ANEXOS

UNIVERSIDAD

ICESI

MINISTERIO DE CULTURA
DIRECCIÓN DE ARTES
CONVENIO No. 2012 de 2022
MINISTERIO DE CULTURA Y LA CORPORACIÓN PI3NSA
FORMATO SOLICITUD DE CONTRATACIÓN

Fecha de Solicitud (dd/mm/aaaa)	18/07/2022
Área Solicitante	Dirección de Artes – Grupo de Música
Delegado del Área para el Proyecto	Coordinador de Formación
Proyecto	Formación a Formadores
RUBRO	Ítem 2: Talleres prácticos de la industria musical - Mercadeo de un proyecto musical Ítem 3: Talleres prácticos de la industria musical - Herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical
TIPO DE CONTRATO	Contrato de prestación de servicios
Nombre del Contratista	Carlos Andrés Bonilla
Cédula	
Teléfono	317 4282318
Correo electrónico	cabonilla@icesi.edu.co
Objeto del Contrato	Desarrollar un (1) Taller práctico de la industria musical - Mercadeo de un proyecto musical y un (1) Taller práctico de la industria musical - Herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical en el marco del Convenio No. 2012 de 2022 suscrito entre el Ministerio de Cultura y la Corporación Pi3nsa.
Obligaciones	1. Concertar con el Área de Música del Ministerio de Cultura las características, alcances y condiciones del taller que hacen parte del objeto de este convenio, teniendo en cuenta los documentos generados para tal efecto desde el Ministerio de Cultura. 2. Concertar un plan de trabajo y cronograma general, que incluya actividades, tiempos, alcances, productos. 3. Participar en mesas de trabajo temáticas sobre los contenidos del taller para detallar el desarrollo de los mismos. 4. Desarrollar de manera técnica el análisis y el diseño metodológico de las sesiones de formación dirigidas a población de los municipios requeridos por el Ministerio de Cultura.

Servicio al Ciudadano
servicioalciudadano@mincultura.gov.co
Línea gratuita 018000 938008
Bogotá D.C., Colombia - Sur América

Sede correspondencia
Edificio Carrera 8 No. 8 - 26
Teléfono (571) 3424100 • www.mincultura.gov.co

	5. Presentar para aprobación del supervisor del contrato o quien delegue y de acuerdo con el cronograma previamente establecido, la estructura de los cursos que deberá contener como mínimo los siguientes elementos: Título, Objetivos, Descripción de la metodología, Mapa conceptual, recursos de apoyo que complementan el estudio del curso (lecturas, glosario, referencias bibliográficas, sitios web, videos, animaciones, imágenes, entre otros), descripción de las actividades y tiempo estimado de dedicación del estudiante en cada uno de los módulos, Cronograma de trabajo, duración de cada módulo y contenidos a desarrollar de acuerdo a los temarios acordados conjuntamente por el Ministerio. 6. Realizar los ajustes que solicite el supervisor del contrato o a quien delegue en las temáticas, especificaciones técnicas y metodológicas, de acuerdo a las necesidades del Ministerio de Cultura. 7. Presentar las hojas de vida de todo el recurso humano exigido para verificación de requisitos y aprobación por parte del supervisor que designe el Ministerio del Cultura; en caso de ser necesario hacer ajustes y realizar los cambios pertinentes de los profesionales de acuerdo con el cronograma establecido. 8. Liderar la convocatoria y proceso de selección de los estudiantes del taller según lo solicitado por el Ministerio de Cultura. 9. Sistematizar, en la base de datos que indique el Ministerio de Cultura, la información recolectada en la etapa de inscripciones, desarrollo, asistencia y evaluación de acuerdo con los parámetros establecidos por el área de música. 10. Desarrollar el taller de acuerdo a las especificaciones técnicas acordadas conjuntamente con el Ministerio, haciendo uso de los documentos generados para tal efecto desde el Ministerio de Cultura. 11. Alojar el taller plataforma virtual de formación del Ministerio del Cultura y garantizar el correcto funcionamiento del curso. 12. Participar en actividades de evaluación, seguimiento y coordinación del taller objeto del convenio. 13. Garantizar que los tutores y profesores dispongan de las herramientas necesarias para cumplir con sus actividades. 14. Realizar la coordinación académica, la supervisión de calidad del taller y su seguimiento desde el ámbito educativo y administrativo. 15. Ceder al Ministerio del Cultura la propiedad del curso y de los materiales didácticos que sean elaborados explícitamente para el desarrollo del curso. 16. Entregar material didáctico, pedagógico y de formación específicamente elaborado para el taller del Ministerio del Cultura. 17. Presentar al supervisor asignado por el Ministerio de Cultura, un informe periódico sobre la ejecución del convenio, detallando la

	asistencia y los resultados del aprendizaje individual y grupal, llevando estadísticas por cada uno de los módulos desarrollados para el curso. 18. Cumplir los cronogramas acordados con el Ministerio del Cultura. 19. Reportar por escrito a la mayor brevedad posible al supervisor del convenio, cualquier sugerencia que contribuya a la obtención de mejores resultados para la virtualización y puesta en marcha del curso. 20. Remitir por correo electrónico la tabulación en Excel de la participación, asistencia y resultados de las evaluaciones. 21. Expedir y entregar las certificaciones a los participantes del curso que cumplan con la asistencia acordada con el Supervisor del convenio y remitir copia en PDF o Físico al Ministerio. 22. Proporcionar las evidencias del desarrollo metodológico con los estudiantes: Listas de asistencia, seguimiento a deserción, proceso de evaluación, evidencias audiovisuales de la formación. 23. Brindar la información necesaria que sea solicitada por el Ministerio de Cultura con el fin de acompañar el proceso formativo. 24. Participar en las reuniones convocadas por el Ministerio de Cultura para realizar seguimiento al plan de trabajo y los objetivos propuestos. 25. Realizar evaluaciones de percepción y conocimientos (pretest/postest) según los parámetros acordados con el supervisor del convenio. 26. Entregar un documento de análisis, reflexión y seguimiento del proceso que incluya sugerencias de mejora. 27. Entregar informe de actividades a la entidad en convenio, en las fechas establecidas, con el fin de tramitar el pago. 28. Al finalizar el contrato, entregar una relación en medio magnético correspondiente a los archivos digitales que haya elaborado durante la ejecución del presente contrato, este informe deberá ser avalado por el supervisor como requisito previo a la liquidación del contrato. 29. Las demás que se requieran para el cabal desarrollo del objeto contractual
Valor	CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS M/CTE ($48.000.000) incluyendo todos los impuestos a que tenga lugar.
Forma de Pago	Un primer pago del 50% a la firma del contrato, previa entrega de cronograma, plan de trabajo y estructura del curso. Un segundo pago del 50% a la finalización, previa entrega de informe final y productos
Fecha de Inicio	18/07/2022

(dd/mm/aaaa)	
Fecha de Finalización (dd/mm/aaaa)	18/11/2022
Productos	i. Plan de trabajo, cronograma general y estructura del curso. ii. Certificado de asistencia. iii. Material audiovisual de las clases del taller impartido por parte de la entidad. iv. Entregar un documento de análisis, reflexión y seguimiento del proceso que incluya sugerencias de mejora. v. Informe final de actividades con evidencias de los ciclos de formación y las obligaciones del contrato.

Cordial saludo



SUSANA PALACIOS DAVID
Coordinadora del Grupo de Música

Aprobó: Susana Palacios
Revisó: Clemencia Noreña
Elaboró: Angelica Frascica

CONVENIO ESPECÍFICO DE COOPERACIÓN ENTRE LA CORPORACIÓN PI3NSA Y LA UNIVERSIDAD ICESI

Entre los suscritos, por una parte, **MARIA CAMILA SUAREZ NAVARRO** identificada con cédula de ciudadanía No. 1.098.731.604 de Bogotá quien obra en nombre y Representación Legal de la **CORPORACIÓN PI3NSA**, identificada con NIT número 900673217-3, entidad sin ánimo de lucro, como consta en el certificado de existencia y representación legal y quien manifiesta no hallarse incurso en ninguna de las causales constitucionales y legales de inhabilidad, incompatibilidad ni conflicto de interés, y quien para todos los efectos legales se denominará **LA CORPORACIÓN**, y **ESTEBAN PIEDRAHITA URIBE** mayor de edad, domiciliado y residente en la ciudad de Cali (Valle del Cauca), identificado con la cédula de ciudadanía No. 94.295.998 de Candelaria, quien actúa en calidad de representante legal de la UNIVERSIDAD ICESI, con domicilio en la ciudad de Cali (Valle del Cauca), e identificada bajo el NIT: 890-316745-5**,** hemos acordado celebrar el presente Convenio Específico de Cooperación, previo a las siguientes consideraciones:

CONSIDERANDO

1. Que la **CORPORACIÓN PI3NSA** tiene como objetivo en lo concerniente a la intervención social: reivindicar la educación integral como pilar del desarrollo humano, social, político y económico, en sentido para la vida. Su apuesta es por un nuevo concepto y propósito de la educación, para una nueva sociedad. Identificar, promover, formular, gerenciar proyectos de investigación y desarrollo social, cultural y económico. Presentar ante entidades públicas, privadas, internacionales y no gubernamentales, proyectos de intervención social, para su financiación, ejecución, seguimiento y evaluación. Promover y practicar la ética en la práctica de los saberes y en el actuar humano en general.

2. Que la **CORPORACIÓN PI3NSA** trabaja mediante el Convenio 2012 del 2022 con el Ministerio de Cultura en el Plan Nacional de Música para la Convivencia (PNMC), el cual "**pretende establecer una política de Estado hacia la**

música, que contribuya a fortalecer la expresión musical individual y colectiva como factor de construcción de ciudadanía, y a favorecer la sostenibilidad del campo musical a través de la inversión pública continuada y de la articulación de actores, en condiciones de equidad."

3. Que la **Universidad ICESI** y la **CORPORACIÓN PI3NSA** comparten campos de interés entorno al desarrollo de procesos de investigación, extensión solidaria y formación, realización de eventos de carácter académico y divulgativo como Talleres, prácticos de la industria musical – mercadeo de un proyecto musical.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, hemos acordado el presente Convenio Específico de Cooperación, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

PRIMERA. –. OBJETO: El presente Convenio Específico de Cooperación tiene por objeto aunar esfuerzos entre la **UNIVERSIDAD ICESI** y la **CORPORACIÓN PI3NSA** para *"Desarrollar un (1) Taller en modalidad híbrido, práctico de la industria musical – mercadeo de un proyecto musical con el objetivo de fortalecer la capacidades pedagógicas y didácticas a través de los lenguajes artísticos y musicales y (1) Taller práctico de la industria musical – herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical."*

SEGUNDA. –. COMPROMISOS:

COMPROMISOS DE LA UNIVERSIDAD:

1. Desarrollar la estructura curricular del Taller, práctico de la industria musical – mercadeo de un proyecto musical.
2. Desarrollar la estructura curricular del Taller práctico de la industria musical – herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical.
3. Certificar a los participantes que cursen a satisfacción un 85% de los talleres.
4. Contratar las personas idóneas para que desarrollen las actividades propuestas.
5. Garantizar la calidad de la propuesta pedagógica y formativa.

6. Proveer la capacidad administrativa y logística necesaria para el cumplimiento del convenio.
7. Participar activamente del Comité Técnico y demás instancias que se generen para el seguimiento del presente convenio.
8. Entregar material didáctico, pedagógico y de formación específicamente elaborado para el taller del Ministerio del Cultura.
9. Alojar el taller plataforma virtual de formación del Ministerio del Cultura y garantizar el correcto funcionamiento del curso.
10. Desarrollar el taller de acuerdo a las especificaciones técnicas acordadas conjuntamente con el Ministerio, haciendo uso de los documentos generados para tal efecto desde el Ministerio de Cultura.

TERCERA. –. COMPROMISOS:

COMPROMISOS DE LA CORPORACIÓN:

1. Entregar la información necesaria en tiempos y oportunidad para realizar las convocatorias de profesores a que haya lugar.

2.Transferir a la cuenta indicada de la **UNIVERSIDAD ICESI** valor de **CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS MCTE. ($48.000.000)** incluyendo todos los impuestos a que tenga lugar, correspondientes al valor del Diseño y desarrollo de un Taller, práctico de la industria musical – mercadeo de un proyecto musical y de Taller práctico de la industria musical – herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical.

3. Participar activamente del Comité Técnico y demás instancias que se generen para el seguimiento del presente convenio.

4.Facilitar la coordinación y articulación de los diferentes equipos de trabajo.

5.Asegurar la ejecución de los diferentes componentes del proyecto, de los que pueda depender las actividades de las que la Universidad es Responsable.

6.En caso de divulgar los resultados del proyecto dar los respectivos créditos a la Universidad.

CUARTA. -. DURACIÓN: El presente Convenio Específico de Cooperación tendrá un plazo de ejecución de cinco (5) meses, contados a partir de la suscripción de este documento.

QUINTA. -. CONDICIONES FINANCIERAS: La **CORPORACIÓN PI3NSA** es la responsable de recibir el monto total otorgado por recursos del Ministerio de Cultura en el marco del convenio No. 2012 de 2022, y deberá transferir a la UNIVERSIDAD el monto de **CUARENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS MCTE. ($48.000.000).** Los pagos serán de la siguiente manera: Un primer pago correspondiente al 30% del valor total del convenio contra entrega de Plan de trabajo que incluye cronograma, hojas de vida del equipo y estructura un (1) Taller, práctico de la industria musical – mercadeo de un proyecto musical y de un (1) Taller práctico de la industria musical – herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical concertado en primera sesión del Comité Técnico de Seguimiento a los 15 días calendario de la suscripción del convenio.

Un segundo pago correspondiente al 40% del valor total del convenio, contra entrega de Informe parcial de actividades, con los soportes que den cuenta de la ejecución, a los dos meses de la suscripción del convenio.

Un tercer y último pago correspondiente al 30% del valor total del convenio, contra entrega de Informe final de actividades con los soportes que den cuenta de la ejecución y documento sobre las reflexiones del proceso y sugerencias para futuras aplicaciones, al término del convenio.

SEXTA. -. EJECUCIÓN DE BUENA FE. Las partes manifiestan que el presente Convenio, es producto de la buena fe, por lo que realizarán todas las acciones posibles para su debido cumplimiento.

