONCEPTOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN AUDIOVISUAL

1. Conceptos esenciales del lenguaje audiovisual
2. Concepto de realización
3. Las Instituciones de Microcréditos
 1. - Características de las Instituciones de Microfinanzas
 2. - Metodologías utilizadas por las Instituciones de Microcréditos
4. Las finanzas en la economía y el desarrollo
5. Conceptos de la fotografía cinematográfica
 1. - Elementos de fotografía cinematográfica
 2. - El color y la textura

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS TÉCNICOS CINEMATOGRÁFICOS Y VIDEOGRÁFICOS

1. Medios técnicos cinematográficos
 1. - La cámara de cine
2. Soportes y formatos cinematográficos
 1. - Formatos de rodaje
3. Medios técnicos videográficos
 1. - La cámara de video

UNIDAD DIDÁCTICA 4. NARRACIÓN AUDIOVISUAL

1. Los códigos visuales y sonoros
 1. - Por tamaño de encuadre
 2. - Por altura
 3. - El uso del color
 4. - Por perspectiva
 5. - Por movimiento
2. El tiempo y el espacio
 1. - La composición
3. La continuidad
 1. - El eje cinematográfico
 2. - La elipsis
 3. - El sonido

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRODUCCIÓN DE LAS ARTES PLÁSTICAS Y AUDIOVISUALES

1. Arte y producción
 1. - Diversidad
 2. - Integralidad
 3. - Sostenibilidad
 4. - La literatura en el campo artístico
2. La producción audiovisual
 1. - Fases de la producción audiovisual
 2. - Contratos de producción
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
 1. - Campos de las artes
 2. - Enfoques de la educación artística
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
 1. - Economía globalizadora
 2. - Avances tecnológicos
4. Sociedad y cultura
 1. - Sociedad de masas y sociedad de consumo
5. Cultura
6. Conclusiones

PARTE 2. GESTIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA Y CULTURAL

MÓDULO 1. CREACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

1. Evaluación del potencial emprendedor
2. Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa

3. Empoderamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE EMPRESA

1. Identificación de oportunidades e ideas de negocio
2. Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio
3. Análisis del entorno de la empresa
4. Análisis de decisiones previas
5. Plan de acción

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN EMPRESAS

1. Planificación y marketing
2. Determinación de la cartera de productos
3. Gestión estratégica de precios
4. Canales de comercialización
5. Comunicación e imagen de negocio
6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Características y funciones de los presupuestos
2. El presupuesto financiero
3. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
4. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
5. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales
6. Memoria
7. Ejercicio Resuelto. Cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio Neto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN UNA EMPRESA

1. Componentes básicos de una empresa: Recursos Materiales y Humanos
2. Sistemas: planificación, organización, información y control
3. Recursos económicos propios y ajenos
4. Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
5. La estructura organizativa de la empresa
6. Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa
7. Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios
8. Control de gestión de la empresa
9. Identificación de áreas críticas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O EMPRESA

1. Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
2. Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de la empresa
3. Rentabilidad de proyectos de inversión: VAN y TIR
4. Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero
5. Ejercicio Resuelto. Rentabilidad y Viabilidad del Negocio o Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DE UNA EMPRESA

1. Clasificación de las empresas
2. Tipos de sociedades mercantiles más comunes en empresas
3. La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social
4. La elección de la forma jurídica de la empresa
5. Ejercicio Resuelto: Obligaciones contables y fiscales de las Empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLAN DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio
2. Previsión y planificación económica
3. La búsqueda de financiación
4. Presentación del plan de negocio y sus fases
5. Instrumentos de edición y presentación de la información
6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
7. Ejercicio Resuelto. Plan de Negocio de la Empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN UNA EMPRESA

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
2. La seguridad social: Altas, bajas, inscripción de la empresa, cese de trabajadores
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de empresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
5. Los seguros de responsabilidad civil en empresas
6. Trámites telemáticos en el Sistema CIRCE

MÓDULO 2. SECTORES ECONÓMICOS DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDUSTRIA MUSICAL

1. La Industria Musical: Introducción
2. Obras musicales
3. Editor musical y productor fonográfico
4. Artistas intérpretes
5. Videoclips y sincronizaciones
6. Mánagers y promotores de conciertos. Contratos 360º
7. Entidades de Gestión en la Industria Musical
8. Nueva Directiva sobre los derechos de autor en el mercado único digital 2016/0280 y su aplicación a los autores, artistas e intérpretes
9. Video tutorial: Estatuto del Artista

