

**Curso 2022-2023**

Dirección General de Universidades y  
Enseñanzas Artísticas Superiores  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN  
E INVESTIGACIÓN



**Comunidad de Madrid**

Real Conservatorio Superior de Música

Centro público



GUÍA DOCENTE DE:

**Difusión musical**

**Grado en Música**

**FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 31 de mayo de 2022**

**TITULACIÓN:** Grado en Música

**ASIGNATURA:** Difusión musical

## 1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria	
Carácter	Enseñanza no instrumental	
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Sonología	
Materia	Tecnologías aplicadas	
Periodo de impartición	Anual, tercer curso	
Número de créditos	3	
Número de horas	Totales: 90	Presenciales: 36
Departamento	Sonología	
Prelación/ requisitos previos	Sin requisitos previos / Haber superado el curso previo	
Idioma/s en los que se imparte	Español	

## 2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Civera Sáez, María Amparo	amparo.civerasaez@rcsmm.es

## 3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Civera Sáez, María Amparo	amparo.civerasaez@rcsmm.es	Primero

## 4. COMPETENCIAS

Competencias Transversales	
CT_01	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT_02	Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT_03	Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
CT_04	Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
CT_05	Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
CT_06	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
CT_07	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
CT_08	Liderar y gestionar grupos de trabajo.
CT_10	Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y

	sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
CT_11	Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.
CT_12	Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
CT_14	Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

### Competencias Generales

CG_05	Conocer los recursos tecnológicos propios de su campo de actividad y sus aplicaciones en la música preparándose para asimilar las novedades que se produzcan en él.
CG_10	Argumentar y expresar verbalmente sus puntos de vista sobre conceptos musicales diversos.
CG_12	Acreditar un conocimiento suficiente del hecho musical y su relación con la evolución de los valores estéticos, artísticos y culturales.
CG_14	Conocer el desarrollo histórico de la música en sus diferentes tradiciones, desde una perspectiva crítica que sitúe el desarrollo del arte musical en un contexto social y cultural.
CG_16	Conocer el contexto social, cultural y económico en que se desarrolla la práctica musical, con especial atención a su entorno más inmediato pero con atención a su dimensión global.
CG_17	Estar familiarizado con los diferentes estilos y prácticas musicales que le permitan entender, en un contexto cultural más amplio, su propio campo de actividad y enriquecerlo.
CG_18	Comunicar de forma escrita y verbal el contenido y los objetivos de su actividad profesional a personas especializadas, con uso adecuado del vocabulario técnico y general.
CG_24	Desarrollar capacidades para la autoformación a lo largo de su vida profesional.
CG_25	Conocer y ser capaz de utilizar metodologías de estudio e investigación que le capaciten para el continuo desarrollo e innovación de su actividad musical a lo largo de su carrera.
CG_26	Ser capaz de vincular la propia actividad musical a otras disciplinas del pensamiento científico y humanístico, a las artes en general y al resto de disciplinas musicales en particular, enriqueciendo el ejercicio de su profesión con una dimensión multidisciplinar.

### Competencias Específicas

Al finalizar sus estudios los Graduados o Graduas en Música en la especialidad de Sonología deben poseer las siguientes competencias específicas:

Desarrollar actitudes creativas y de cooperación que puedan complementar y potenciar las actividades de otros profesionales de la música y de otras artes, con los que se interactúe.

Conocer las técnicas y los procedimientos de creación y de apoyo a los procesos creativos musicales, sonoros y audiovisuales.

Ser capaz de integrar arte, tecnología y ciencia, con la flexibilidad suficiente para adaptarse a entornos múltiples y cambiantes.

Conocer las implicaciones escénicas que conlleva su actividad profesional y ser capaz de desarrollar sus aplicaciones prácticas en su ámbito de trabajo.

### Competencias de la asignatura

Saber como buscar y difundir contenidos a través de redes informáticas.

Conocer las diferentes tendencias y circuitos musicales, artísticos o culturales actuales en los ámbitos de la interpretación, producción, creación e investigación.

Conocer los mecanismos y estrategias promocionales específicas de cada ámbito.

Tener unos criterios adecuados de programación cultural.