SÉPTIMA. -. COORDINACIÓN. Para facilitar el desarrollo del convenio y velar por su correcta ejecución, cada institución facilitará la comunicación y prestarán la asesoría correspondiente para la realización y evaluación de las actividades planteadas, a través de:

Por LA **CORPORACIÓN:**

Nombre: **John Alexander López Benavides**
Cédula: **1.085.254.444**
Cargo: Director de proyectos
Dirección: Avenida 4 norte # 10N -130 edificio paseo Bolívar 1002
Ciudad: Cali
Teléfono: **3016444672**
E-mail: Pi3nsa@gmail.com

Por **LA UNIVERSIDAD:**

Nombre: CARLOS ANDRÉS BONILLA
Cédula: **94.072.972**
Cargo: **Director Centro de producción creativa 312**
Dirección: Cl. 18 #122-135
Ciudad: Cali, Valle del Cauca
Teléfono: (602) 5552334
E-mail: **cabonilla@icesi.edu.co**

OCTAVA. -. EXCLUSIÓN DE VINCULACIÓN LABORAL: La celebración y ejecución del presente Convenio Específico de Cooperación no genera vínculo laboral alguno entre **LA UNIVERSIDAD,** y **LA CORPORACIÓN** ni con sus dependientes o personal que se subcontrate o vincule al proyecto. Los derechos de cada una de las partes se limitarán, de acuerdo con la naturaleza del presente Convenio Específico, a cumplir cabalmente con las obligaciones derivadas del mismo.

NOVENA. -. NO EXISTENCIA DEL RÉGIMEN DE SOLIDARIDAD: No existe régimen de solidaridad entre las partes que suscriben el presente Convenio, en razón a que cada una responde por las obligaciones que se establecen en el mismo.

DÉCIMA. -. PROPIEDAD INTELECTUAL: La Propiedad Intelectual y Derechos de Autor que se generen como consecuencia, o sean causa directa o indirecta de la

ejecución del presente Convenio Específico de Cooperación, pertenecerán a ambas partes en proporciones iguales de conformidad con lo establecido en la Ley 23 de 1982 y demás disposiciones legales vigentes.

PARÁGRAFO PRIMERO. EL CONTRATANTE y EL MINISTERIO DE CULTURA podrán utilizar los contenidos, resultados parciales y los productos resultantes de la ejecución del contrato, para adaptarlos e incluirlos en cualquier momento y clasede producto que considere necesario

DÉCIMA PRIMERA. –. MODIFICACIÓN O PRÓRROGAS: El presente Convenio Específico podrá ser modificado, o prorrogado por acuerdo entre las partes. Para el efecto, el acuerdo que lo contenga deberá constar por escrito y firmado por cada una de las partes a iniciativa de cualquiera de las dos.

DÉCIMA SEGUNDA. –. SUSPENSIÓN DEL CONVENIO ESPECÍFICO: Las partes, de común acuerdo podrán suspender el presente Convenio Específico de Cooperación, cuando se presenten circunstancias constitutivas de caso fortuito o fuerza mayor, debidamente justificadas, que demoren, interrumpan o perjudiquen la ejecución del mismo. Para este efecto se suscribirá un acta en la cual se indicarán las razones de la suspensión y el término de duración de la misma.

DÉCIMA TERCERA. –. CAUSALES DE TERMINACIÓN: El presente Convenio Específico terminará: **a)** Por mutuo acuerdo de las partes elevado a escrito, **b)** Por el vencimiento del plazo, **c)** Por la debida ejecución del objeto pactado y cumplimiento de las obligaciones de las partes, **d)** Por fuerza mayor o caso fortuito que impidan su continuidad, **d)** Por las demás causales establecidas en la ley para este tipo de Convenios.

DÉCIMA CUARTA. –. LIQUIDACIÓN DEL CONVENIO ESPECÍFICO: El presente Convenio Específico se liquidará dentro de los cuatro (4) meses siguientes a su terminación.

DÉCIMA QUINTA. –. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS: Las partes acuerdan que en el evento de que surjan diferencias entre ellas, por razón o con ocasión del presente Convenio Específico, las mismas buscarán solucionar en forma ágil, rápida y directa sus diferencias, y para el efecto acudirán en primer término al arreglo directo, o a la transacción, conciliación, o cualquier forma extrajudicial, de conformidad con las normas vigentes sobre la materia. En caso de ausencia de acuerdo extrajudicial, acudirán a la justicia ordinaria.

DÉCIMA SEXTA. –. INDEMNIDAD: Las partes se mantendrán indemnes mutuamente contra todo reclamo, demanda, acción legal y costo que puedan causarse o surgir por daños o lesiones a personas o propiedades de terceros, durante la ejecución del objeto del presente convenio. Se consideran como hechos imputables a cada una de LAS PARTES, todas las acciones u omisiones y en general cualquier incumplimiento en sus compromisos

DÉCIMA SEPTIMA. –. CESIÓN: El presente Convenio Específico no podrá cederse total ni parcialmente a persona alguna, sin autorización escrita por las partes que suscriben el presente Convenio Específico de Cooperación.

DÉCIMA OCTAVA. –. PERFECCIONAMIENTO: El presente Convenio Específico se entiende perfeccionado con la firma de las partes.

Para constancia se firma en Santiago de Cali a los trece (13) días del mes de julio de dos mil veintidós (2022).

LA CORPORACION:

MARÍA CAMILA SUAREZ NAVARRO
C.C. 1.098.731.604 de Cali.
Representante Legal
Corporación Pi3nsa

LA UNIVERSIDAD:

Esteban Piedrahita
Esteban Piedrahita (22 jul. 2022 14:56 CDT)

ESTEBAN PIEDRAHITA URIBE
C.C. 94.295.998 de Candelaria
Representante legal
Universidad Icesi

FIRMA ELECTRÓNICA DE CONVENIO CORPORACIÓN PI3NSA

Informe de auditoría final 2022-07-22

Fecha de creación:	2022-07-18
Por:	Universidad Icesi (ventanillaunicaicesi@icesi.edu.co)
Estado:	Firmado
ID de transacción:	CBJCHBCAABAAA4jsBXmPK1c8wRk6vRnu44gj15wrqaYG

Historial de “FIRMA ELECTRÓNICA DE CONVENIO CORPORACIÓN PI3NSA”

Universidad Icesi (ventanillaunicaicesi@icesi.edu.co) ha creado el documento.
2022-07-18 - 21:07:53 GMT

El documento se ha enviado por correo electrónico a pi3nsa@gmail.com para su firma.
2022-07-18 - 21:10:45 GMT

pi3nsa@gmail.com ha visualizado el correo electrónico.
2022-07-19 - 21:18:10 GMT

El firmante pi3nsa@gmail.com firmó con el nombre de MARIA CAMILA SUAREZ NAVARRO
2022-07-19 - 22:58:36 GMT

MARIA CAMILA SUAREZ NAVARRO (pi3nsa@gmail.com) ha firmado electrónicamente el documento.
Fecha de firma: 2022-07-19 - 22:58:38 GMT. Origen de hora: servidor.

El documento se ha enviado por correo electrónico a epiedrahita@icesi.edu.co para su firma.
2022-07-19 - 22:58:39 GMT

epiedrahita@icesi.edu.co ha visualizado el correo electrónico.
2022-07-20 - 23:20:33 GMT

epiedrahita@icesi.edu.co ha visualizado el correo electrónico.
2022-07-21 - 14:20:10 GMT

epiedrahita@icesi.edu.co ha visualizado el correo electrónico.
2022-07-22 - 19:55:30 GMT

El firmante epiedrahita@icesi.edu.co firmó con el nombre de Esteban Piedrahita
2022-07-22 - 19:56:04 GMT

Adobe Acrobat Sign





CÉDULA DOCTOR ESTEBAN PIEDRAHITA URIBE – RECTOR UNIVERSIDAD ICESI

DIAN
POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA

Formulario del Registro Único Tributario

001

2. Concepto 1 3 Actualización de oficio

4. Número de formulario 14848316145

(415)7707212489984(8020) 000001484831614 5

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	12. Dirección seccional	14. Buzón electrónico
8 9 0 3 1 6 7 4 5	5	Impuestos de Cali 5	

IDENTIFICACIÓN

24. Tipo de contribuyente	25. Tipo de documento	26. Número de Identificación	27. Fecha expedición
Persona jurídica 1			

Lugar de expedición	28. País	29. Departamento	30. Ciudad/Municipio

31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre	34. Otros nombres

35. Razón social
UNIVERSIDAD ICESI

36. Nombre comercial	37. Sigla
UNIVERSIDAD ICESI	UNIVERSIDAD ICESI

UBICACIÓN

38. País	39. Departamento	40. Ciudad/Municipio
COLOMBIA 1 6 9	Valle del Cauca 7 6	Cali 0 0 1

41. Dirección principal
CL 18 122 135

42. Correo electrónico facturaeclientes@icesi.edu.co

43. Código postal	44. Teléfono 1	45. Teléfono 2
7 6 0 0 0 3 1	5 5 5 2 3 3 4	

CLASIFICACIÓN

Actividad económica				Ocupación	
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades			
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	1	2	51. Código	52. Número establecimientos
8 5 4 4	2 0 1 3 0 1 0 8	7 0 2 0	2 0 1 3 0 1 0 8		7 2 2 0	7 2 1 0		

Responsabilidades, Calidades y Atributos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
53. Código	4	7	1	0	1	4	1	6	4	2	5	2	5	5												

04- Impto renta y compl. régimen especial 55 - Informante de Beneficiarios Finales
07- Retención en la fuente a título de rent
10- Obligado aduanero
14- Informante de exogena
16- Obligación facturar por ingresos bienes
42- Obligado a llevar contabilidad
52 - Facturador electrónico

Obligados aduaneros										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
54. Código	2 3	2 2								
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

Exportadores				
55. Forma	56. Tipo	Servicio	1	2	3
3	3	57. Modo	4	4	4
		58. CPC	8 1	8 2	8 3

IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario -RUT-, tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación

Para uso exclusivo de la DIAN

59. Anexos SI [ ] NO [X] 60. No. de Folios: 0 61. Fecha 2022 - 08 - 13 / 00 : 05: 26

La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz; en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso.
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2016
Firma del solicitante:

Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice.
Firma autorizada:

984. Nombre ACTUACIÓN DE OFICIO AUTOMÁTICA
985. Cargo

Fecha generación documento PDF: 17-08-2022 03:26:15PM

COPIA CERTIFICADO DOCUMENTO SIN COSTO

Planificación Detallada del Proyecto

Componente	Actividad	Responsable	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				Estado	% cumplimiento	Observaciones
			S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4			
Alistamiento	Análisis de necesidades formativas	Universidad Icesi																														100%	
	Diseño curricular	Talleristas - Universidad																														100%	
Ejecución	Convocatoria	Corporación Pi3nsa, Universidad Icesi y Ministerio.																														0%	
	Selección de participantes	Corporación Pi3nsa,																														0%	
	Ejecución de talleres	Universidad Icesi																														0%	
Comunicaciones																																0%	
Seguimiento y monitoreo	Seguimiento pedagógico (semanal)	Universidad Icesi																														0%	
	Seguimiento didáctico (semanal)	Universidad Icesi																														0%	
	Seguimiento administrativo (semanal)	Corporación Pi3nsa																														0%	
Reporte de información	Informe inicial	Corporación Pi3nsa																														0%	
	Informe parcial	Corporación Pi3nsa																														0%	
	Informe final	Corporación Pi3nsa																														0%	

UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

PROPUESTA TALLERES ICESI

Dentro del marco del *Plan Nacional de la Música para la Convivencia* y en *convenio de asociación* con la corporación Pi3nsa, la Universidad ICESI propone los siguientes dos talleres para realizarse del mes de agosto hasta noviembre del presente año.

1. TALLER EN HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE UN PROYECTO MUSICAL

Descripción general:

Este taller aborda diferentes herramientas de promoción y difusión que se utilizan actualmente en la gestión de proyectos musicales. Partiendo de la exploración del ecosistema musical actual y por medio de la práctica, busca aclarar los conceptos básicos y construir habilidades que permitan aplicar dichas herramientas en diferentes proyectos musicales, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

Objetivo general

Este taller busca que las/los participantes puedan aplicar diferentes herramientas de promoción y difusión en la gestión de proyectos musicales.

Objetivo Específicos

- Entender cómo funciona la cadena de valor de la música, los actores involucrados y el ecosistema digital actual.
- Conocer diferentes herramientas de promoción y difusión de las plataformas digitales y YouTube.
- Usar, de manera pertinente y contextualizada, diferentes herramientas de promoción y difusión enfocadas en el music marketing.
- Usar el Análisis de data como herramienta para la toma de decisiones.
- Aplicar herramientas del marketing digital para los proyectos musicales.

Metodología

Este es un taller virtual dividido en tres etapas, cada una con tres sesiones y tres ejercicios de aplicación. La construcción de conceptos y el abordaje teórico estará direccionado a la realización de actividades prácticas que permitan la aplicación crítica de las herramientas abordadas. Basado en los principios del aprendizaje activo, se estimulará el involucramiento de los participantes en sus propios procesos de aprendizaje, siempre con una postura crítica y reflexiva. La plataforma Intu, será el LMS sobre el que se gestione el proceso de aprendizaje y los estudiantes puedan acceder al material instructivo y a los recursos para su trabajo autónomo.

Organización del curso

Eje Temático 1 - Generalidades/Contexto de la Industria Musical

- Ecosistema Digital
- Derechos de Autor y Conexos
- Distribución Digital: procesos, actores
- Plataformas Digitales de música: contexto Colombia + mundo
- YouTube: contexto Colombia + mundo
- Plataformas "Direct 2 Fan": Tiktok + Redes Sociales

Eje Temático 2 - Branding & Content Marketing

- Branding Musical: conceptualizar un proyecto musical
- Content Marketing: Estrategia de Contenidos para proyectos musicales

Eje Temático 3 - Herramientas de promoción y difusión digitales

- Herramientas de promoción y difusión de las Plataformas Digitales
- Herramientas de promoción y difusión de YouTube
- Herramientas de Redes Sociales/Plataformas de Video Corto

- Herramientas de promoción y difusión de "Music Marketing"
- Marketing Digital aplicado a la música
- Influencer Marketing

Eje Temático 4 - Herramientas de promoción y difusión tradicionales

- Herramientas BTL, OOH
- Radio & Prensa
- Convocatorias & Conciertos

Cronograma clases semanales

SEMANA (5 horas)	TEMA
1	Ecosistema Digital Distribución Digital: procesos, actores
2	Derechos de Autor Derechos Conexos Generalidades Legales de temas fonográficos Generalidades del Publishing Anatomía de los contratos Contratos de Publishing Contratos de Distribución/Label

3	Plataformas Digitales de música: contexto Colombia + mundo YouTube: contexto Colombia + mundo. Plataformas "Direct 2 Fan": Tiktok + Redes Sociales
4	**PRÁCTICO: CONSTRUCCIÓN y ANÁLISIS DEL ECOSISTEMA DE ARTISTA**
5	Branding Musical: conceptualizar un proyecto musical
6	Content Marketing: Estrategia de Contenidos para proyectos musicales
7	**PRÁCTICO: CONCEPTUALIZAR UN PROYECTO (BRIEF)**
8	Herramientas de promoción y difusión de las Plataformas Digitales:Spotify Amazon y Apple Music
9	Herramientas de promoción y difusión de YouTube Herramientas de YouTube Mejores Prácticas para lanzamientos musicales
10	Herramientas de Redes Sociales/Plataformas de Video Corto META (Instagram + Facebook) TikTok
11	**MASTERCLASS #1**
12	Marketing Digital aplicado a la música - Pauta en Redes Sociales/Tik Tok - Google Ads para YouTube
13	Herramientas de promoción y difusión de "Music Marketing" - Email Marketing - Influencer Marketing - Pitch
14	**MASTER CLASS #2**
15	Herramientas Tradicionales: BTL, OOH, Radio y Prensa, Convocatorias& Conciertos
16	**PRÁCTICO: REVISIÓN DE CASOS y EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS**

2. MERCADEO PARA UN PROYECTO MUSICAL

Objetivo General
Este taller busca que las/los participantes puedan estructurar, de forma estratégica y ordenada la promoción y difusión de sus proyectos musicales.

