

FICHA Y GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS MUSICALES

CURSOS: 1º, 2º, 3º ó 4º

CURSO 2025/2026

ESPECIALIDADES: INTERPRETACIÓN, PEDAGOGÍA, DIRECCIÓN, COMPOSICIÓN					
MATERIA: I					
ASIGNATURA: DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS MUSICALES					
Tipo: O	Cursos:	1º	2º	3º	4º
	Niveles:	I	I	I	I
Carácter: Anual	Créditos:	2	2	2	2
	Prelación:				
Descripción: <i>Esta asignatura ofrece un enfoque eminentemente práctico ("aprender haciendo"), según el cual los estudiantes serán los protagonistas en la creación y ejecución de varios espectáculos a lo largo del año académico. Se busca fomentar la creatividad, el trabajo en equipo, la iniciativa, la capacidad de resolución de problemas y la conexión con la comunidad, aplicando los conocimientos musicales en contextos innovadores y multidisciplinares. Los eventos diseñados buscarán integrar diversas artes, explorar formatos creativos y conectar con distintos segmentos de público, enriqueciendo así la oferta cultural del conservatorio y del entorno.</i>					
Competencias que se adquieren:					
TRANSVERSALES	CT-01.0	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.			
	CT-02.0	Recoger información significativa y analizarla adecuadamente.			
	CT-02.1	Recoger información significativa y sintetizarla adecuadamente.			
	CT-02.2	Recoger información significativa y gestionarla adecuadamente			
	CT-03.0	Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.			
	CT-06.0	Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.			
	CT-11.0	Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética.			
	CT-12.0	Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos en el ámbito profesional.			
	CT-12.1	Adaptarse, en condiciones de competitividad a los avances que se producen en el ámbito profesional.			
	CT-12.2	Seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.			
	CT-13.0	Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.			
	CT-15.0	Trabajar de forma autónoma en el ejercicio profesional.			

	CT-15.1	Valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
	CT-17.0	Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

GENERALES	CG-01.1	Haber desarrollado adecuadamente aptitudes para el reconocimiento del material musical.
	CG-01.2	Haber desarrollado adecuadamente aptitudes para la comprensión del material musical.
	CG-04.1	Saber aplicar la capacidad auditiva a su práctica profesional.
	CG-08.0	Aplicar los métodos de trabajo más apropiados para superar los retos que se le presenten en el terreno del estudio personal.
	CG-13.2	Saber aplicar los fundamentos y la estructura del lenguaje musical en la práctica interpretativa, creativa, de investigación o pedagógica.
	CG-24.0	Desarrollar capacidades para la autoformación a lo largo de su vida profesional.
	CG-25.0	Conocer 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-25.1	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.
ESPECÍFICAS	CE7	Conocer las diferentes escuelas interpretativas y sus principios estéticos.
	CE8	Aplicar los conocimientos históricos y analíticos a la interpretación.
	CE9	Desarrollar la capacidad de interactuar musicalmente con otros intérpretes.
	CE11	Conocer la historia y la literatura de su instrumento o de la voz.
	CE13	Desarrollar un proyecto artístico personal.

CONTENIDOS

Conceptualización creativa: generación de ideas y definición del concepto del evento.

Análisis de referentes: estudio de festivales y conciertos de prestigio.

Diseño artístico: creación de la programación musical e integración con otras artes.

Gestión de recursos: optimización de los medios y espacios disponibles en el centro.

Guionización y puesta en escena: creación de la narrativa y el diseño visual del evento.

Comunicación y difusión: diseño de cartelera y estrategia de comunicación.

Producción y ejecución: planificación práctica, regiduría y realización del evento.

Evaluación y análisis: recogida de feedback y elaboración de conclusiones.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Idear un concepto de evento original, coherente y adaptado a un público definido.
- Diseñar una programación artística justificada que cree una narrativa y diálogo con otras artes.
- Gestionar y optimizar los recursos disponibles en el centro para asegurar la viabilidad del proyecto.
- Producir materiales de comunicación eficaces, creativos y visualmente atractivos.
- Elaborar guiones de presentación claros y atractivos, y diseñar una puesta en escena que enriquezca la experiencia.
- Aplicar técnicas de producción y regiduría para garantizar una ejecución fluida y profesional del evento.
- Mostrar habilidades de comunicación oral para presentar el evento y conectar eficazmente con la audiencia.
- Analizar críticamente el proceso y los resultados, identificando puntos de mejora.
- Mostrar iniciativa, cooperación y una actitud resolutiva en el trabajo en equipo.