## 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A través de la práctica de la asignatura de Difusión musical, el alumnado aprenderá a:

- A. Adquirir el lenguaje técnico que se utiliza en la comunicación y en la gestión cultural para comprender los procesos culturales y las tendencias que se desarrollan en ese ámbito a nivel nacional e internacional.
- B. Conocer los recursos y fuentes sobre los sectores culturales y musicales.
- C. Aprender las técnicas para el desarrollo de proyectos musicales y su planificación.
- D. Dominar el uso de técnicas estadísticas y análisis de datos aplicadas a la gestión musical.
- E. Planificar un proceso creativo en sus aspectos económicos, administrativos, profesionales y humanos.
- F. Desarrollar un plan de comunicación y difusión musical adaptado a proyectos personales y del centro.
- G. Conocer los conceptos y técnicas principales de los procesos de comunicación en medios tradicionales y digitales.
- H. Capacitarse en la autogestión y el desarrollo autónomo de los propios proyectos personales y profesionales.
- I. Conocer las técnicas, herramientas y enfoques del marketing aplicado a la cultura y las artes. Realizar investigaciones de mercado.
- J. Formarse en el conocimiento de las funciones de los perfiles profesionales de: gestor de contenidos, manager, mediador cultural y divulgador especializado.

## 6. CONTENIDOS

Con esta signatura, el alumnado deberá adquirir conocimientos relacionados con los siguientes contenidos organizados y secuenciados temporalmente en los siguientes bloques:

Bloque temático	Tema/repertorio
<b>1.- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN CULTURAL</b>	T1.- La comunicación cultural en el entorno de la globalización.
	T2.- Organizaciones culturales y musicales: procesos de comunicación estratégica.
	T3.- Herramientas y funciones de la comunicación. Comunicación, promoción y difusión musical.
	T4.- Comunicación tradicional y digital. Redes sociales y plataformas.
	T5.- Técnicas de comunicación cultural.
<b>2.- LA COMUNICACIÓN CULTURAL EN MEDIOS “TRADICIONALES”</b>	T1.- Géneros periodísticos. Fuentes.
	T2.- Nota de prensa. Comunicados. Rueda de prensa.
	T3.- Información cultural en radio, prensa, TV, etc.
<b>3.- COMUNICACIÓN DIGITAL</b>	T1.- Las nuevas tecnologías al uso de la comunicación cultural.
	T2.- Internet como medio de comunicación
	T3.- La difusión en redes y medios sociales
	T4.- El gestor de contenidos. Perfiles.
	T5.- Comunicación online. Blog, microblogging, opiniones, foros, stories, podcasts.
	T6.- La distribución de contenidos musicales y audiovisuales.
<b>4.- EL PLAN DE COMUNICACIÓN</b>	T1.- La estrategia comunicativa. Planificación de medios.
	T2.- Nuevas estrategias en la comunicación del producto musical.
	T3.- Planificación temporal: el calendario de la comunicación.
	T4.- Promoción y difusión del plan. Publicidad. Públicos. Target.
	T5.- Posicionamiento. Ventas.
<b>5.- MANAGEMENT E INTERMEDIACIÓN</b>	T1.- Desarrollo de la estrategia de contenidos.
	T2.- Búsqueda y selección de contenidos. Criterios.
	T3.- La figura del mediador cultural. Perfil y funciones.
	T4.- La representación.

<b>5.- MARKETING</b>	T1.- Los medios y las estrategias de marketing en cultura. Objetivos.
	T2.- Agentes y sistemas de información. La investigación de mercado.
	T3.- El perfil de público o consumidor cultural.
	T4.- Funcionamiento de la distribución.

## 7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas	
Actividades teóricas	24	horas
Actividades prácticas	12	horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, visitas profesionales, talleres, etc.)	10	horas
Realización de pruebas y presentación de proyectos	8	horas
Horas de trabajo del estudiante	36	horas
<b>Total de horas de trabajo del estudiante</b>	<b>90</b>	<b>horas</b>

## 8. METODOLOGÍA

La asignatura tiene un carácter teórico-práctico. Se incluye la metodología de clase teórica. Se promoverá un ambiente de clases activas y participativas en las que todos se sientan implicados.