Objetivo Específicos
- Reconocer la importancia de construir una marca musical con todos sus elementos (más allá del diseño de imagen)
- Identificar los elementos necesarios para el desarrollo de una estrategia de comunicación eficaz en un proyecto musical.
- Desarrollar una estrategia, orientada al cumplimiento de objetivos, que permita al proyecto musical una presencia digital
- Reconocer los elementos fundamentales del negocio de la música para estructurar un modelo que permita entender, aprovechar y diversificar los recursos del proyecto.

Ejes Temáticos

1. **Music Branding** (15 horas)
   - La estrategia del Music Branding
   - Los 4 ejes del Music Branding : Esencia, propósito, personalidad, posicionamiento
   - Conectando con el propósito: música y tribu.
   - Los puntos de referencia: el benchmark.
   - Diferencias entre Branding y Marketing: la música como arte y producto.

2. **Estrategia de comunicación de un proyecto musical** (15 horas)
   - Marketing
   - Estrategia Creativa
   - Publicidad
   - Diseño
   - Estrategia de lanzamiento

3. **Contenidos Digitales** (30 horas)
   - Estrategia digital
     - Objetivos
     - Audiencia
     - Tipos de contenido
     - Canales
     - Pauta
   - Creación de contenidos
     - Planeación
     - Copias

- Influencer marketing
  - Tendencias de TikTok
  - Awareness vs Performance
  - Influencers en la música, ¿Cómo funciona?
  - ¿Streams con influencer?
  - Cómo lograr el éxito con influencers

4. Music Business (20 horas)

- Modelo de negocio
- Management
- El negocio de la edición musical
- El negocio de la música grabada
- El negocio de la música en vivo
- El negocio del artista

TALLERISTAS PRINCIPALES:

1. **Isabella Ariza**
   Hoja de vida:
   https://drive.google.com/file/d/1boMnWemseJN11xMrbACAo5USWz1S6ZGx/view?usp=sharing
   Correo electrónico: isaariza0102@gmail.com

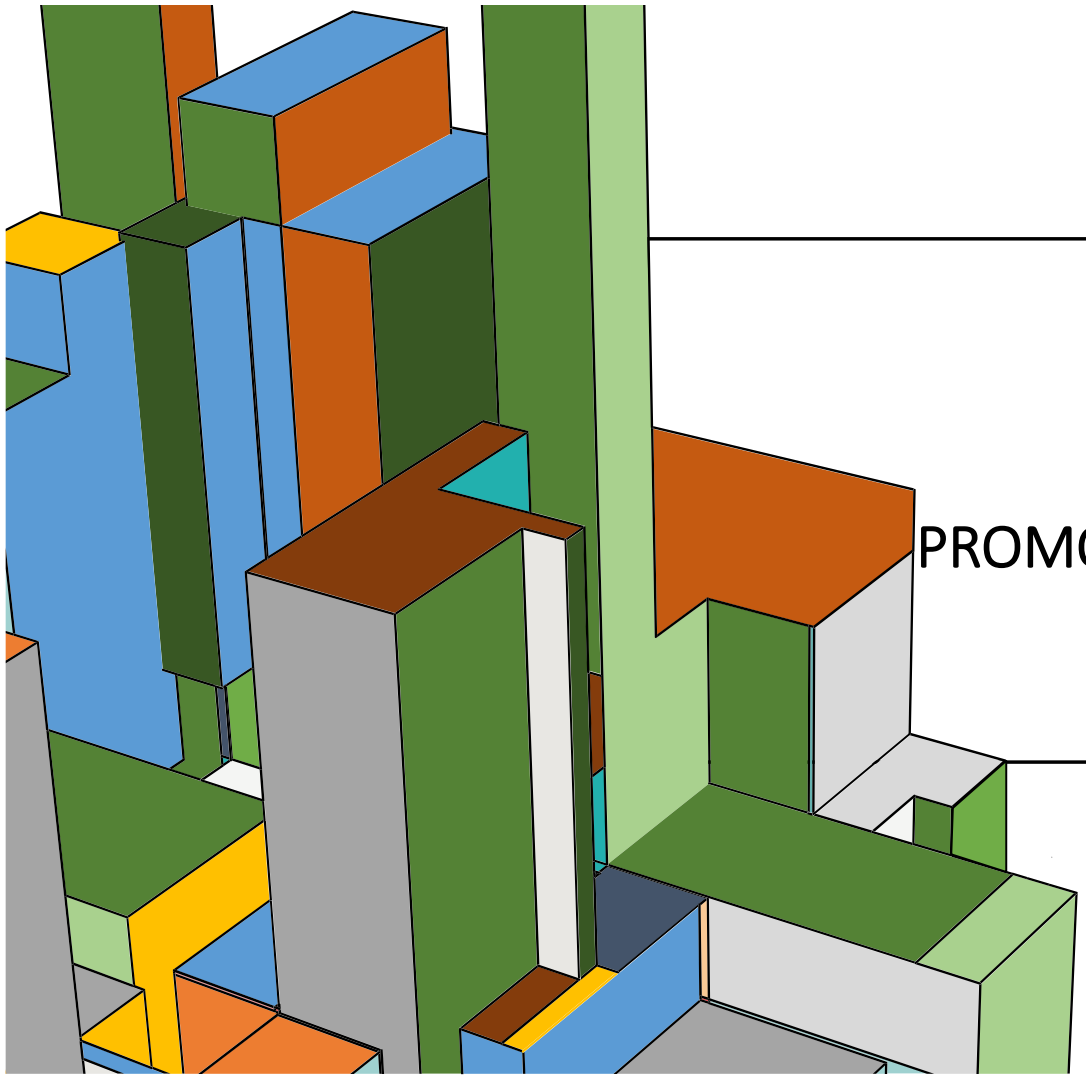
2. **Oscar Iván Rojas**
   Hoja de vida:
   https://drive.google.com/file/d/1GFgRFUzSmIzpbh3FLQkOGMbi_HqNkSS5/view?usp=sharing
   Correo electrónico: : info@kingdomstudios.com.co

PRESUPUESTO 2 TALLERES
(160 horas en total)

Valor: 48’000.000 (Cuarenta y ocho millones)
Primer pago del 30% a firma del contrato
Segundo pago del 40% al 50% de ejecución
Tercer pago del 30% al finalizar los talleres

Cordialmente,

Carlos Andrés Bonilla
Director del centro de producción creativa 312
Facultad de derecho y ciencias sociales
Universidad Icesi



TALLER
HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE UN PROYECTO MUSICAL

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

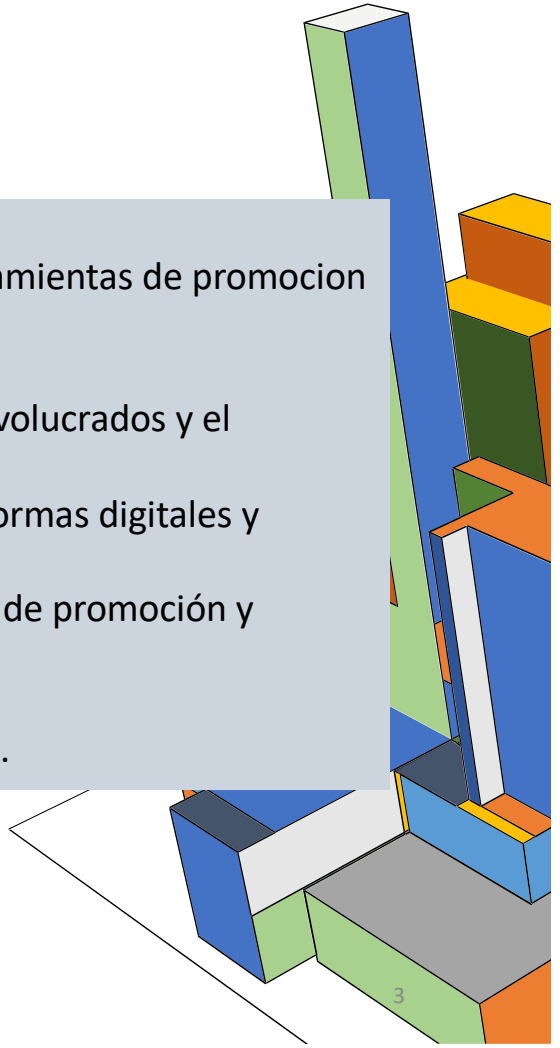
OBJETIVOS

Objetivo general

Este taller busca que las/los participantes puedan aplicar diferentes herramientas de promocion y difusión en la gestión de proyectos musicales.

Objetivo Específicos

- Entender como funciona la cadena de valor de la música, los actores involucrados y el ecosistema digital actual.
- Conocer diferentes herramientas de promoción y difusión de las plataformas digitales y YouTube.
- Usar, de manera pertinente y contextualizada, diferentes herramientas de promoción y difusión enfocadas en el music marketing.
- Usar el análisis de data como herramienta para la toma de decisiones.
- Aplicar herramientas del marketing digital para los proyectos musicales.



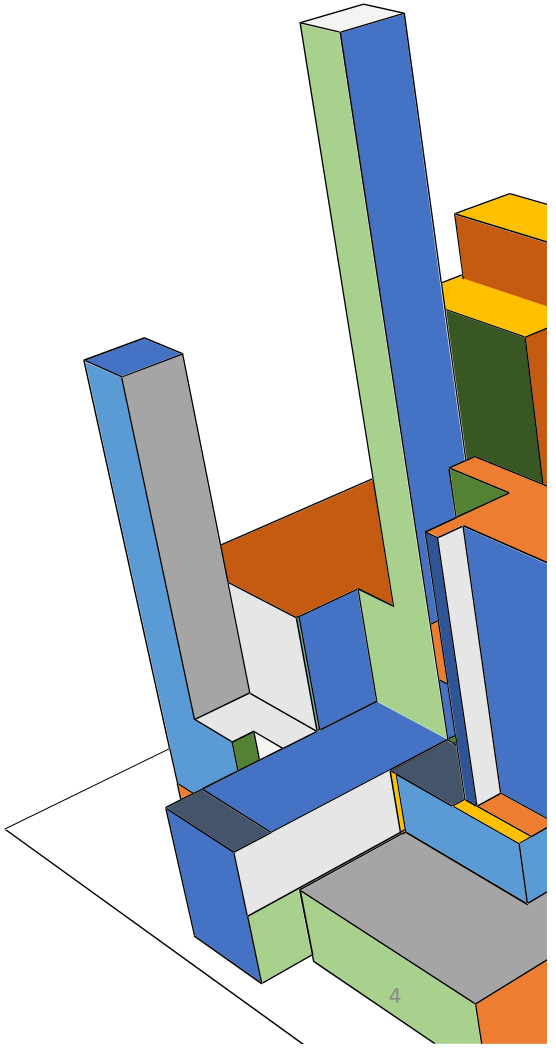
UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

DIRIGIDO A

Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores del país entre los 18 y 35 años de edad, que se desempeñen en diversos campos de la música.

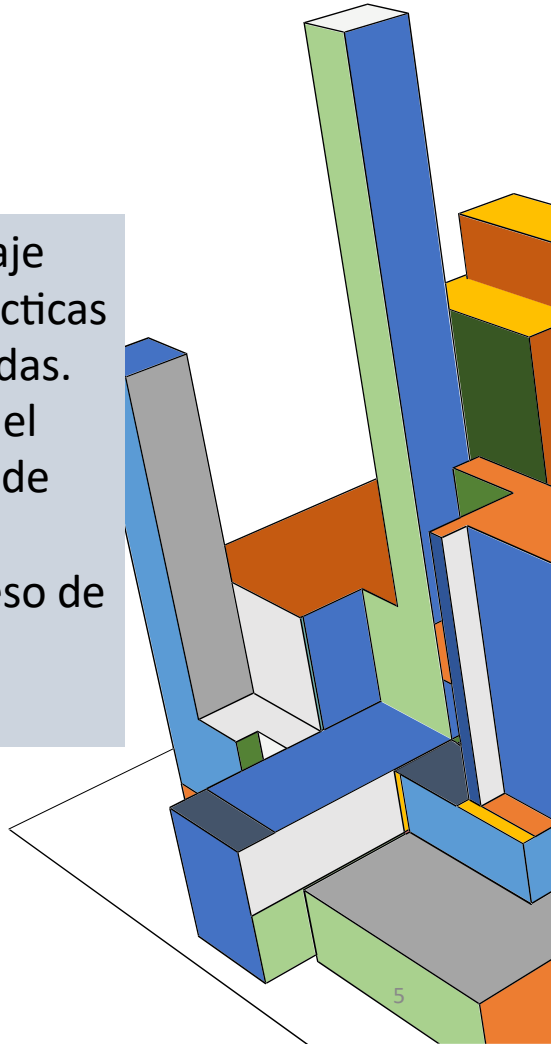
UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