GUÍA DOCENTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

NOMBRE: **DISEÑO Y DESARROLLO DE EVENTOS MUSICALES**

TITULACIÓN TÍTULO SUPERIOR DE MÚSICA/INTERPRETACIÓN

CENTRO: CONSERVATORIO SUPERIOR DE MÚSICA DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

TIPO

Nº TOTAL DE CRÉDITOS 2

PERIODO: ANUAL

IDIOMA: CASTELLANO

PROFESOR

Marcos Suárez Fernández

TELÉFONO 985217556

UBICACIÓN: Aula a determinar

2. CONTEXTUALIZACIÓN

La presente Guía docente se desarrolla al amparo de la siguiente legislación:

- LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Real Decreto 631/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado en Música establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- RESOLUCIÓN de 16 de mayo de 2011, de la Consejería de Educación y Ciencia, por la que se regulan aspectos de la ordenación académica de las enseñanzas artísticas superiores de Grado.
- Resolución de 3 de mayo de 2012, de la Consejería de Educación y Universidades, por la que se modifica la Resolución de 9 de julio de 2010, por la que se establecen los planes de estudios de las Enseñanzas Artísticas Superiores impartidas en el Conservatorio Superior de Música "Eduardo Martínez Torner" de Oviedo, reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- DECRETO 46/2014, de 14 de mayo, por el que se establecen y desarrollan los planes de estudios de las enseñanzas artísticas superiores de Música en el Principado de Asturias.
- RESOLUCIÓN de 28 de mayo de 2019, de la Consejería de Educación y Cultura, por la que se regula la evaluación por compensación en las enseñanzas artísticas superiores.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

- Ley 1/2024, de 7 de junio, por la que se regulan las enseñanzas artísticas superiores y se establece la organización y equivalencias de las enseñanzas artísticas profesionales.

3. REQUISITOS Ninguno

4. COMPETENCIAS

Las señaladas en la ficha precedente

5. CONTENIDOS

La asignatura se vertebra en torno a un enfoque eminentemente práctico de "aprender haciendo". Los contenidos teóricos servirán como base para la consecución del objetivo principal: el diseño, producción y ejecución de al menos dos eventos musicales a lo largo del curso académico, concebidos y gestionados íntegramente por el alumnado. Así pues, la asignatura se estructurará en torno a la realización práctica de varios eventos a lo largo del curso, de diferente naturaleza (e.g., concierto didáctico para colegios, espectáculo multidisciplinar,, concierto temático conmemorativo, ciclo de música de cámara en espacios no convencionales).

Bloque 1: el evento como narrativa, conceptualización y creatividad (el "porqué" y el "qué")

1. **Fundamentos del evento musical:** más allá del concierto. El evento como hecho comunicativo, artístico y social. Tipologías: concierto tradicional, didáctico, inmersivo, multidisciplinar, etc.
2. **Análisis de casos de prestigio (I):** deconstrucción de eventos y festivales innovadores. Ejemplos a analizar: la narrativa visual de los conciertos de *Candlelight*, el cartel secreto del festival *Sinsal SON Estrella Galicia*, la experiencia inmersiva de *Elrow*, la labor de divulgación de los *Young People's Concerts* de Bernstein, el servicio educativo de L'Auditori de Barcelona, o los proyectos de *Ara Malikian*.
3. **Taller de creatividad aplicada:** técnicas para la generación de ideas originales.
 - Brainstorming, mapas mentales, técnica SCAMPER (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otro uso, Eliminar, Revertir).
 - Elaboración de un *moodboard* o panel de inspiración para definir la atmósfera del evento.
4. **El proyecto del evento (I).** Trabajo práctico: definición del concepto del evento. Desarrollo de la idea central, el título y el *leitmotiv*. Definición de objetivos (artísticos, divulgativos, sociales) y del público objetivo principal y secundario. Creación de una "declaración de intenciones" del proyecto.