La metodología será activa e inclusiva, y tendrá en cuenta los siguientes pasos, siguiendo los contenidos tanto teóricos como prácticos contemplados en la Guía Docente de la asignatura:

1. *Introducción.* El profesor presenta –a través de una metodología expositiva– el tema, los contenidos y las destrezas que se van a trabajar guiando a los alumnos en lo que se refiere a las ideas técnicas, ejemplos, bibliografía y fuentes de información. El profesor expone de forma clara cuál es el punto de partida y el objetivo u objetivos a alcanzar.
2. *Trabajo individual.* El alumno trabaja los contenidos y destrezas que se proponen en cada una de las unidades didácticas, y realiza los ejercicios propuestos como trabajo personal; amplía o refuerza contenidos, y analiza textos y otros recursos fragmentos relacionados con los contenidos.
3. *Corrección.* El alumno presenta su trabajo al profesor, que una vez analizado lo guía, corrige y propone en su caso nuevas vías de actuación y aprendizaje para la consecución de los objetivos y las competencias. En caso necesario, se pedirá la repetición de los ejercicios, revisados según las indicaciones del profesor, o la realización de ejercicios o actividades que corrijan deficiencias. Estas rectificaciones se realizan siguiendo las pautas de la rúbrica que se presenta en el apartado Criterios de Calificación de esta guía docente.
4. *Exámenes de evaluación y presentación de proyectos.* Coincidiendo con los bloques de contenido, se realizará la entrega de un trabajo o práctica en la que el alumno demostrará la adquisición de las destrezas y contenidos trabajados.

Además, el trabajo de la asignatura incluirá las siguientes actividades:

- Participar en los debates organizados por la profesora sobre temas, textos, documentos y/o situaciones reales.
- Asistir a las visitas profesionales programadas durante el curso.
- Asistir a la ponencias de profesionales invitados por la profesora.

### Actividades formativas

Período	Actividad
A lo largo del curso	Se realizará al menos una conferencia relacionada con los aspectos tratados en la asignatura, que correrá a cargo de un profesor invitado (a determinar). La asistencia a dicha conferencia tiene carácter obligatorio, formando parte de los créditos de la asignatura.
A lo largo del curso	Visita a una institución o asistencia a un concierto o espectáculo de AAEE de especial interés para la asignatura. La profesora responsable de la asignatura organizará una visita a una institución o concierto en la que los alumnos vean alguno de los aspectos trabajados en clase en situación profesional y puedan tener un contacto directo con los agentes implicados en dicha actividad.



## 9. INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

La evaluación será continua. El alumno recibirá información acerca de su proceso de aprendizaje de forma cuatrimestral.

### Calendario de exámenes

Los exámenes y pruebas escritas se realizarán acordando su fecha con el alumnado de tal forma que sea la más adecuada en cuanto a la organización y adquisición de conocimientos, así como a la disposición de tiempo para su estudio.

En caso necesario, se pueden programar evaluaciones extraordinarias a determinar según la evolución de la clase.

### Actividades obligatorias (evaluables):

1. Realización periódica de ejercicios con el uso de herramientas técnicas y conceptos teóricos nuevos para desarrollar las destrezas trabajadas en ambientes reales.
2. Análisis de textos acordes a los contenidos que se trabajan en la asignatura.
3. Presentación en público y de forma individual de los ejercicios y planteamientos técnicos, con el objetivo de avanzar, corregir, ampliar conocimientos con la intervención de los compañeros y/o del profesor, así como para adquirir madurez en situación de exposición pública.
4. Asistencia a las conferencias y visitas profesionales programadas en la asignatura.

### Actividades no obligatorias:

1. Asistencia a las actividades programadas por el centro y/o resto de especialidades.
2. Asistencia a los eventos musicales o distintas actividades artísticas programadas en el entorno cultural, con especial atención a aquellas relacionadas con la especialidad de Sonología.

### 9.1 Instrumentos de evaluación

Clases teórico-prácticas	Evolución del progreso semanal del alumnado que quedará recogido en el cuaderno de notas.
Trabajo personal	Evaluación semanal del trabajo personal de cada estudiante.
Pruebas escritas y prácticas	Realización de exámenes escritos y prácticos.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (proyecto de aula, jornadas, seminarios, etc.)	Participación en el proyecto de aula así como asistencia, actitud y participación en las conferencias y otras actividades organizadas de carácter obligatorio.

