

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRONTUARIO

| | |
|------------------------|---|
| TÍTULO: | Industria del entretenimiento |
| CODIFICACIÓN: | PME 200 |
| PRERREQUISITOS: | ADM 102, GME 201 |
| CRÉDITOS: | Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales, un (1) semestre |

DESCRIPCIÓN

Estudio de la historia de la industria del entretenimiento desde sus comienzos. Introducción de los fundamentos de la administración de eventos, tales como planificación y desarrollo de eventos especiales, presupuesto, recursos humanos, reglamentaciones y estándares de la industria del entretenimiento, entre otros. Se examina las diferentes variantes que incluyen producción de eventos teatrales, musicales, deportivos, artes visuales, manejo de talento, ballet, desfiles de modas, entre otras. El estudiante conoce los requisitos gubernamentales y las leyes que aplican a la industria.

JUSTIFICACIÓN

La industria del entretenimiento y la planificación de eventos especiales constituyen un motor de suma importancia para el crecimiento económico de Puerto Rico. El campo del entretenimiento ha experimentado una evolución constante desde el punto de vista operacional en términos de variantes de naturaleza cultural, competencia de programación y eventos del extranjero, recursos audiovisuales y tecnológicos, permisología y las leyes que reglamentan la industria. De igual manera, se han experimentado cambios en las estrategias en el desarrollo del talento y las actitudes y preferencias del público que disfruta de estos servicios.

El conocimiento de los aspectos relacionados a la industria del entretenimiento es fundamental para que el futuro egresado pueda desempeñarse exitosamente en este campo. Con el recurso humano capacitado, la industria se caracterizará

por su competitividad, calidad, diferenciación y éxito de los diversos eventos con potencial de producción tanto para el mercado local como para el internacional.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Definir los términos básicos asociados a la industria de eventos especiales.
2. Reconocer el desarrollo histórico de la industria tanto a nivel local como a nivel internacional.
3. Diferenciar las diversas ramas que componen a la industria y reconocer sus retos y oportunidades.
4. Conocer la Ley 113 y la Ley 182 que reglamentan a la industria a nivel local.
5. Conocer la permisología necesaria para el desarrollo de eventos especiales de acuerdo a su categoría.
6. Trabajar con aspectos técnicos necesarios en el montaje de un evento especial.
7. Reconocer la relevancia de los aspectos éticos asociados con la industria.
8. Preparar una propuesta para el desarrollo de un evento especial.

CONTENIDO

- I. Definición de los términos asociados a la industria
 - A. Planificación
 - B. Contactos
 - C. Logística
 - D. Recursos
- II. Desarrollo histórico de la industria
 - A. Nivel local
 - B. Nivel internacional
- III. Ramas
 - A. Eventos teatrales
 - B. Eventos musicales
 1. Música popular
 2. Música clásica

- C. Artes visuales
 - D. Bailes
 - E. Desfiles de modas
 - F. Eventos para organizaciones sin fines de lucro
 - G. Eventos políticos
 - H. Eventos religiosos
 - I. Circos, ferias, fiestas patronales
 - J. Otros eventos
- IV. Aspectos éticos
 - A. Dilemas de naturaleza ética
 - B. Responsabilidad social de la industria
 - V. Aspectos legales y de negociación
 - A. Ley 113- Ley del Colegio de Productores de Espectáculos de Puerto Rico
 - B. Ley 182- Ley de Promotor de Espectáculos Públicos
 - VI. Aspectos gerenciales
 - A. Planificación
 - B. Dirección
 - C. Organización
 - D. Control
 - VII. Estrategias para eventos especiales
 - A. Publicidad
 - B. Mercadeo
 - C. Relaciones públicas
 - VIII. Auspiciadores y financiamiento
 - A. Fuentes de financiamientos
 - IX. Creatividad y propiedad intelectual
 - A. Derechos de autor
 - B. Aspectos legales
 - C. Difusión de material creativo
 - X. Aspectos técnicos
 - A. Luces
 - B. Sonido
 - C. Escenografía
 - D. Otros
 - XI. Propuesta
 - A. Partes
 - B. Redacción
 - C. Presentación

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

- Conferencias del profesor
- Análisis de lecturas y casos
- Charlas por productores invitados

- Evaluación de eventos
- Investigación de temas asignados
- Trabajo en equipos

EVALUACIÓN

| | |
|---------------------------|------|
| Tres exámenes parciales | 45% |
| Análisis de casos | 15% |
| Evaluación de eventos | 15% |
| Trabajo final (Propuesta) | 25% |
| | |
| Total | 100% |

BIBLIOGRAFÍA

Allen, Johnny (2005). *Festival and Special Event Management*. Wiley.

Allen, Judy (2003). *Events Planning: Ethics and Etiquette*. Wiley.

Allen Judy (2000). *Event Planning*. Wiley.

Armstrong, James S. (2001). *Planning Special Events*. Jossey-Bass.

Goldblatt, Joe (2004). *Special Events: Event Leadership for a New World*. Wiley.

Goldblatt, Joe (2007). *Special Events: The Roots and Wings of Celebration*. Wiley.

Hayle, Leonard H. (2002). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions and Expositions*. Wiley.

Kilkenny, Shannon (2007). *The Complete Guide to Successful Event Planning*. Wiley.

Monroe C. & Kates, Robert A. (2005). *Art of Event*. Wiley.

Rutherford, Julia (2003). *Professional Event Coordination*. Wiley.

Tarlow, Peter E. (2002). *Event Risk Management and Safety*. Wiley.

Turner, Kristal (2004). *Start Your Own Event Planning Business*. Wiley.

ENLACES CIBERNÉTICOS

Advertising Age- www.adage.com

American Advertising Federation- www.aaf.org

American Marketing Association- www.ama.com

Asociación de Agencias Publicitarias de Puerto Rico-
www.agenciaspublicitarias.com

Asociación Internacional de Relacionistas Públicos- www.ipra.org

Business for Social Responsibility- www.bsr.org

Creativity Magazine- www.adcritic.com

Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo al Decano de Asuntos Estudiantiles.

**Derechos Reservados USC
Septiembre 2007**