Bloque 2: diseño y programación artística: creando el esqueleto del evento (el "contenido")

1. **El arte de programar.** Criterios para la selección de repertorio. Creación de un "viaje del espectador" a través de la música. Coherencia, contraste y ritmo en la programación.
2. **Fusión y diálogo interdisciplinar.** Técnicas para integrar la música con otras artes (danza, artes visuales, proyecciones, palabra, teatro) de forma significativa y no meramente decorativa.
3. **Análisis de casos de prestigio (II):** Estudio de programaciones de grandes instituciones como el CNDM (Centro Nacional de Difusión Musical), Ibermúsica, o festivales internacionales. Análisis de la estructura y justificación de sus ciclos de conciertos.
4. **Gestión de recursos y viabilidad** (el "cómo" sin presupuesto). Identificación y optimización de los recursos disponibles: talento artístico del conservatorio, espacios (auditorio, salas de cámara, biblioteca, espacios no convencionales), equipamiento técnico del centro (sonido, iluminación, proyectores), posibles colaboraciones con otros departamentos.

5. **El proyecto del evento (II).** Trabajo práctico: elaboración de la programación artística detallada y la ficha de necesidades (no presupuestaria). Creación de un listado de intérpretes, espacios requeridos, necesidades técnicas (micrófonos, atriles, sillas, proyector, etc.) y posibles colaboradores.

Bloque 3. Guionización y puesta en escena: dando vida al evento (la "forma")

1. **El hilo conductor.** *Storytelling* para eventos musicales: cómo conectar las obras y guiar al público. El papel del presentador, los textos del programa de mano y los apoyos visuales.
2. **Taller de escritura de guiones.** Estructura, tono y lenguaje. Cómo escribir para ser escuchado. Técnicas para presentar obras musicales de forma atractiva y accesible.
3. **El espacio como lienzo.** Fundamentos de la puesta en escena. Uso de la iluminación, la disposición de los músicos y elementos escenográficos sencillos para crear atmósferas y potenciar la escucha.
4. **Análisis de casos de prestigio (III).** Visionado y análisis de la comunicación verbal y no verbal de grandes comunicadores (charlas TED, presentaciones de directores de orquesta como Gustavo Dudamel) y la puesta en escena de grupos como *La Fura dels Baus*.
5. **El proyecto del evento (III).** Trabajo práctico: redacción completa de los guiones de presentación. Diseño de un boceto de la puesta en escena y del recorrido del espectador en el espacio. Prácticas y ensayos de presentación oral.

Bloque 4. Comunicación y creación de audiencias: haciendo que ocurra (la "difusión")

1. **Comunicación con cero euros:** estrategias de difusión de alto impacto y bajo coste.
 - Elaboración de una nota de prensa y contacto con medios locales y agendas culturales.
 - Marketing de guerrilla y acciones creativas.
 - Relaciones públicas: contacto con asociaciones, centros educativos y colectivos de interés.
2. **Taller de comunicación digital**
 - Creación de una identidad visual básica para el evento (logotipo, colores, tipografía) usando herramientas como Canva.
 - Diseño del cartel y del programa de mano.
 - Planificación de una estrategia de redes sociales (Instagram, TikTok) para generar expectación y comunidad.
3. **Análisis de casos de prestigio (IV).** Deconstrucción de las campañas de comunicación de eventos culturales locales o nacionales (e.g., Festival Internacional de Cine de Gijón/Xixón, la Noche Blanca, festivales de verano).
4. **El proyecto del evento (IV).** Trabajo práctico: creación y ejecución del "Kit de Comunicación": diseño del cartel final, redacción de la nota de prensa, y gestión de las redes sociales del evento

Bloque 5. Producción, ejecución y evaluación: el Día D y el Día después (la "realidad")

1. **Producción y regiduría.** Roles y responsabilidades el día del evento. La importancia de la "escaleta" o cronograma minuto a minuto. Coordinación de artistas y equipo técnico.

2. **Taller de gestión de imprevistos:** Simulación de crisis y búsqueda de soluciones en tiempo real (un músico no llega, falla un proyector, etc.).
3. **La ejecución del evento.** Trabajo Práctico: realización de los ensayos generales y ejecución final de los eventos diseñados por los equipos.
4. **Evaluación y análisis post-evento:** la importancia del feedback para la mejora continua.
 - Técnicas para recoger la opinión del público (formularios online sencillos, conversación informal).
 - Autoevaluación del equipo: análisis de aciertos y errores en todas las fases del proyecto.
5. **El proyecto del evento (V).** Trabajo Práctico: redacción de una memoria final reflexiva sobre el proceso y los resultados del evento, incluyendo el feedback recogido y las lecciones aprendidas.