### 9.2 Criterios de evaluación

Actividades teóricas	La evaluación ordinaria será continua. El sistema comporta una valoración de cada alumno en la que se tendrá en cuenta el punto de partida y los conocimientos y destrezas adquiridos.
Trabajo personal	Se tendrá en cuenta la calidad y nivel técnico alcanzado.
Pruebas escritas y prácticas	Se realizarán coincidiendo con los bloques temáticos del curso.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Se tendrá en cuenta la asistencia, la actitud y participación del alumno

### 9.3 Criterios de calificación

La evaluación es continua. La asistencia a las actividades programadas es obligatoria. Esto supone que para poder realizar esta evaluación continua, el alumno tendrá que asistir, al menos, al 80% de dichas actividades. Se realizará el registro de asistencia.

Cuando no se cumplan estos requisitos el alumno perderá su derecho a una evaluación continua. Esto no supone la pérdida del derecho a una evaluación final. En la convocatoria ordinaria el alumno será evaluado con los instrumentos establecidos para la pérdida de la evaluación continua. En el caso de suspender tendrá derecho a la convocatoria extraordinaria en las mismas condiciones que el resto de los alumnos.

La calificación final de la asignatura se expresará numéricamente de 0 a 10, con un decimal, según se establece en el artículo 7 del Decreto 36/2010, de 2 de junio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores de Música en la Comunidad de Madrid.

Esta calificación final, como la ponderación de cada aspecto que conforman dicha nota se establece en los apartados correspondientes.

La mención de Matrícula de Honor podrá ser otorgada a quienes hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del 5% de los matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor” (p. 6.3 e).

Entre los alumnos que cumplan los requisitos y deseen optar a la matrícula de honor se realizará el siguiente procedimiento: para la concesión de las Matrículas de Honor se considerará el excelente desempeño del alumno/a a través de la calificación final obtenida.

#### 9.3.1 Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Trabajo individual semanal (en clase y personal)	40%
Exámenes, trabajos y pruebas escritas	40%
Desarrollo del proyecto de aula	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

#### 9.3.2 Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Examen	100%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

#### 9.3.3 Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Examen	100%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

#### **9.3.4 Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad**

Las adaptaciones curriculares se realizarán en el mes de septiembre una vez que esté confirmada la lista de alumnos que asistirán a esta asignatura y la notificación de alumnos con discapacidad, así como el tipo de discapacidad. Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación tendrán en cuenta los diferentes tipos de discapacidad. La ponderación utilizada en los instrumentos de evaluación será la equivalente a la correspondiente a la evaluación continua con las adaptaciones que se estimen oportunas (9.3.1).

### **10. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS**

El alumno/a tendrá acceso a todos los materiales utilizados en clase a través de la plataforma TEAMS.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía de consulta básica de la asignatura:

- COLBERT, F. y CUADRADO, M. *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel, 2003.
- CUADRADO, M. y BERENGUER, G. *El consumo de servicios culturales*. Madrid: ESIC, 2002.
- DARIAS, V. *La música y los medios de comunicación*, 978-84-9148-638-1, Dykinson ED., 2018.
- GÓMEZ DE LA IGLESIA, R. *La comunicación en la gestión cultural*, Xabide Editorial, 2006.
- QUERO GERVILLA, M. *Marketing cultural: el enfoque relacional en las entidades escénicas*. Madrid: Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública, 2003.
- RODRIGUEZ, I. *Estrategias y técnicas de comunicación: una visión integrada en el marketing*. Barcelona: Editorial UOC, 2011.
- SANDULESCU, A. Y JUAN DE DIOS, M. (coord.) *Los nuevos métodos de producción y difusión musical de la era post-digital*, Egregius Ediciones, 2018.
- SCHEFF BERNSTEIN, J. *Arts marketing insights: the dynamics of building and retaining performing arts audiences*. Philip Kotler (prol.). San Francisco: Jossey-Bass, 2007.