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y TEATRAL

1. La Ley del Cine y su Reglamento
2. Obras cinematográficas
3. Coautores de obras audiovisuales
4. Contratación audiovisual y Contrato en la Industria Cinematográfica. Coproducción Audiovisual y

Cinematográfica

5. Productores cinematográficos
6. Financiación de obras cinematográficas
7. Formatos televisivos
8. La industria del cine en España. Entidades de gestión
9. Obras teatrales y dramático-musicales. Obras de Gran Derecho en SGAE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EDITORIALES Y PRENSA

1. La Industria editorial: Aproximación
2. Empresas editoriales
3. Contrato Editorial
4. El Derecho de Traducción
5. Prensa y Propiedad Intelectual
6. La tasa Google

UNIDAD DIDÁCTICA 4. VIDEOJUEGOS, SOFTWARE E INTERNET COMO SECTOR ECONÓMICO EN LA PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Software
2. Videojuegos
3. Páginas Web
4. Medidas tecnológicas de protección en la LPI
5. Bases de datos
6. Video Tutorial: Jurisprudencia aplicada al sector

MÓDULO 3. GESTIÓN DE FESTIVALES DE MÚSICA EN DIRECTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÚSICA EN DIRECTO. LOS FESTIVALES EN LA ACTUALIDAD

1. Contextualización
2. Historia de los festivales en España
3. Factores clave en los festivales musicales
4. Misión y orientaciones de un festival
5. Impacto turístico
6. Impacto económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE FESTIVALES

1. Aspectos a tener en cuenta
2. Actividades clave a la hora de organizar un festival de música
3. Pasos a seguir para la organización de un festival de música

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS TÉCNICOS

1. Derechos de autor y SGAE
2. Grabación de las actuaciones
3. Derechos de imagen
4. Web del festival
5. Permisos, licencias y seguros

6. Marca registrada

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATACIÓN

1. Tipo de contratación
2. Proceso de contratación
3. Contratación de artistas extranjeros
4. Estructura de un contrato por parte de la organización
5. Contratación pública: Licitaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA DE FESTIVALES

1. Ingresos, gastos y presupuesto
2. Políticas de precios y abonos
3. Patrocinadores
4. Reventa de entradas
5. IVA y control de facturas
6. Incentivos fiscales para la música en directo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSUMIDORES Y USUARIOS: NORMATIVA DE APLICACIÓN EN EL SECTOR

1. Derechos del público
2. Protección de datos
3. Hojas de reclamación y denuncias ante Consumo

PARTE 3. MARKETING CULTURAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DE MERCADO DE PRODUCTOS CULTURALES

1. Caracterización de la programación cultural
2. Técnicas para el conocimiento del medio y de las organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING CULTURAL

1. Técnicas de comunicación en las actividades culturales
2. Tipología de elementos que intervienen en la política de marketing:
3. Procedimientos de elaboración del plan de marketing:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y MARKETING CULTURAL

1. Protocolos de coordinación entre las acciones de marketing y los objetivos programados
2. Procedimientos de desarrollo de acciones de marketing cultural para productos intangibles
3. Metodología para el desarrollo de campañas de promoción de productos culturales:
4. Técnicas de análisis y selección de medios de comunicación:

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS Y ACCIONES VINCULADOS AL MARKETING CULTURAL

1. Sistemática de formulación de objetivos de control del plan de marketing teniendo como referencia la consecución de los objetivos

2. Métodos para el control y seguimiento de las decisiones y acciones en los planes de marketing
3. Metodologías para valorar el grado de satisfacción del cliente
4. Técnicas de seguimiento de presupuestos
5. Identificación de variables de control en las acciones de marketing
6. Desarrollo de indicadores de impacto y eficacia de las acciones de marketing
7. Adaptación de herramientas de cálculo para su utilización en acciones de marketing cultural
8. Técnicas de tabulación e interpretación de resultados
9. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones en el programa: planes de contingencia
10. Procedimientos para la detección y gestión de implantación acciones de mejora
11. Protocolos para la elaboración, estructuración y presentación de informes de seguimiento con los resultados obtenidos, destinados a responsables de las políticas culturales

PARTE 4. PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS DEPARTAMENTOS DE UNA PRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA