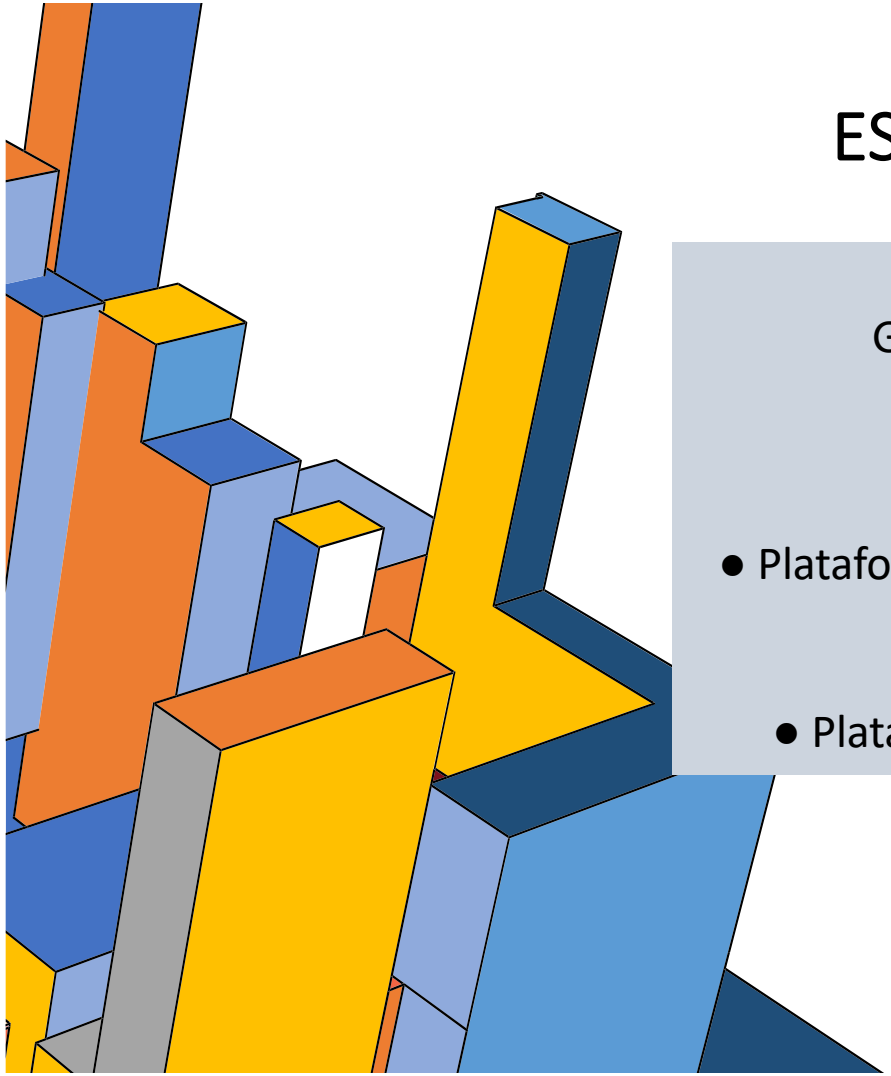


METODOLOGÍA

En este taller virtual, la construcción de conceptos y el abordaje teórico estará direccionado a la realización de actividades prácticas que permitan la aplicación critica de las herramientas abordadas. Basado en los principios del aprendizaje activo, se estimulará el involucramiento de los participantes en sus propios procesos de aprendizaje, siempre con una postura crítica y reflexiva. La plataforma Intu, será el LMS sobre el que se gestione el proceso de aprendizaje y los estudiantes puedan acceder al material instructivo y a los recursos para su trabajo autónomo.



UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

MÓDULO 1.

Generalidades/Contexto de la Industria Musical

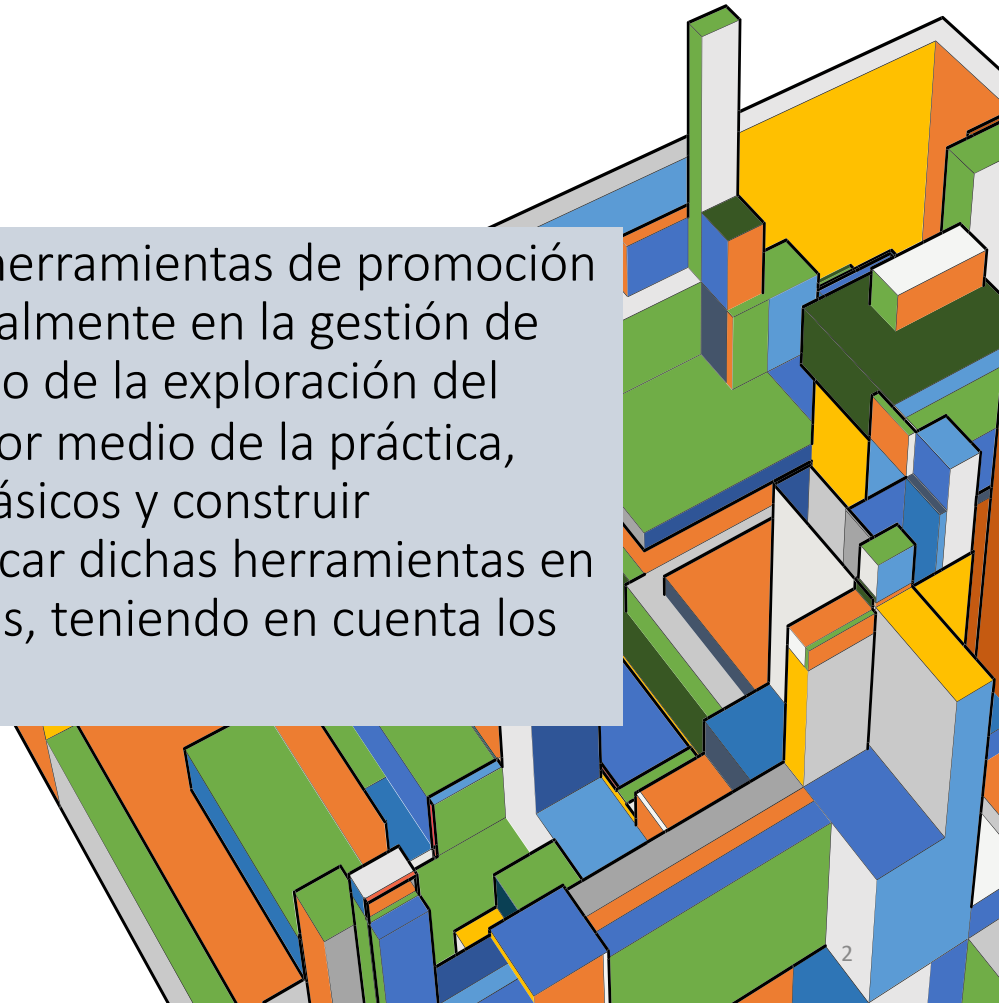
- Ecosistema Digital
- Derechos de Autor y Conexos
- Distribución Digital: procesos, actores
- Plataformas Digitales de música: contexto Colombia + mundo
- YouTube: contexto Colombia + mundo
- Plataformas “Direct 2 Fan”: Tiktok + Redes Sociales

UNIVERSIDAD ICESI

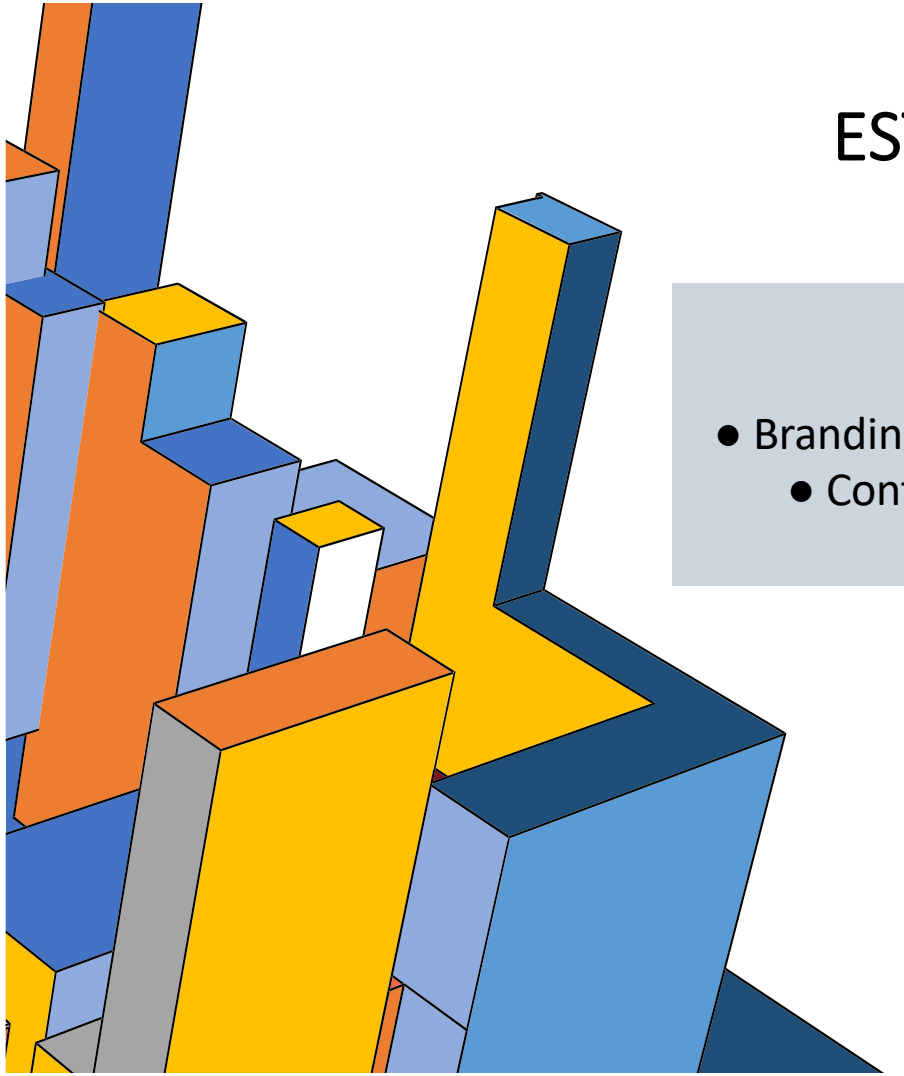
312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

Descripción

Este taller aborda diferentes herramientas de promoción y difusión que se utilizan actualmente en la gestión de proyectos musicales. Partiendo de la exploración del ecosistema musical actual y por medio de la práctica, busca aclarar los conceptos básicos y construir habilidades que permitan aplicar dichas herramientas en diferentes proyectos musicales, teniendo en cuenta los diferentes contextos.



UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

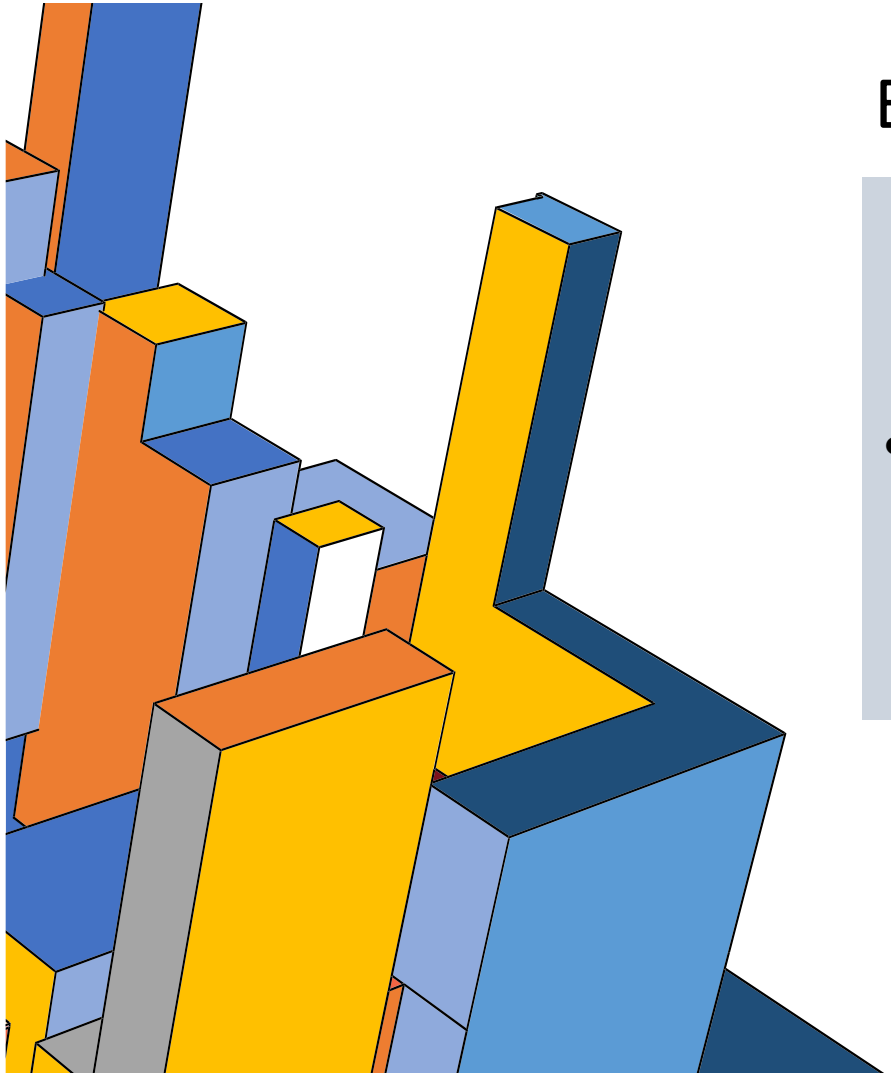
MÓDULO 2.