### Bibliografía complementaria para ampliar conocimientos:

- ARIÑO, A. (2010). *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*. Barcelona: Ariel.
- ASUAGA, C. (2006). "Indicadores de gestión en organismos públicos. El caso de las orquestas sinfónicas". *III Congreso de Costos de Mercosur*.
- BAUMOL, W. y W. BOWEN (1978). *Performing Arts, The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.
- BONET, L. (dir) (2008). *Análisis económico del sector de las artes escénicas en España*. Barcelona: Fundació Bosch i Gimpera.
- BONET, L. (1999). "Evolución y retos de la política cultural en España". *Tablero. Revista del Convenio Andrés Bello* (61), pp. 89-99.
- BONET, L. y A. VILLAROYA. (2009). "La estructura de mercado del sector de las AAEE en España". *Estudios de Economía Aplicada*, pp. 197-222.
- CIMARRO, J. F. (1997). *Producción, gestión y distribución del teatro*. Madrid: Fundación Autor.
- CUADRADO, M. y G. BERENGUER (2003). "El comportamiento del consumidor de actividades culturales en vivo". En A. APRAIZ y M. F. IRIBAR, *Experiencias y técnicas en la gestión del ocio*. Bilbao, España: Universidad de Deusto, pp. 161-168.
- CUBELES, L. B. (2008). *Análisis económico del sector de las AAEE en España*. Barcelona: Fundació Bosch i Gimpera.
- FERNÁNDEZ PRADO, E. (2003). *La política cultural. Qué es y para qué sirve*. Gijón: Ediciones TREA.
- FREY, B. (2000). *La economía del arte. Colección de estudios económicos* (Vol. 18). Barcelona: la Caixa.
- GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, R. (2003). *El repertorio de las orquestas sinfónicas en España*. Madrid: Fundación Autor.
- GUTIÉRREZ DEL CASTILLO, R. (2009). "Innovación y repertorio, ¿objetivos de la política cultural para las artes escénicas y la música?". *Revista de gestión y cultura G+C* (2), pp. 48-51.
- HARVEY, E. R. (2006). *Política y financiación pública de la música*. Madrid: Fundación Autor.
- MANITO, F. (coord.) (2008). *Planificación estratégica de la cultura en España*. Madrid: Fundación Autor.
- MARCO, T. (2005). *La música en la Fundación Juan March 1955-2005*. Madrid: Fundación Juan March.
- MENGER, P. M. (1986). "L' Oreille spéculative. Consommation et perception de la musique contemporaine". *Revue française de Sociologie*, pp. 445-479.
- MCU. (1978). *Dirección general de música. Organización, competencias y objetivos*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- OLIVA, C. y F. TORRES (2010). *Historia básica del arte escénico*. Madrid: Cátedra.

- PÉREZ MARTÍN, M.A. (2002). *Gestión de proyectos escénicos*. Guadalajara: Ñaque Editora.
- PÉREZ MARTÍN, M.A. (2006). *Técnicas de organización y gestión aplicadas al teatro y al espectáculo*. Guadalajara: Ñaque Editora.
- PROMUSICAE. (2005). *Libro blanco de la música en España*. Madrid: Pricewaterhouse Coopers.
- RAUSELL, P. (2008). "Cultura i finançament públic". *Cultura*, pp.174-192.
- RAUSELL, P. (2009). "Políticas culturales, evolución y tendencias recientes". Inédito.
- RODRÍGUEZ MORATÓ, A. (2006). *La sociedad de la cultura*. Barcelona: Ariel.
- SGAE, (Varios años). *Informes sobre hábitos de consumo cultural*. Fundación Autor. Fundación Autor, Madrid.
- SGAE, (varios años). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España*. Fundación Autor, Madrid.
- SGAE, (Varios años). *Anuario de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales*. Fundación Autor, Madrid .
- TEIXEIRA COELHO, J. (2009). *Diccionario crítico de política cultural*. Barcelona: Gedisa.
- THROSBY, D. (2001). *Economía y cultura*. Madrid: Cambridge University Press.
- TOWSE, R. (2005). *Manual de economía de la cultura*. Madrid: Fundación Autor.
- VALENTÍN GAMAZO, T., G. NAVARRO DE LUIS (2005). *Planificación, producción y promoción teatral*. Colección cuadernos escénicos (Vol. 11). Sevilla: Junta de Andalucía.
- VVAA. (2009). *La economía del espectáculo: una comparación internacional*. Barcelona: Gescénic.
- ZOLBERG, V. (2002). *Sociología de las artes*. Madrid: Fundación Autor.