1. Introducción a los departamentos de producción
2. El departamento de producción
 1. - Componentes principales
 2. - Diferencias de estas figuras en Estados Unidos y Europa
3. El resto de departamentos de una producción
 1. - Departamento de dirección
 2. - Departamento de fotografía
 3. - Departamento de sonido
 4. - Departamento de escenografía
 5. - Departamento de vestuario
 6. - Departamento de maquillaje y peluquería
 7. - Departamento de efectos especiales
 8. - Departamento de postproducción

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PRODUCCIÓN

1. Introducción a la producción
2. Etapas de la preproducción
 1. - La selección del guion literario
 2. - Los personajes
 3. - Análisis del guion
 4. - Estimación de costes
 5. - Elaboración de un presupuesto orientativo
 6. - Adquisición de los derechos de transformación del guion
 7. - Contratación de jefes de departamento y sus funciones
 8. - Resto del equipo técnico y artístico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PRESUPUESTO

1. Introducción al presupuesto
2. Términos relevantes
3. Elaboración del presupuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PREPARANDO LA BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN: EL DOSSIER

1. La importancia de un dossier
2. PARTES DE UN DOSSIER
 1. - La portada
 2. - Pitch
 3. - La sinopsis
 4. - Tratamiento
 5. - El guion
 6. - Memoria
 7. - Influencias
 8. - Varios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN

1. Introducción a los medios de financiación
2. Financiación directa
3. Financiación indirecta
4. Financiación pública
 1. - Ayudas y subvenciones
5. La producción propia y la producción asociada
6. La coproducción
7. Product placement y Merchandising
8. Nuevas formas de financiación: el crowdfunding

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PRODUCCIÓN

1. Introducción a la producción
2. Supervisión del rodaje
3. Control de gastos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA POSTPRODUCCIÓN

1. Introducción de la postproducción
2. El laboratorio
3. El montaje
4. El etalonaje
5. Efectos
6. La sonorización y postproducción de sonido

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA EXHIBICIÓN

1. Introducción
2. El distribuidor
3. El exhibidor
4. Relación entre las Distribuidoras y los Exhibidores Cinematográficos
5. Marketing
 1. - La industria cinematográfica
 2. - El cine como producto

3. - Marketing y ocio
4. - El Marketing Mix

PARTE 5. GESTIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CULTURA, PENSAMIENTO Y SOCIEDAD

1. Aproximación a los conceptos
 1. - La cultura humana
2. La sociedad de la información
 1. - Modelo de la sociedad de la información
3. Los nuevos movimientos sociales
4. La hegemonía cultural
 1. - Comunicación y poder

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA Y REPERTORIO DE LA MÚSICA

1. Concepto de Historia de la Música
 1. - Periodización de la Historia de la música
 2. - La música antes de la Edad Media
 3. - La música en la Edad Media
 4. - Renacimiento musical
 5. - Barroco musical
 6. - Romanticismo en Europa
 7. - La ópera romántica
2. Géneros, estilos y anotación
 1. - Género
 2. - Estilos
 3. - La notación musical

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HISTORIA Y REPERTORIO DE LA DANZA

1. Conocimiento de la danza
2. Evolución de la danza a lo largo de la Historia
 1. - La danza en la Prehistoria y en el mundo antiguo
 2. - La danza en la Edad Media
 3. - La danza en el Renacimiento (siglos XV y XVI)
 4. - La danza en el Barroco (siglo XVII)
 5. - Siglo XIX: ballet romántico y técnica escénica
 6. - La danza moderna
3. La danza española

UNIDAD DIDÁCTICA 4. HISTORIA Y REPERTORIO DEL TEATRO

1. Origen del teatro y periodo clásico
 1. - Teatro griego
 2. - Teatro romano
2. El teatro en la Edad Media y el Renacimiento
3. El teatro en la Modernidad

1. - Las vanguardias
4. Teatro Contemporáneo y Posmodernidad
 1. - Teatro épico: Bertolt Brecht

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRODUCCIÓN MUSICAL Y ESCÉNICA

1. La actividad musical y sus productos
 1. - Productos de la música
2. El estudio de grabación
 1. - Ingeniero de grabación
 2. - Claves para grabar en casa
3. Gestión de festivales
 1. - Producción de festivales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISTRIBUCIÓN MUSICAL Y ESCÉNICA

1. La distribución en España
 1. - El producto escénico
 2. - El caché y la entrada
2. CRC: circuitos, redes y catálogos
3. Estructura de los canales de distribución escénica
 1. - Finalidad material de la distribución escénica