Branding & Content Marketing

- Branding Musical: conceptualizar un proyecto musical
- Content Marketing: Estrategia de Contenidos para proyectos musicales

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



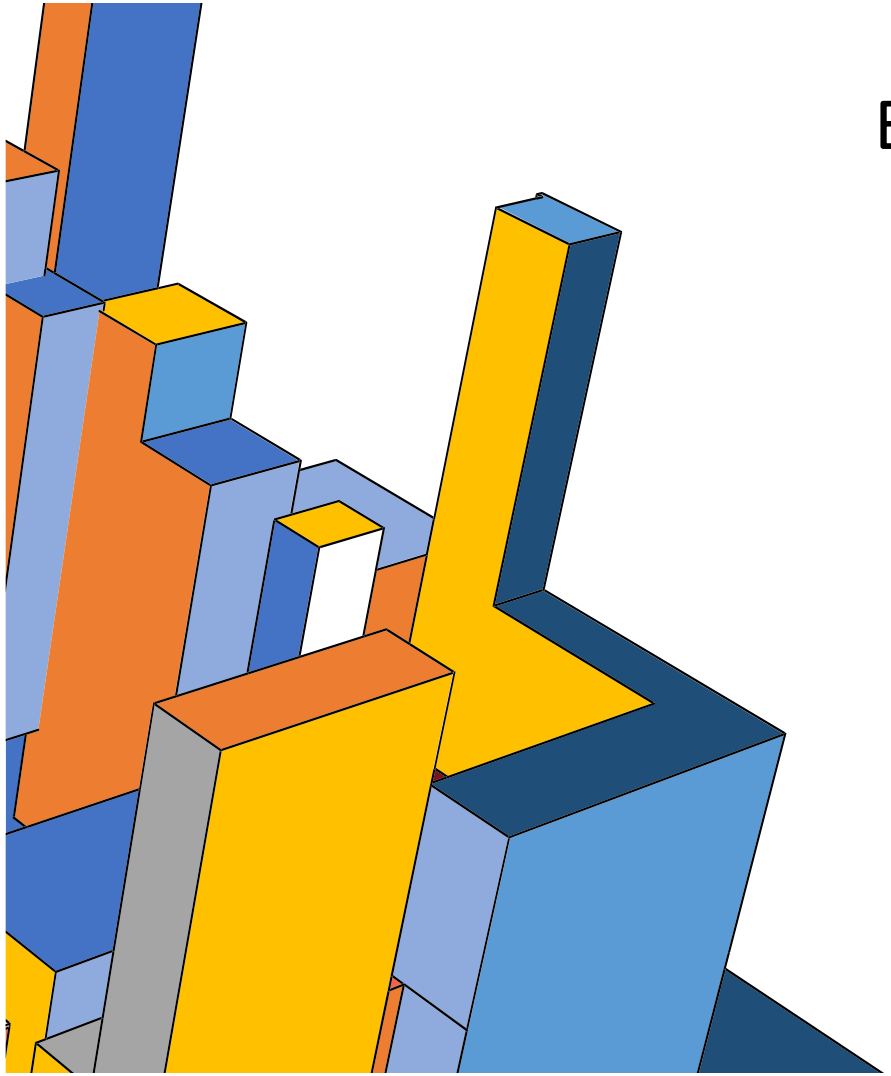
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

MÓDULO 3.
Herramientas de promoción y difusión digitales

- Herramientas de promoción y difusión de las Plataformas Digitales
- Herramientas de promoción y difusión de YouTube
- Herramientas de Redes Sociales/Plataformas de Video Corto
- Herramientas de promoción y difusión de “Music Marketing”
- Marketing Digital aplicado a la música
- Influencer Marketing

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

MÓDULO 4.
Herramientas de promoción y difusión tradicionales

- Herramientas BTL, OOH
- Radio & Prensa
- Convocatorias & Conciertos

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

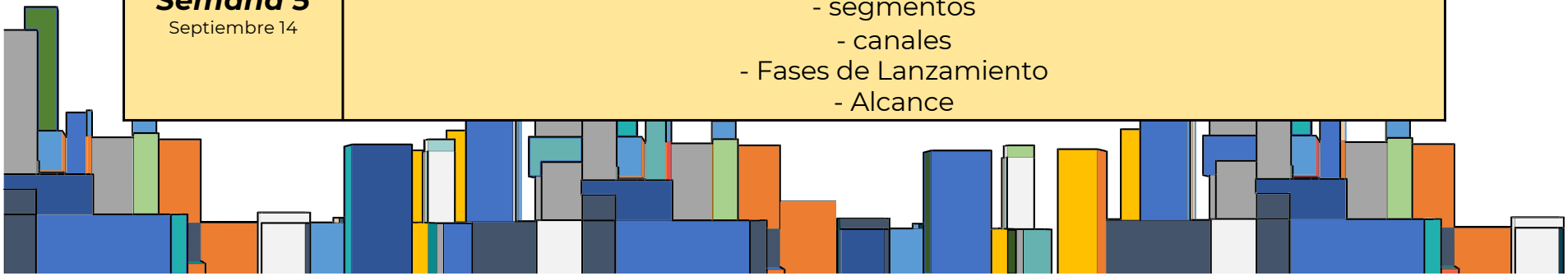
PLAN SEMANAL

Semana	Objetivo de aprendizaje
Semana 1 Agosto 17	Conocer las generalidades del Ecosistema Digital actual, los procesos y actores de la Distribución Digital
Semana 2 Agosto 24	Conocer las generalidades de PUBLISHING: Derechos de Autor Derechos Conexos Generalidades Legales de temas fonográficos Generalidades del Publishing Anatomía de los contratos Contratos de Publishing Contratos de Distribución/Label"



PLAN SEMANAL

Semana	Objetivo de aprendizaje
Semana 3 Agosto 31	Conocer y estudiar la situación actual de las plataformas Digitales de música: contexto Colombia + mundo YouTube: contexto Colombia + mundo Plataformas “Direct 2 Fan”: Tiktok + Redes Sociales
Semana 4 Septiembre 7	***PRÁCTICO:*** ***CONSTRUCCIÓN & ANÁLISIS DEL ECOSISTEMA DE UN ARTISTA/PROYECTO + PERSONALIDAD DE MARCA (BRANDING)***
Semana 5 Septiembre 14	Conocer e identificar los elementos de una estrategia de marketing: - objetivos - KPIS - audiencias - segmentos - canales - Fases de Lanzamiento - Alcance



PLAN SEMANAL

Semana	Objetivo semanal
Semana 6 Septiembre 21	*Conocer y aplicar herramientas de promoción y difusión de las Plataformas Digitales:* - Spotify - Amazon Music - Apple Music - Deezer for Creators - Pandora Amp
Semana 7 Septiembre 28	*Conocer y aplicar las herramientas de música de YouTube:* *- Herramientas de Musica de YouTube* - Mejores Prácticas para lanzamientos musicales
Semana 8 Octubre 5	*Conocer y aplicar las herramientas de música Redes Sociales/Plataformas de Video Corto:* - META (Instagram + Facebook) - TikTok - Youtube Shorts + Stories



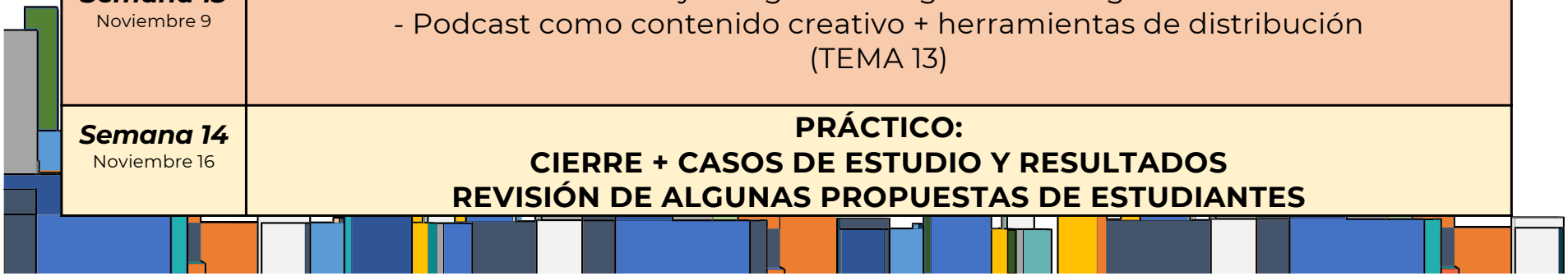
PLAN SEMANAL

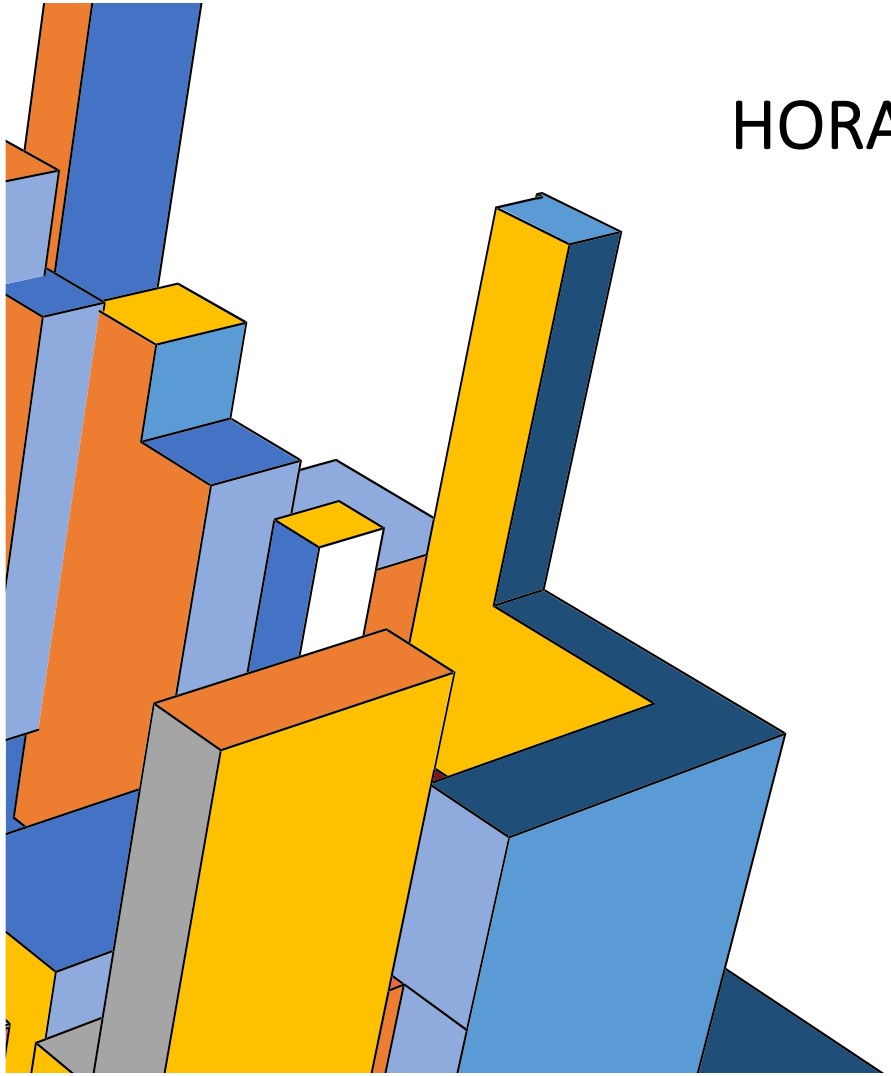
Semana	**Objetivo Semanal**
Semana 9 Octubre 12	- Pitch editorial (concepto y herramientas) **PRÁCTICO:** **- REVISIÓN DE CASOS & EJEMPLOS DE ESTRATEGIAS REALES + PITCH**
Semana 10 Octubre 19	Marketing Digital aplicado a la música (Paid Media): - Pauta en Redes Sociales/TikTok - Google Ads para YouTube - Spotify Ads
Semana 11 Octubre 26	*Conocer las herramientas y plataformas enfocadas en Music Marketing* (Musixmatch, Charmetric, Toneden, FeatureFM, Linkfire, Linktree, Notion)



PLAN SEMANAL

Semana	Objetivo Semanal
Semana 12 Noviembre 2	*Conocer estrategias complementarias para promocionar lanzamientos musicales, estrategias con fan:* - Influencer Marketing - Email marketing: mailchimp - Creación comunidades - Herramientas Tradicionales: BTL, OOH - Radio & Prensa (TEMA 12)
Semana 13 Noviembre 9	*Conocer estrategias complementarias para promocionar lanzamientos musicales:* - Playlisting + estrategia de catálogo - Podcast como contenido creativo + herramientas de distribución (TEMA 13)
Semana 14 Noviembre 16	**PRÁCTICO:** **CIERRE + CASOS DE ESTUDIO Y RESULTADOS** **REVISIÓN DE ALGUNAS PROPUESTAS DE ESTUDIANTES**





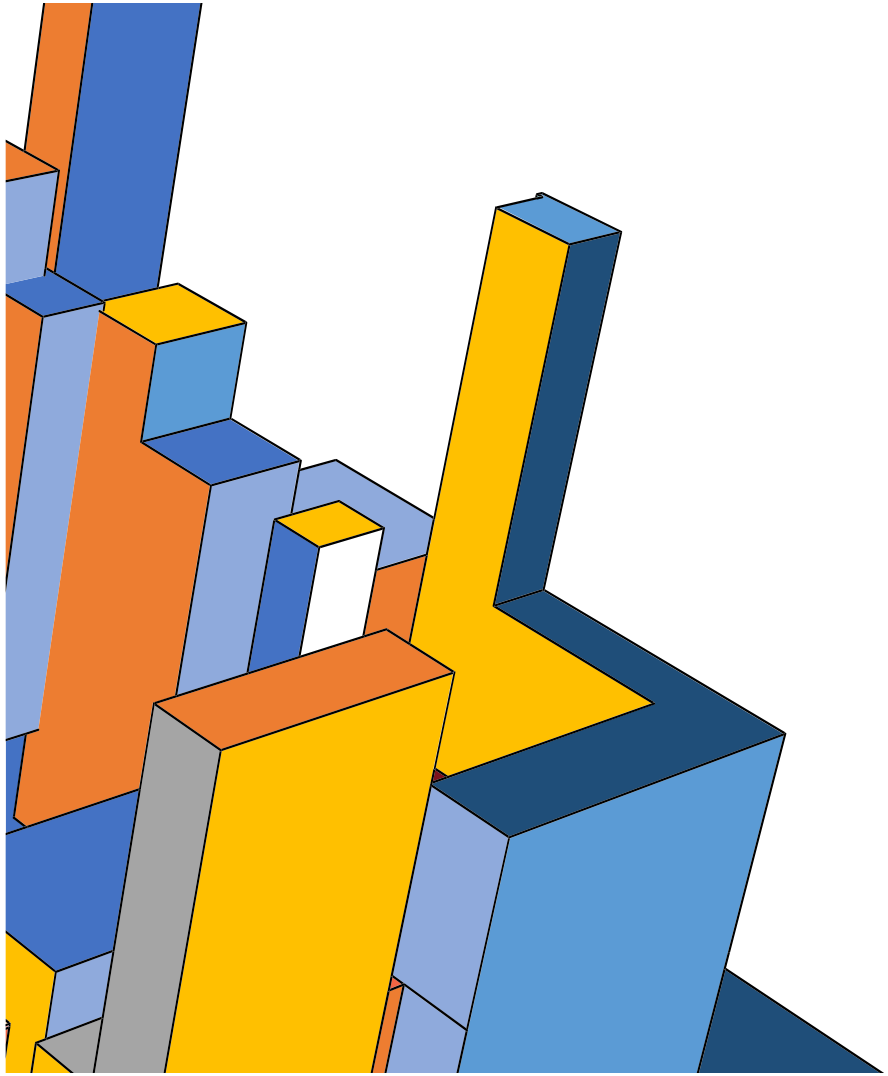
HORARIOS SESIONES SINCRÓNICAS

Sesión principal
Miércoles 6:00 pm – 9:00 pm

Socialización de avances
Lunes 6:00 pm – 7:00 pm

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



FECHAS CLAVE

Convocatoria
Agosto 5-12

Selección y comunicación de participantes
Agosto 13-16

Inicio de taller
Agosto 17

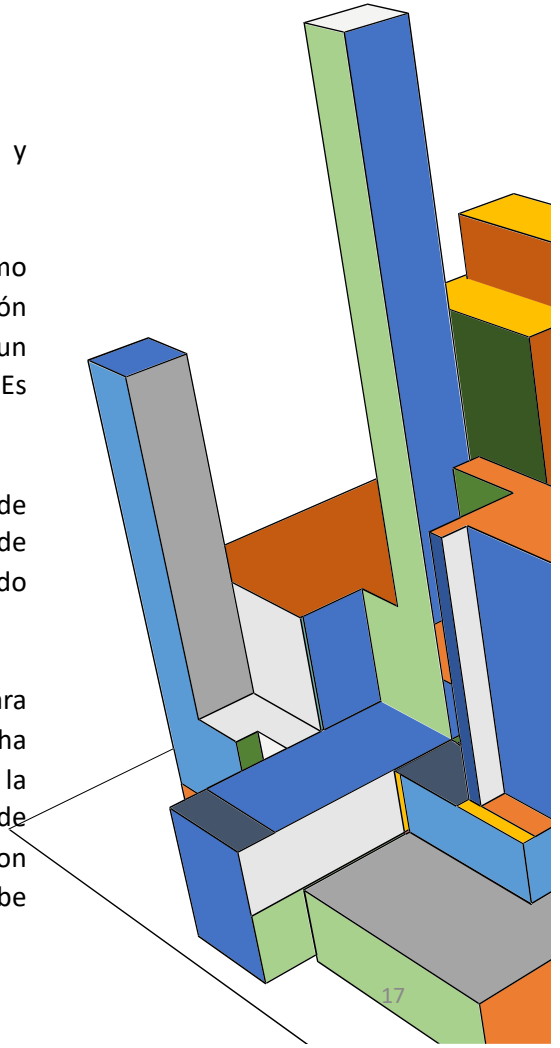
UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