A través de estos contenidos se desarrollarán las siguientes competencias:

CT-01.0, 02.0, CT-02.1, CT-02.2, CT-03.0, CT-06.0, CT-11.0, CT-12.0, CT-12.1, CT-12.2, CT-13.0, CT-15.0, CT-15.1, CT-17.0, 01.1, CG-01.2, CG-04.1, CG-08.0, CG-13.2, CG-24.0, CG-25.0, CG-25.1, CE8, CE9, CE11, CE13

SECUENCIACIÓN DE CONTENIDOS

Primer cuatrimestre:

- Introducción a la asignatura.
- Fundamentos, conceptualización y planificación de eventos.
- Diseño de los primeros eventos (Santa Cecilia, Navidad, etc.)
- Desarrollo de guiones, materiales de comunicación.
- Ejecución de los dos primeros eventos.
- Evaluación de los dos primeros eventos.

Segundo cuatrimestre:

- Producción y ejecución de los eventos del segundo cuatrimestre (8M, Puertas Abiertas, etc.)
- Desarrollo de habilidades de presentación y comunicación en vivo.
- Evaluación final de los eventos y de la asignatura.
- Elaboración de la memoria/portfolio final.

6. METODOLOGÍA Y PLAN DE TRABAJO

La metodología será eminentemente práctica y participativa, basada en el "Aprendizaje basado en proyectos" (ABP), donde los proyectos serán los propios eventos a realizar.

- **Sesiones teóricas interactivas.** Introducción de conceptos clave y herramientas.

- **Talleres prácticos.** Desarrollo de habilidades específicas (diseño gráfico básico, redacción de guiones, técnicas de presentación, etc.).
- **Trabajo en equipo.** Los alumnos se organizarán en comités o grupos de trabajo para las diferentes fases y tareas de cada evento (dirección artística, producción, comunicación, etc.), con roles rotativos si es posible.
- **Tutorías grupales e individuales.** Seguimiento de los proyectos por parte del profesorado.
- **Simulaciones y estudios de caso.** Análisis de eventos reales y resolución de problemas hipotéticos.
- **Entrevistas o ponencias de profesionales invitados.** Productores, gestores culturales, diseñadores, comunicadores, etc.
- **Realización práctica de los eventos.** Puesta en escena de lo planificado.

Se desarrolla en consecuencia una metodología que:

- Trata de una **pedagogía activa y personalizada**, que involucra al estudiante como agente principal de su propio aprendizaje. El proceso se ajusta al potencial y las características únicas de cada uno, asegurando una experiencia inclusiva.
- A la vez, es un **modelo participativo y social**, donde se promueve la colaboración constante entre compañeros. Más que recibir lecciones, los alumnos trabajan juntos, aprendiendo a integrarse en un equipo y a valorar las ideas de los demás. La interacción constante exige y desarrolla competencias interpersonales clave, como la colaboración efectiva en grupo, la integración y el respeto por las aportaciones de los demás.

. ACTIVIDADES FORMATIVAS

- **Clases prácticas y otras actividades presenciales:** 28 horas
- **Trabajo no presencial, individual y en equipo (investigación, redacción, diseño individual):** 20 horas
- **Sesiones de evaluación:** 2 horas
- **Total:** 50 horas

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES

CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Estos criterios están diseñados para una evaluación continua, valorando tanto el proceso de trabajo como los resultados finales.

Participación activa y actitud en clase y talleres (20%): Implicación, iniciativa, aportaciones constructivas.

Trabajos y ejercicios prácticos individuales o en pequeño grupo (20%): Propuestas de diseño de evento, borradores de guion, diseño de cartel, plan de comunicación básico, etc.

Participación y desempeño en la organización y ejecución de los eventos (50%):

- Calidad de la planificación y diseño del evento (propuesta conceptual, programación, viabilidad).
- Eficacia en la gestión de tareas asignadas (producción, comunicación, logística).

- Calidad de los materiales generados (guiones, cartelería, notas de prensa).
- Desempeño en roles de presentación o coordinación durante el evento.

Memoria/informe final del proyecto o portfolio individual (10%): Reflexión crítica sobre el proceso de aprendizaje, los eventos realizados, los resultados obtenidos y las competencias adquiridas. Incluirá una autoevaluación y co-evaluación del trabajo en equipo.