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INFRAESTRUCTURAS Y TÉCNICA ESCÉNICA

1. Instalaciones para eventos temporales
 1. - Consideraciones generales durante el montaje, utilización y desmontaje
2. Carpas
3. Graderíos temporales desmontables
4. Escenario
 1. - Escenario con estructura de acero
 2. - Escenarios con estructura de madera

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MAQUINARIA ESCÉNICA

1. Descripción de la maquinaria escénica
 1. - Ejemplos de equipos
2. Selección de equipos de elevación de artes escénicas
 1. - Líneas de suspensión de cargas
 2. - Telón cortafuegos
 3. - Elevadores de foso
 4. - Peine
 5. - Maquinaria de niebla/humo
 6. - Equipos de iluminación
 7. - Montacargas fijos
 8. - Sistemas de vuelo manual para artistas
 9. - Telones cortafuegos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD EN ARTES ESCÉNICAS Y ESPECTÁCULOS

1. Gestión de los equipos de artes escénicas
 1. - Procedimientos de la gestión de la seguridad
 2. - Pliego de condiciones
2. Evaluación de riesgos
 1. - Evaluación de riesgos de los equipos de trabajo en las representaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LEGISLACIÓN APLICABLE A LA MÚSICA Y A LAS ARTES ESCÉNICAS

1. Síntesis legislativa
2. Resumen de normativa y aspectos de seguridad

PARTE 6. PRODUCCIÓN MUSICAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MÚSICA

1. Historia y evolución
2. La notación musical. TIME. Brújula
3. Estructuras musicales. Conceptos
4. Introducción a la producción musical

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ARQUITECTURA INSTRUMENTAL

1. Instrumentos musicales
2. Formación clásica
3. Formación contemporánea

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE GRABACIÓN

1. Diseño acústico y operativos
2. Equipo. Analógico. Digital
3. Sistemas de escucha y vigilancia
4. Estudios móviles
5. Uso y mantenimiento de estudio

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GRABACIÓN EN SISTEMAS ANALÓGICOS

1. Teoría
2. Señal analógica
3. CONECTrónica
4. Tablas mezclar
5. Sistema de grabación
6. Periféricos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMA DE GRABACIÓN DIGITAL

1. Teoría
2. Señal digital
3. CONECTrónica
4. Tablas mezclar
5. Sistema de grabación

6. Periféricos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOFTWARE PARA GRABACIÓN MUSICAL

1. MAC / PC
2. Tarjetas de sonido
3. Converter - anterior - sin enchufe
4. Pro Tools. Hardware y software
5. PARTICULARIDADES
6. Logic Audio, Cubase y Nuendo
7. Otros sistemas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROYECTOS MUSICALES

1. Diseño y organización humana
2. Equipo
3. Análisis y planes de grabación
4. Producción Ejecutiva y Artística
5. Precauciones y consejos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SEÑAL CAPTURAR. ENTORNO ACÚSTICO

1. Los tipos de habitaciones. Acústico. Elementos acondicionados móviles. Micrófonos
2. Dinámica. Condensador, diafragma, sensibilidad Polar Responder, Responder en frecuencia, impedancia
3. Captación de instrumentos acústicos Viento, Cuerda, percusión ...
4. Cerrar técnica de microfonía, equipo de música ...
5. Captación de instrumentos eléctricos. Teclados, Guitarras, Amplificadores de Bajo, Amplificadores Y, Tablets, Instr. Electro, cajas DI, los efectos de pedal

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEÑAL MIXTA

1. Preamp. De entrada, ganancia, impedancia, Phantom, filtros, válvulas vs transistores. Los híbridos con EQ, dinámica canal ...
2. Ecuadores. Generadores de matices. Tipos de filtros de ecualización
3. Procesador de efectos. Reverb, delay, MultiFX

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTEREO, MEZCLA Y MATERIZACIÓN

1. Analógico. SPLIT. IN-LINE. Híbridos
2. Digital
3. Automatización. Archivo y recuerde
4. Tipos. Estilos
5. Al vinilo, CD, DVD
6. Los Mejores mezclador del mundo
7. Maestra de la producción
8. Fabricación vinilo, cassette, CD, DVD

UNIDAD DIDÁCTICA 11. DE PROCESAMIENTO DE SEÑALES. DINÁMICA

1. Compresores. Limitadores. Expander In, Out, umbral, ratio, intervalo, maquillaje, ataque, release activa
2. Puerto ruido Umbral, rango, ataque, bodega, decaimiento, suelte el gatillo
3. Maximizador