Isabella Ariza



- Music executive, A&R, directora de mercadeo músico y productora musical
- Graduada con honores de la Universidad de los Andes como músico con énfasis en producción de. Magister en Dirección de Marketing y Marketing Estratégico en el CESA y un Diplomado de Music Máster en la Universidad Javeriana. Es Youtube Certified.
- Siendo Music Business Executive con más de 5 años de experiencia en la industria musical ha generado estrategias de marketing y distribución digital para artistas, liderando equipos de trabajo, abriendo nuevos mercados y relaciones.
- En su puesto como directora de marketing en ONErpm (Para más información de la empresa: https://onerpm.com/es/) ha logrado el crecimiento del equipo de Colombia, la internacionalización de la empresa, la participación de artistas en campañas OHH de Spotify, Claro y el vínculo con empresas de talla mundial como Amazon Music y YouTube Music.



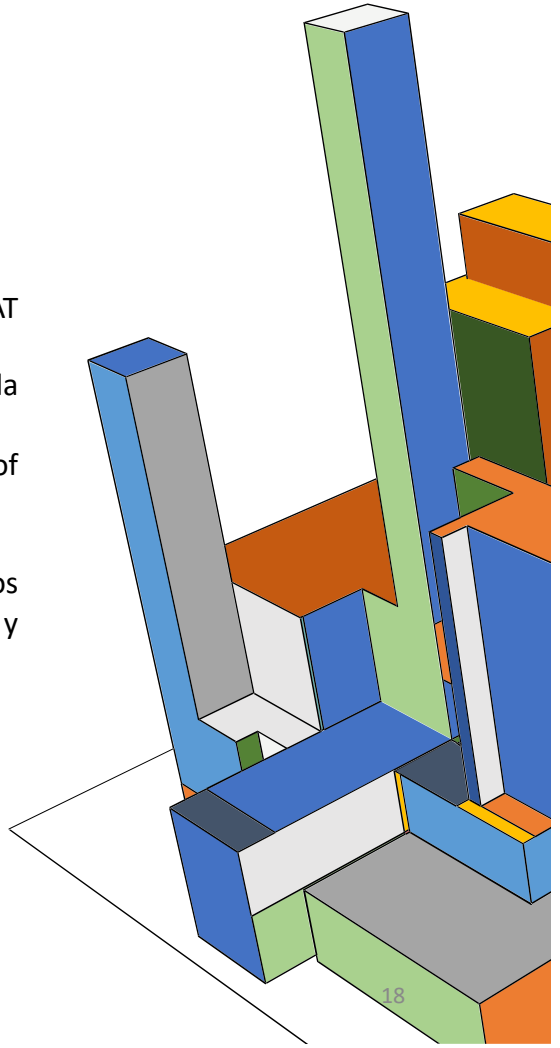
UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



Gerardo Chaparro

- Client Manager Publishing Rights Admin para BMAT (Londres, Inglaterra)
- Economista y negociador internacional de la universidad Icesi (Cali, Colombia)
- MA Music Business Management University of Westminster)Londres, Inglaterra)

- Experiencia en management de proyectos musicales como Red Sun Cult, Xavier Martinex, y New Wave Tropicana Club.



UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

APOYO EXPERTO



DANIEL MORALES
Advertiser
Project Manager para ONErpm

APOYO PEDAGÓGICO

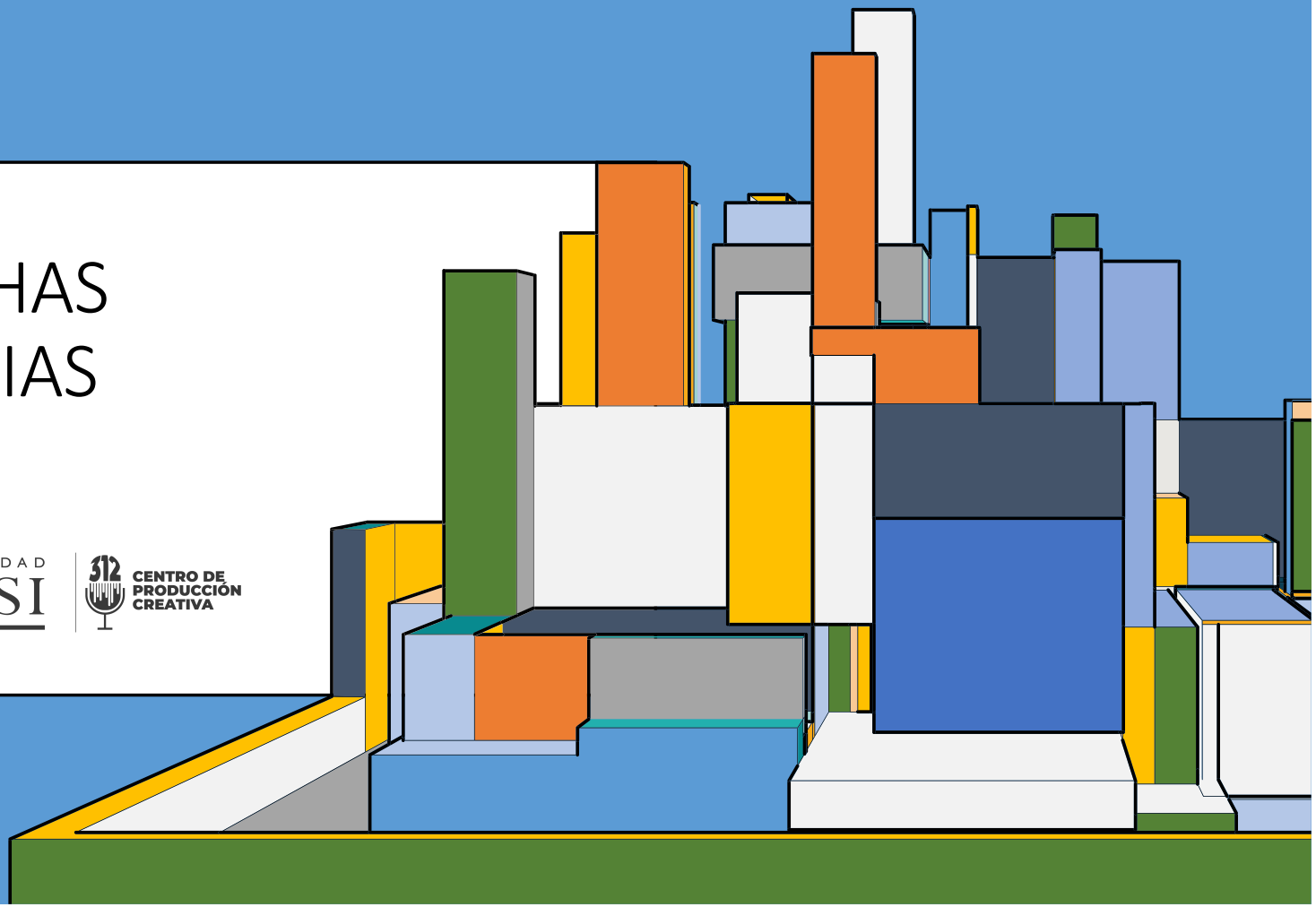


HENRY ARLEY TAQUEZ QUENGUAN
Coordinador del Área de Educación y TIC
Universidad Icesi

MUCHAS GRACIAS

UNIVERSIDAD ICESI

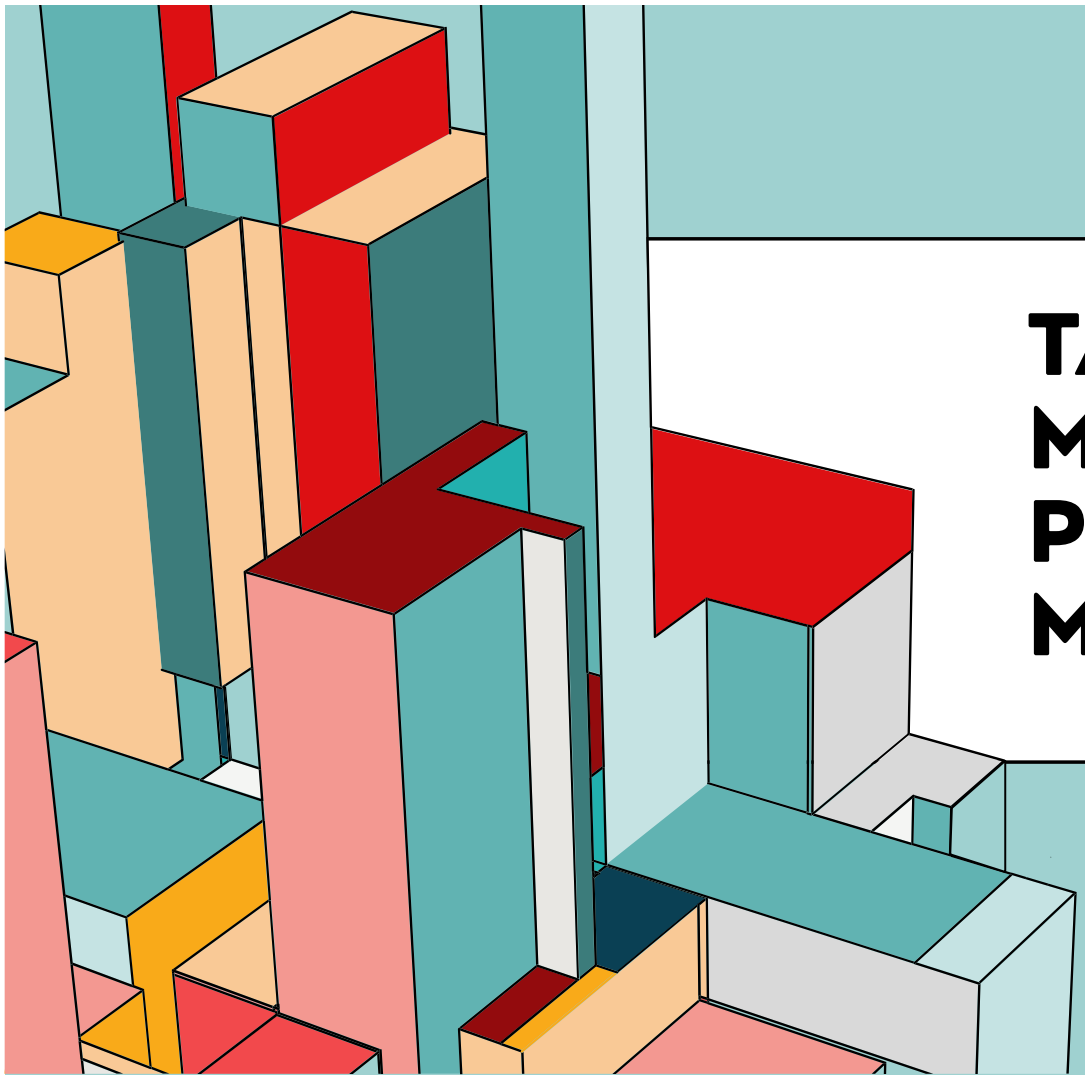
512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



Planificación Detallada del Proyecto

Componente	Actividad	Responsable	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE					OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				Estado	% cumplimiento	Observaciones
			S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4			
Alistamiento	Análisis de necesidades formativas	Universidad Icesi																														100%	
	Diseño curricular	Talleristas - Universidad																														100%	
Ejecución	Convocatoria	Corporación Pi3nsa, Universidad Icesi y Ministerio.																														0%	
	Selección de participantes	Corporación Pi3nsa,																														0%	
	Ejecución de talleres	Universidad Icesi																														0%	
Comunicaciones																																0%	
Seguimiento y monitoreo	Seguimiento pedagógico (semanal)	Universidad Icesi																														0%	
	Seguimiento didáctico (semanal)	Universidad Icesi																														0%	
	Seguimiento administrativo (semanal)	Corporación Pi3nsa																														0%	
Reporte de información	Informe inicial	Corporación Pi3nsa																														0%	
	Informe parcial	Corporación Pi3nsa																														0%	
	Informe final	Corporación Pi3nsa																														0%	

UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



TALLER MERCADEO DE PROYECTOS MUSICALES

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

OBJETIVOS

Objetivo General
Este taller busca que las/los participantes puedan estructurar, de forma estratégica y ordenada la promoción y difusión de sus proyectos musicales.