1. Planificación y diseño del proyecto (30%)

- **Originalidad y coherencia del concepto:** se valorará la creatividad y solidez de la idea del evento, la definición clara de sus objetivos y del público al que se dirige.
- **Calidad y justificación de la programación artística:** Se evaluará la selección del repertorio, su adecuación al concepto del evento y la integración creativa de otras disciplinas artísticas si las hubiera.
- **Viabilidad y gestión de recursos:** Se medirá la capacidad del equipo para diseñar un proyecto realista, optimizando los recursos humanos, técnicos y espaciales disponibles en el centro.

2. Desarrollo y creación de materiales (30%)

- **Eficacia y creatividad de los materiales de comunicación:** Se calificará la calidad del cartel, los textos para redes sociales y la nota de prensa, valorando su impacto comunicativo y su coherencia visual.
- **Calidad de los guiones y la puesta en escena:** Se evaluará la estructura y redacción de los textos de presentación, así como el diseño de una puesta en escena que potencie la experiencia artística.

3. Ejecución y presentación del evento (20%)

- **Calidad de la producción y regiduría:** Se observará la organización, la fluidez de las transiciones y la correcta ejecución técnica durante la realización del evento.
- **Habilidades de comunicación en público:** Se valorará la claridad, el dinamismo y la capacidad de los presentadores para conectar con la audiencia.

4. Autoevaluación y competencias transversales (20%)

- **Capacidad de análisis y autocrítica:** Se evaluará la profundidad de la reflexión en la memoria final, identificando aciertos, errores y propuestas de mejora.
- **Implicación y trabajo en equipo:** Se valorará de forma continua la iniciativa, la autonomía, la capacidad para resolver problemas y la cooperación constructiva dentro del grupo.

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

El sistema aplicado en cada una de las evaluaciones del primer y segundo cuatrimestre se basará en los procedimientos expuestos a continuación. En lo referente a las audiciones, como parte fundamental de la metodología práctica de la asignatura, el alumnado se involucrará activamente en las producciones artísticas (audiciones, conciertos y otros eventos) programadas en el marco de la misma. Esta participación no se limitará al rol de intérprete, sino que abarcará un espectro amplio de funciones técnicas y de producción, tales como presentador, técnico de iluminación, regidor, acomodador o apuntador. La asignación de estos roles se definirá mediante consenso y planificación en el aula, y el desempeño en la función asignada será objeto de evaluación, constituyendo un ítem ponderable en la calificación final de la materia.

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
A. Observación directa	Diario del aula	20 %
B. Exámenes prácticos	Registro de examen	10 %
C. Audiciones	Registro de audiciones	30 %
D. Trabajos de aula	Registro de trabajo	40 %

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN EN CASO DE PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTINUA Y PARA LA SEGUNDA CONVOCATORIA DEL CURSO ACADÉMICO

El procedimiento aplicado será un examen que constará de 2 partes: la presentación de un proyecto individual y un examen práctico.

1. **ENTREGA DE PROYECTO INDIVIDUAL.** Una semana antes de la fecha del examen, el alumno deberá entregar un **proyecto completo de diseño de un evento musical destinado a realizarse en el Consumpa**. Este proyecto es la pieza central de la evaluación y sustituye el trabajo práctico en equipo. El proyecto deberá contener todos los materiales que se desarrollan en la asignatura y se evaluará según los siguientes criterios:

- **Conceptualización y programación:** originalidad, coherencia del concepto, calidad de la programación artística y justificación de la misma.
- **Guionización y diseño:** calidad de los textos del guion, creatividad de la puesta en escena y adecuación al público objetivo.
- **Comunicación y difusión:** eficacia y diseño del cartel, la nota de prensa y un plan básico de comunicación digital.
- **Plan de producción:** realismo y detalle del plan de trabajo, la ficha de necesidades técnicas y la "escaleta" o cronograma del evento.

2. **EXAMEN PRÁCTICO.** El examen no es un test teórico, sino una prueba práctica y de defensa oral. Se dividirá en dos partes:

Parte 1: Defensa del proyecto individual (aprox. 35-40 minutos)

El alumno deberá defender el proyecto que ha entregado. El profesor realizará preguntas específicas para evaluar la comprensión y el dominio real de la materia. Por ejemplo:

- *¿Por qué elegiste esta temática y este repertorio para tu público objetivo?*
- *Explica la decisión creativa detrás de tu cartel. ¿Qué buscas comunicar?*
- *¿Cuál es el mayor reto de producción de tu evento y cómo planeas solucionarlo?*
- *Justifica la estructura del guion que has presentado.*

Parte 2: Resolución de un caso práctico (aprox. 20-25 minutos)

Se le presentará al alumno una **situación o problema hipotético** relacionado con la producción de un evento. Deberá analizarlo y proponer una solución razonada y profesional de forma oral.