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DE PROCESAMIENTO DE SEÑALES. FX

1. Reverb, delay, eco
2. Modulación
3. Armonizadores
4. Efectos creativos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. INDUSTRIA, PROMOCIÓN Y PSICOLOGÍA DEL DJ

1. Situación actual
2. Pasos a seguir
3. Promoción
4. Consejos

PARTE 7. PRODUCCIÓN EDITORIAL

MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE LA INDUSTRIA EDITORIAL

1. La empresa, modelos de sociedades. Evolución histórica
2. Programas de control de los problemas
3. El sistema fiscal y laboral
4. Organización
5. Evolución del sector editorial
6. Oferta y demanda
7. Subcontratación de servicios
8. La contabilidad de costes y control presupuestario
9. Clasificación de productos de la industria gráfica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DEL DISEÑO GRÁFICO Y EDITORIAL

1. Diseño gráfico por ordenador:

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ARQUITECTURA TIPOGRÁFICA Y MAQUETACIÓN EN PROCESOS EDITORIALES

1. Definición y partes del tipo
2. Familias tipográficas y campos de aplicación
3. Aspectos a considerar para la selección de tipografías
4. Factores a considerar en la composición de textos
5. Principales problemas relacionados con la maquetación y la selección de tipos. Arquitectura de la página
6. Normas UNE, ISO, Libros de estilo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DEL COLOR

1. El color, principios y bases
2. La problemática de la reproducción del color
3. Elementos de la gestión del color
4. Recomendaciones para la especificación y la gestión del color

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROCESOS GRÁFICOS EN LA PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO EDITORIAL

1. Sistemas básicos de transferencia
2. Imágenes continuas y tramadas
3. Tramas, lineaturas, resolución y niveles de gris
4. Tecnologías analógicas y digitales
5. Fases del proceso: diseño, preimpresión, impresión, encuadernación y acabados
6. Maquinaria: tipologías, formatos, capacidades, precios y otras especificaciones
7. Comparativa técnico - económica
8. Caracterización de la imagen impresa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS EDITORIALES

1. Introducción a las herramientas de planificación y gestión de proyectos
2. Planificación de actividades de preimpresión (originales, textos e imágenes), impresión, encuadernación y acabados
3. Planificación de recursos de entrega de materia prima
4. Stocks de materias primas (máximo, mínimo.)
5. Planificación de costes
6. Planificar según calidad y riesgos
7. Instrumentos de comunicación y seguimiento
8. Optimización del plan del proyecto para cumplimiento de objetivos
9. Variables de producción interna

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISTRIBUCIÓN / LOGÍSTICA DE PRODUCTOS EDITORIALES

1. Definición del consumidor final
2. Tipos de Venta
3. Puntos de Venta
4. Estadística de las Ventas
5. Los Almacenes
6. El Stock de producto acabado
7. Unidades de Venta
8. Planificación logística
9. Necesidades logísticas
10. Medios de transporte
11. Devoluciones y su tratamiento
12. Medio Ambiente y eliminación de stock obsoletos

MÓDULO 2. ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO EDITORIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PETICIÓN Y SELECCIÓN DE OFERTAS

1. Normas internacionales y nacionales de productos, procesos y calidades en artes gráficas (ISO,

UNE)

2. Especificación de materiales, colores, acabados, pruebas, maquetas y otros procesos
3. Comprobación de originales "preflight"
4. Pruebas de contrato. Normas y criterios de aplicación
5. Aspectos legales de la contratación. Tipos de contrato y modalidades de adjudicación
6. Propiedad intelectual: derechos de textos e imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DERECHOS DE AUTOR, EDITOR, CLIENTE

1. Tipos de autor
2. Texto, imagen, colaboración, traducción
3. Tipo de obra
4. Individual, colectiva, de empresa
5. Derechos
6. Temporales, de obra

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESUPUESTOS DE PRODUCTOS EDITORIALES

1. Introducción al estudio de costes:
2. Costes según su naturaleza:
3. Medición de materiales y estimación de tiempos
4. Formas de presupuestar
5. Aplicación a distintos procesos
6. Escandallos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESCANDALLOS

1. Mercado
2. Clasificación
3. La subcontratación
4. Contratos con proveedores de acuerdo con la normativas de calidad y medioambientales
5. Prospección de mercado