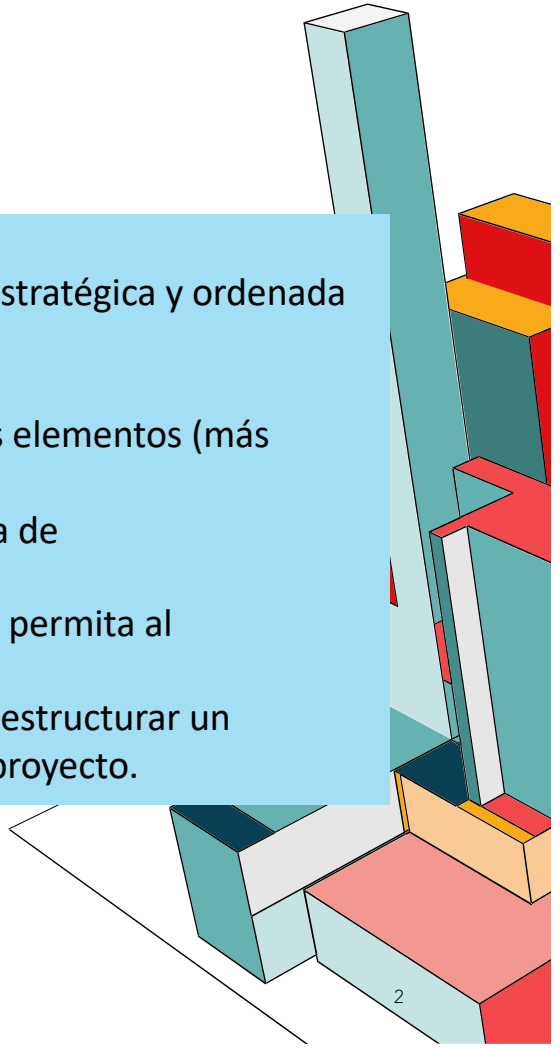
Objetivo Específicos

• Reconocer la importancia de construir una marca musical con todos sus elementos (más allá del diseño de imagen)

• Identificar los elementos necesarios para el desarrollo de una estrategia de comunicación eficaz en un proyecto musical.

• Desarrollar una estrategia, orientada al cumplimiento de objetivos, que permita al proyecto musical una presencia digital

• Reconocer los elementos fundamentales del negocio de la música para estructurar un modelo que permita entender, aprovechar y diversificar los recursos del proyecto.



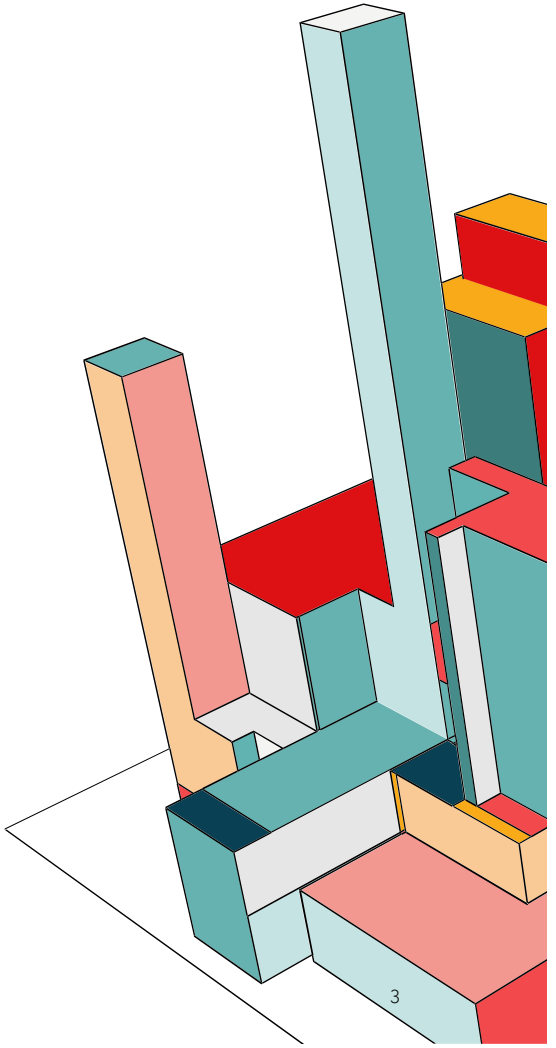
UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

DIRIGIDO A

Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores en el país que se desempeñen en diversos campos de la música y residan en municipios categoría 4, 5 y 6.

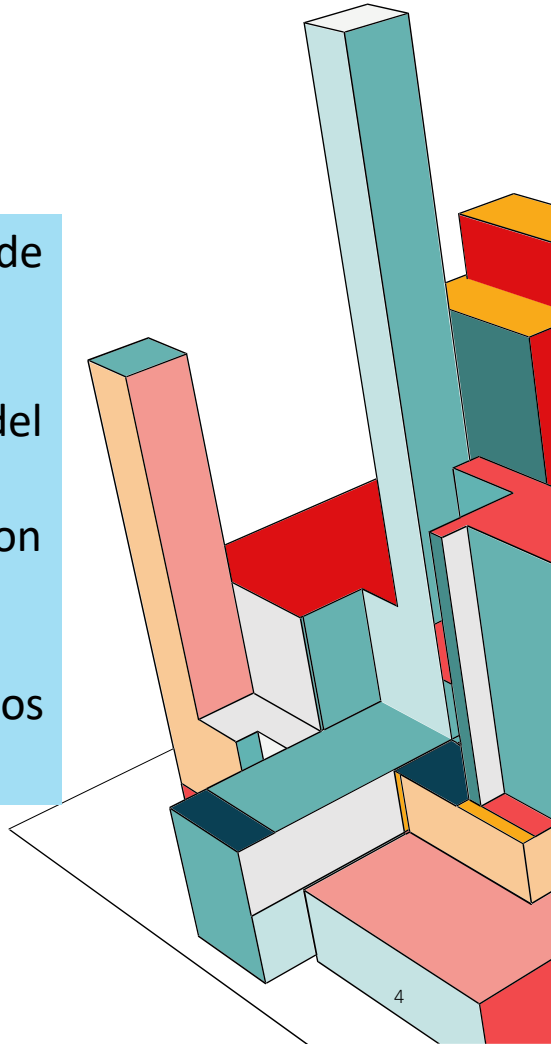
UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

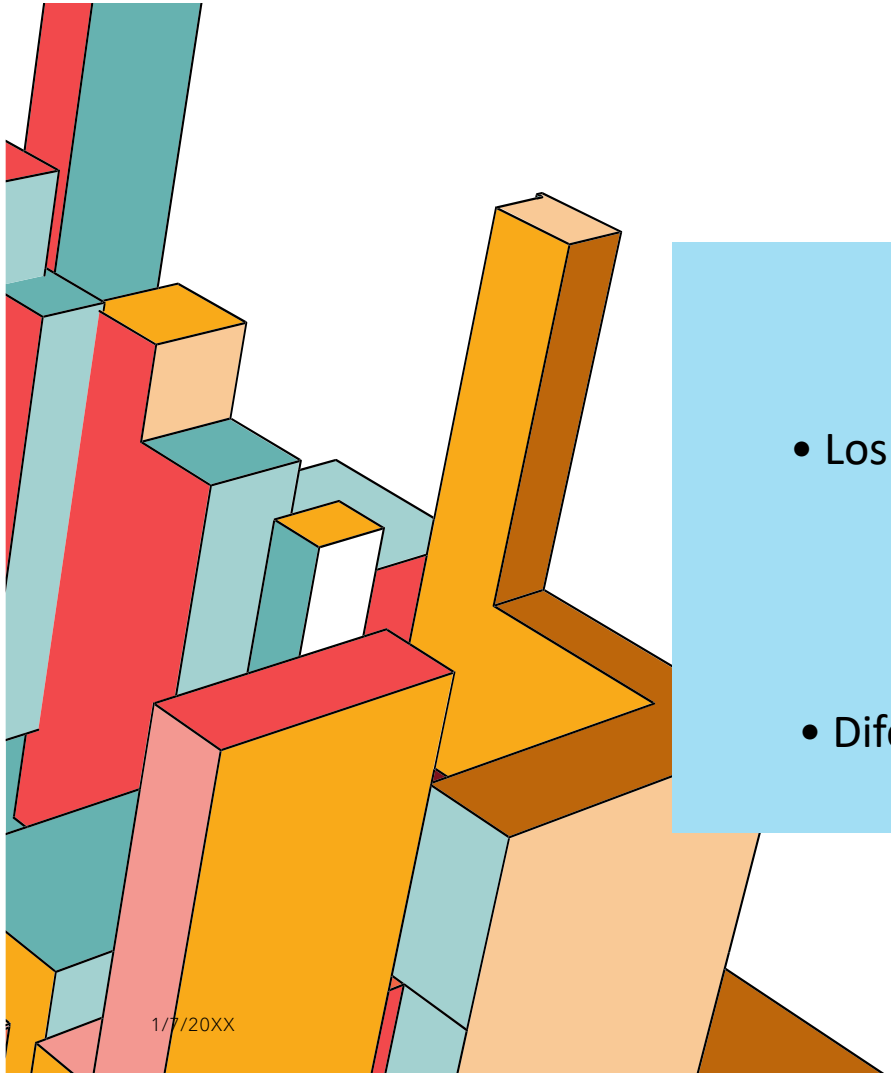


METODOLOGÍA

Este taller se desarrollará en modalidad virtual. La construcción de conceptos y el abordaje teórico estará direccionado a la realización de actividades prácticas que permitan la aplicación critica de las herramientas abordadas. Basado en los principios del aprendizaje activo, se estimulará el involucramiento de los participantes en sus propios procesos de aprendizaje, siempre con una postura crítica y reflexiva. La plataforma Intu, será el LMS sobre el que se gestione el proceso de aprendizaje y los estudiantes puedan acceder al material instructivo y a los recursos para su trabajo autónomo.



UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

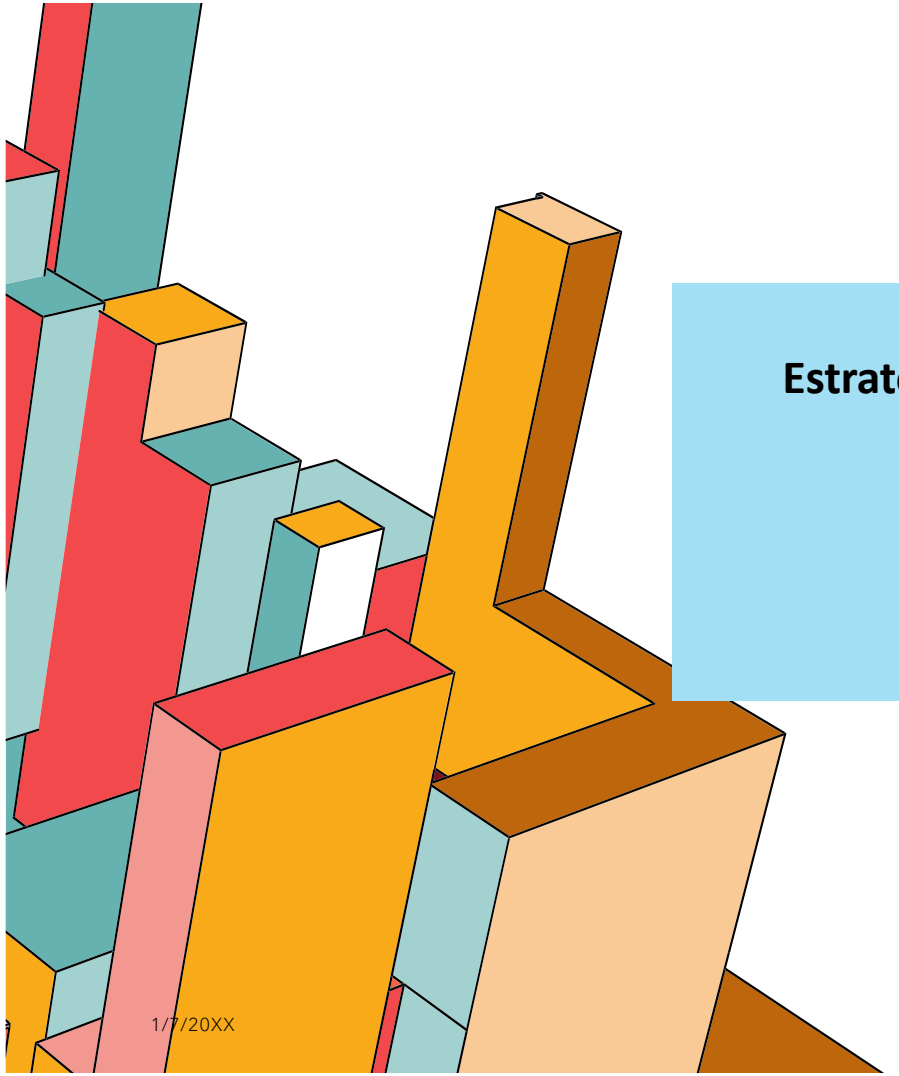
MÓDULO 1.

Music Branding

- La estrategia del Music Branding
- Los 4 ejes del Music Branding : Esencia, propósito, personalidad, posicionamiento
- Conectando con el propósito: música y tribu.
- Los puntos de referencia: el benchmark.
- Diferencias entre Branding y Marketing: la música como arte y producto.

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

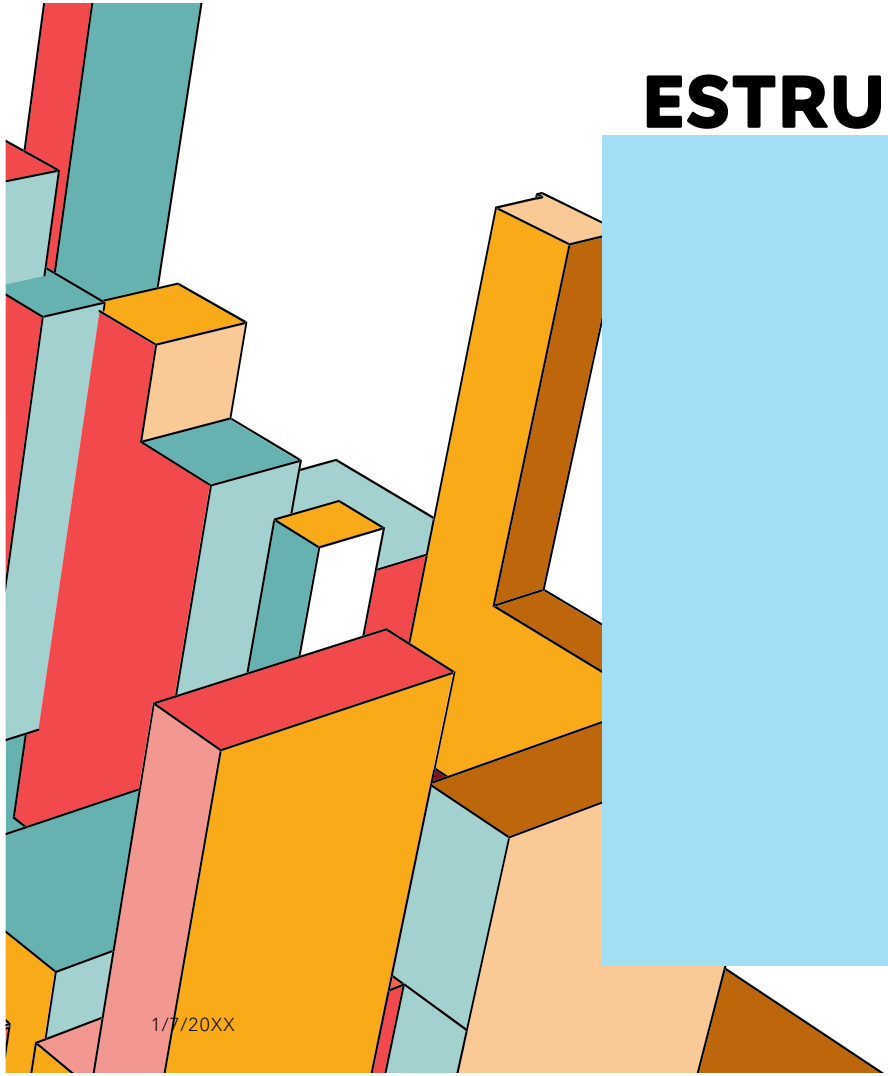
MÓDULO 2.