- **Ejemplo de caso práctico:** "Estás a cargo de un concierto de cámara en el auditorio. Diez minutos antes de empezar, el pianista te comunica que una de las cuerdas agudas del piano se ha roto. No hay un técnico disponible de inmediato. El público está esperando para

entrar. Describe, paso a paso, tu plan de acción y cómo gestionarías la comunicación con los artistas y el público".

EVALUACIÓN DEL PROYECTO. El proyecto individual tiene un valor total de 10 puntos y representa el **60% de la calificación final** de la asignatura. Se evaluará la calidad, coherencia y profesionalidad del diseño integral del evento musical propuesto.

La evaluación se estructura en cuatro grandes bloques, que se corresponden con los contenidos troncales de la asignatura.

1. Conceptualización y diseño artístico (Puntuación máxima: 3,5 puntos)

Criterio de Evaluación	Indicadores de Desempeño	Puntuación Máxima
1.1 Originalidad y coherencia del concepto	- Presenta una idea de evento creativa, bien definida y con una identidad clara. - Los objetivos artísticos y el público objetivo están perfectamente justificados. - El título, el <i>leitmotiv</i> y la narrativa general son coherentes y atractivos.	1,5 p.
1.2 Calidad de la programación artística	- La selección del repertorio es sólida, está bien argumentada y se adecúa al concepto. - La estructura del programa crea un "viaje" interesante para el espectador. - Si hay integración de otras artes, esta es significativa y no meramente decorativa.	1,5 p.
1.3 Puesta en escena y guion	- El diseño de la puesta en escena (iluminación, disposición) es creativo y potencia la propuesta artística. - Los textos del guion son de calidad, informativos y conectan con el público.	0,5 p.

2. Planificación y gestión de recursos (Puntuación máxima: 2,5 puntos)

Criterio de evaluación	Indicadores de desempeño	Puntuación máxima
2.1 Viabilidad y realismo del proyecto	- El proyecto está diseñado de forma realista, considerando los recursos de un centro público. - Demuestra capacidad para identificar y optimizar los medios disponibles.	1,0 p.
2.2 Plan de producción y "escaleta"	- Se presenta un cronograma de producción detallado, lógico y profesional. - La "escaleta" del día del evento está completa, es precisa y funcional.	1,0 p.
2.3 Ficha de necesidades técnicas	- El listado de necesidades técnicas es exhaustivo, preciso y está justificado.	0,5 p.

3. Comunicación y difusión (Puntuación máxima: 2,5 puntos)

Criterio de evaluación	Indicadores de Desempeño	Puntuación máxima
3.1 Calidad del material gráfico (cartel)	- El cartel tiene un diseño atractivo, profesional y comunica eficazmente la esencia del evento. - La información es clara, jerarquizada y está completa.	1,5 p.
3.2 Calidad de los materiales de prensa	- La nota de prensa está bien redactada, sigue una estructura profesional e incluye toda la información relevante. - Se presenta un plan de difusión coherente y adaptado a los medios disponibles.	1,0 p.

4. Presentación y calidad global del documento (Puntuación máxima: 1,5 puntos)

Criterio de evaluación	Indicadores de desempeño	Puntuación Máxima
4.1 Estructura y claridad	- El documento del proyecto está bien organizado, es fácil de leer y sigue una estructura lógica.	1,0 p.
4.2 Corrección y profesionalidad	- No hay errores de ortografía ni gramaticales. - El formato general del documento es limpio y profesional.	0,5 p.

EVALUACIÓN DEL EXAMEN FINAL. El examen final tiene un valor total de 10 puntos, que representará el 40% de la calificación final de la asignatura. Se evaluará la capacidad del alumno para defender su trabajo, argumentar sus decisiones y resolver problemas de forma profesional.

La evaluación del examen se estructura en las dos partes del examen:

Parte 1: Defensa del proyecto individual (Puntuación máxima: 6 puntos)

Criterio de evaluación	Indicadores de desempeño	Puntuación Máxima
1. Argumentación y justificación de decisiones	- Vincula de forma sólida el concepto artístico, la programación y el público objetivo. - Defiende con lógica y coherencia las estrategias de comunicación y diseño. - Explica razonadamente el plan de producción y la gestión de recursos.	3,0 p.
2. Profundidad y dominio del contenido	- Responde con seguridad y precisión a preguntas técnicas y conceptuales. - Demuestra un conocimiento profundo del proyecto que va más allá de lo escrito. - Utiliza con propiedad la terminología de la gestión de eventos.	2,0 p.
3. Claridad expositiva y comunicación oral	- Estructura sus respuestas de forma clara y ordenada. - Se expresa con fluidez, profesionalidad y capacidad de síntesis. - Mantiene una comunicación verbal y no verbal efectiva.	1,0 p.

Parte 2: Resolución de un caso práctico (Puntuación máxima: 4 puntos)

Criterio de evaluación	Indicadores de desempeño	Puntuación máxima
1. Análisis del problema y lógica de la solución	- Identifica rápidamente los aspectos críticos del problema presentado. - Propone un plan de acción con pasos lógicos y prioridades coherentes. - La solución propuesta es realista y eficaz para resolver la situación.	2,0 p.
2. Profesionalidad y gestión de la comunicación	- Considera en su plan a todas las partes implicadas (artistas, público, equipo). - Plantea una estrategia de comunicación (interna y externa) adecuada y empática. - Demuestra calma y una actitud orientada a la solución.	1,0 p.
3. Proactividad y pensamiento crítico	- No se limita a la solución básica, sino que anticipa posibles consecuencias. - Propone medidas para minimizar el impacto negativo o convertirlo en una anécdota manejable. - Demuestra capacidad para tomar decisiones bajo presión.	1,0 p.

Sistema de calificación

- La **nota del proyecto** será la suma de las puntuaciones obtenidas en cada criterio, sobre un total de 10 puntos.
- La **nota del examen** será la suma de las puntuaciones obtenidas en cada criterio, sobre un total de 10 puntos.
- Es necesario obtener una calificación mínima de **5,0 sobre 10** en el examen para poder hacer media con la nota del proyecto individual.
- Es necesario obtener una calificación mínima de **5,0 sobre 10** en el proyecto para poder hacer media con la nota del examen final.
- La **calificación final de la asignatura** se calculará con la siguiente ponderación:
 - **(Nota del proyecto individual × 0,60) + (Nota del examen final × 0,40) = Calificación final**

8. RECURSOS DIDÁCTICOS, BIBLIOGRÁFICOS Y DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA A.

Gestión general de eventos y proyectos culturales:

1. **Pallarès Piquer, M. (2016). *La producción de espectáculos y eventos culturales*. Editorial Síntesis.** (Fundamental y muy adaptado al contexto español).
2. **Bonet, L., & Négrier, E. (Coords.). (2018). *La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y casos*. Ediciones Gescénic.** (Específico para festivales, pero con principios aplicables).
3. **Allen, J. (2013). *Event Planning: The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events*. Wiley.** (Un clásico, aunque más enfocado a eventos corporativos, los principios de planificación son universales. Buscar ediciones más recientes).
4. **Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Events Management*. Routledge.** (Otro texto de referencia internacional, muy completo. Buscar ediciones más recientes).
5. **Getz, D., & Page, S. J. (2019). *Event Studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.** (Más académico, para profundizar en la teoría detrás de los eventos).
6. **Sáez, J. M. (2010). *Organización de eventos: Problemas logísticos y soluciones*. Ediciones Protocolo.** (Enfocado en la logística, muy práctico).
7. **Ministerio de Cultura y Deporte (España).** Suelen publicar guías y manuales sobre gestión cultural, patrocinio, etc. Conviene revisar su portal de publicaciones.

B. Creatividad, diseño y contenido artístico:

1. **Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. Ten Speed Press.** (Para fomentar la creatividad en la fase de diseño. Hay versiones en español).
2. **Ros, P. (2015). *Elaboración de un proyecto cultural: guía para la presentación de proyectos culturales*. Narcea Ediciones.** (Útil para estructurar las ideas).
3. **Schechner, R. (2011). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Libros de Aldebarán.** (Para entender la naturaleza del "performance" y su aplicación en eventos).
4. **Klinkenberg, J.M. (1996). *Manual de semiótica general*. FCE** (Para el análisis y creación de significado en los eventos, cartelería, etc.)
5. **Crespi, I., & Peverini, P. (2004). *Introducción a la semiótica de los nuevos medios*. Eudeba.** (Para entender la comunicación en soportes digitales).

C. Comunicación, marketing y difusión

1. **Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing*. Pearson Educación.** (La "biblia" del marketing, útil para entender los fundamentos).
2. **Kotler, P., Kotler, N., & Kotler, W. I. (2008). *Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. Jossey-Bass.** (Aunque enfocado a museos, muchos principios son aplicables a eventos culturales).
3. **San Eugenio, J. D. (2014). *Marketing y comunicación de la cultura y el sector creativo*. Editorial UOC.** (Específico para el sector cultural).
4. **Godin, S. (2007). *Permission Marketing: Turning Strangers into Friends and Friends into Customers*. Simon & Schuster.** (Ideas sobre cómo construir audiencias leales).

5. **Kawasaki, G. (2015). *The Art of Social Media: Power Tips for Power Users*. Portfolio Penguin.** (Guía práctica para redes sociales).
6. **Williams, R. (2015). *The Non-Designer's Design Book*. Peachpit Press.** (Principios básicos de diseño para su cartelería y materiales. Hay versiones en español). **D. Aspectos técnicos y de presentación:**
 1. **Gallo, C. (2014). *Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World's Top Minds*. St. Martin's Press.** (Consejos para las presentaciones en público. Hay versión en español).
 2. **Davis, H., & Davis, J. (2007). *Sound System Design and Optimization*. Focal Press.** (Para entender los fundamentos del sonido en eventos).
 3. Manuales o guías básicas sobre iluminación escénica.

Webgrafía

A. Organismos e instituciones (España):

1. **Ministerio de Cultura y Deporte (culturaydeporte.gob.es).** Ayudas, legislación, informes del sector, buenas prácticas.
2. **Acción Cultural Española (AC/E) (accioncultural.es).** Promueve la cultura española, ofrece recursos y convocatorias.
3. **Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM) (escenaymusica.mcu.es).** Programación, ayudas, recursos para profesionales.
4. **SGAE (Sociedad General de Autores y Editores) (sgae.es).** Información sobre derechos de autor, licencias para eventos.
5. **Federación Estatal de Asociaciones de Gestores Culturales (FEAGC) (feagc.org).** Recursos, noticias del sector, red de profesionales.
6. **Asociación de Promotores Musicales (APM) (apmusicales.es).** Información sobre la industria musical en vivo en España.

B. Plataformas y herramientas prácticas

1. **Canva (canva.com).** Herramienta online de diseño gráfico muy intuitiva para crear carteles, posts para redes sociales, programas de mano, etc. (Ideal para los alumnos).
2. **Trello (trello.com) / Asana (asana.com).** Herramientas de gestión de proyectos para organizar tareas en equipo.
3. **Eventbrite (eventbrite.es) / Meetup (meetup.com).** Plataformas para la difusión de eventos y gestión de entradas/asistentes.
4. **Mailchimp (mailchimp.com) / Sendinblue (sendinblue.com).** Para email marketing y comunicación con el público.
5. **Google Workspace (Google Docs, Sheets, Slides, Drive).** Para trabajo colaborativo en la creación de documentos, presupuestos, presentaciones.
6. **Unsplash (unsplash.com) / Pexels (pexels.com).** Bancos de imágenes gratuitas de alta calidad.

7. **DaFont (dafont.com) / Google Fonts (fonts.google.com).** Para descargar tipografías. **C. Blogs, revistas y comunidades online:**

1. **TED Talks (ted.com).** Inspiración para presentaciones, ideas creativas y storytelling.
2. **Event Manager Blog (eventmanagerblog.com).** Uno de los blogs de referencia internacional sobre organización de eventos (en inglés, pero muy útil).
3. **MarketingDirecto.com (marketingdirecto.com).** Noticias y artículos sobre marketing y publicidad en general, con secciones de eventos.
4. **Revista GODOT (revistagodot.com).** Información sobre artes escénicas en Madrid, puede servir de inspiración para formatos y programación.

5. Buscar blogs de gestores culturales o productores de eventos en España. **D. Recursos para guionización y presentación:**

1. **Toastmasters International (toastmasters.org).** Organización mundial dedicada a mejorar habilidades de comunicación y liderazgo.
2. Recursos online sobre escritura creativa y storytelling.