Estrategia de comunicación de un proyecto musical

- Marketing
- Estrategia Creativa
- Publicidad
- Diseño
- Estrategia de lanzamiento

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

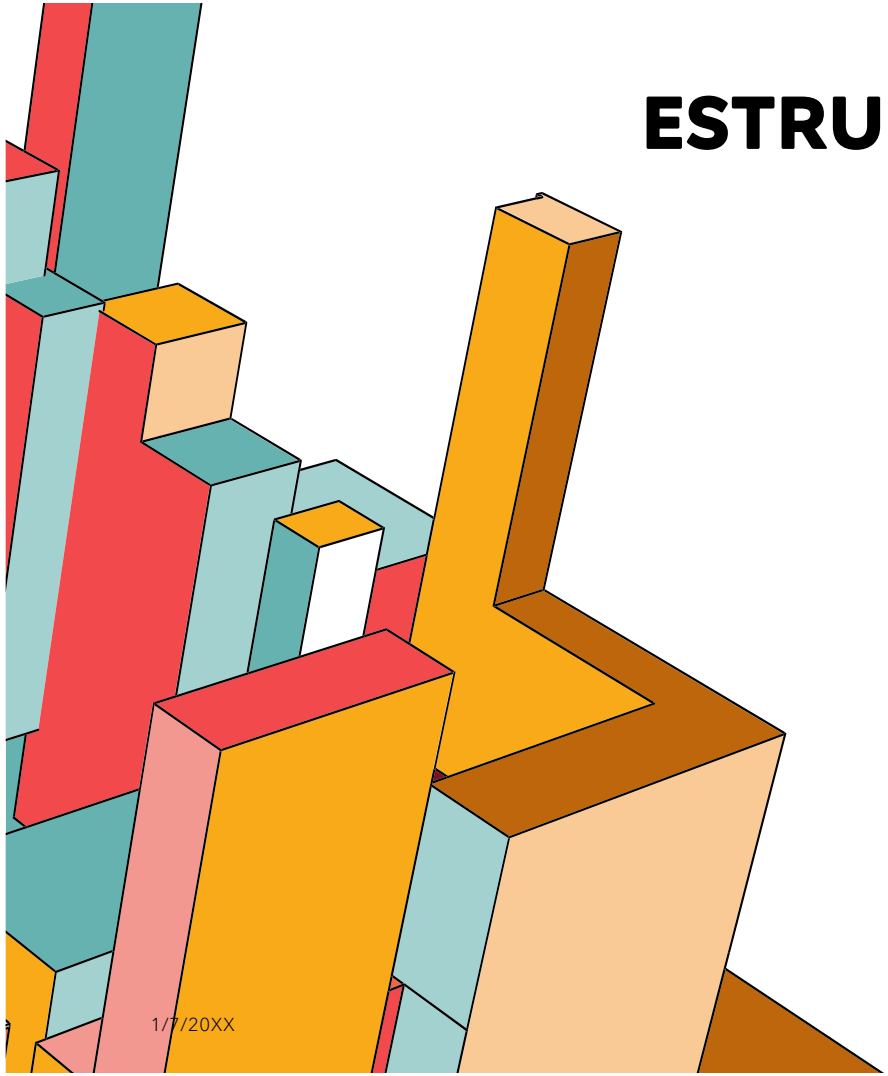


ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

MÓDULO 3.
Contenidos Digitales

- *Estrategia digital*
  - Objetivos
  - Audiencia
  - Tipos de contenido
  - Canales
  - Pauta
- *Creación de contenidos*
  - Planeación
  - Copias
- *Influencer marketing*
  - Tendencias de TikTok
  - Awareness vs Performance
  - Influencers en la música, ¿Cómo funciona?
  - ¿Streams con influencer?
  - Cómo lograr el éxito con influencers

UNIVERSIDAD ICESI | 312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

MÓDULO 4.
Music Business

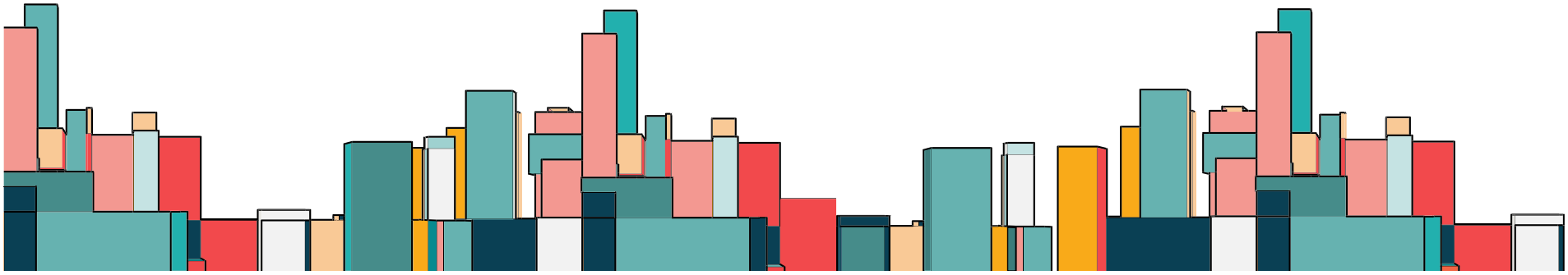
- Modelo de negocio
- Management
- El negocio de la edición musical
- El negocio de la música grabada
- El negocio de la música en vivo
- El negocio del artista

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

ACTIVIDADES

Semana	Objetivo de aprendizaje semana
Semana 1 Agosto 18	Reconocer la importancia de construir una marca musical con todos sus elementos, más allá del diseño de una imagen.
Semana 2 Agosto 25	Reconocer todos los elementos de una marca disruptivo y original.
Semana 3 Septiembre 1	Diseñar una estrategia de crecimiento artístico.



ACTIVIDADES

Semana	Objetivo de aprendizaje
Semana 4 Septiembre 8	Reconocer las diferencias entre estrategia creativa y planeación estratégica y su papel en la consolidación de un proyecto musical.
Semana 5 Septiembre 15	Aprender a construir una marca profesional para diversificar la creación de contenidos y proyectar los skills artísticos a través de contenidos.
Semana 6 Septiembre 22	Aprender a crear un lanzamiento en tres etapas: expectativa, lanzamiento y sostenimiento.
Semana 7 Septiembre 29	Reconocer la importancia del marketing en el crecimiento artístico musical y los elementos que lo hacen relevante en el logro de objetivos.



ACTIVIDADES

Semana	Objetivo de aprendizaje
Semana 8 Octubre 6	Conocer y desarrollar los elementos de una estrategia que permita al proyecto musical una presencia digital orientada al cumplimiento de objetivos
Semana 9 Octubre 13	Enmarcar la creación de contenidos digitales dentro de la estrategia anteriormente creada teniendo un plan de contenidos sólido que permita el logro de las objetivos planteados
Semana 10 Octubre 20	Aprender las bases y fundamentos de la pauta en youtube para administrar correctamente recursos destinados a pauta



ACTIVIDADES

Semana	Objetivo de aprendizaje
Semana 11 Octubre 27	Reconocer la importancia del influencer marketing para un proyecto musical y los elementos necesarios para tener éxito
Semana 12 Noviembre 3	Reconocer los elementos fundamentales del negocio de la música para estructurar un modelo que nos permita entender, aprovechar y diversificar los recursos del proyecto.
Semana 13 Noviembre 10	estructurar un modelo que permita entender, aprovechar y diversificar los recursos del proyecto.
Semana 14 Noviembre 17	





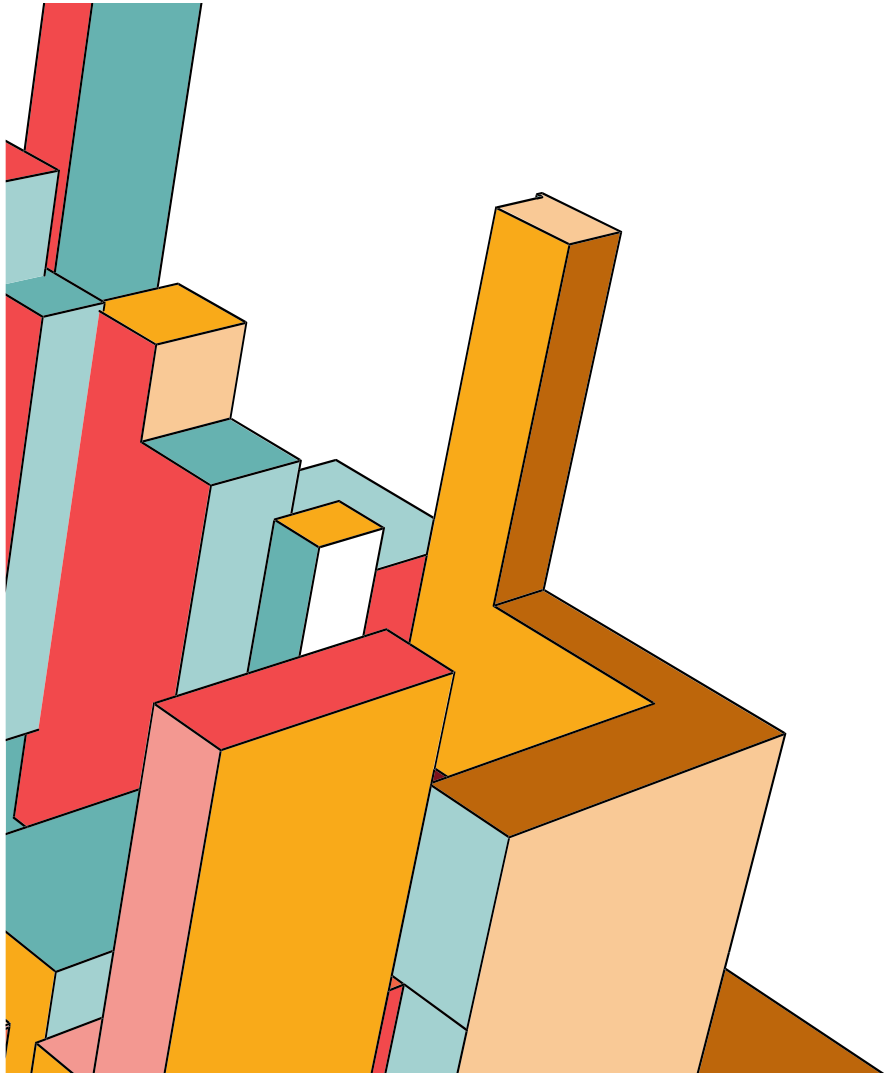
HORARIOS SESIONES SINCRÓNICAS

Sesión principal
Jueves 6:00 pm – 9:00 pm

Socialización de avances
Lunes 5:00 pm – 6:00 pm

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



FECHAS CLAVE

Convocatoria
Agosto 5-12

Selección y comunicación de participantes
Agosto 13-17

Inicio de taller
Agosto 18

UNIVERSIDAD ICESI

312 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

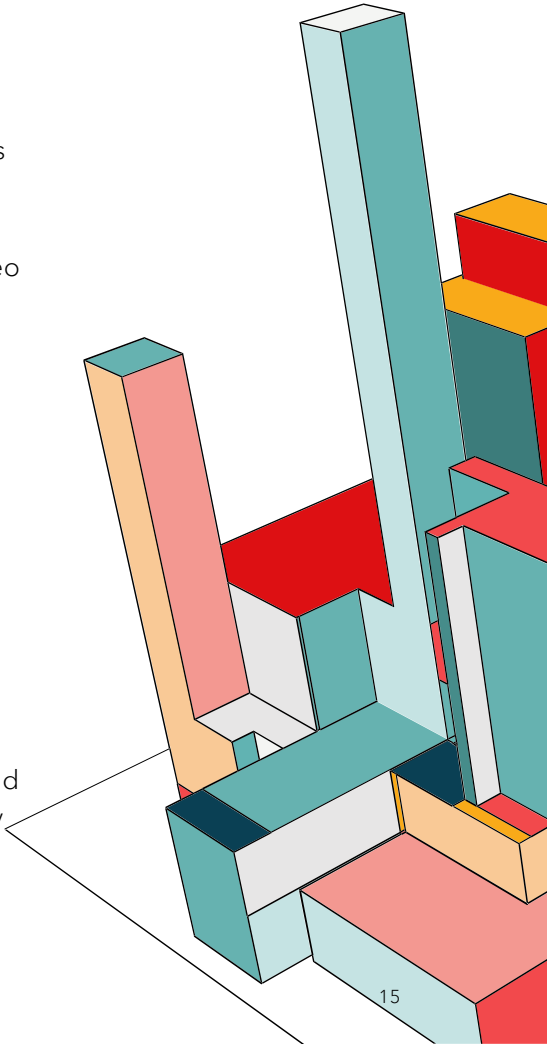


OSCAR IVÁN ROJAS

•Ha trabajado durante más de 10 años para diferentes marcas como Cuisinart, BIMBO, Samsung, Phillips, BBVA, entre otras, desempeñandose como redactor, director creative, content manager, planner. Además ha liderado proyectos de mercadeo en la industris musical con artistas como Gilberto Daza, Sara Borráez, Luis Fabián, La Reforma, Benú, entre otros.`

•Desde 2011 es director creativo y productor de Kingdom Studios. (Para más información de la empresa: https://www.kingdomstudios.com.co/) Así mismo, cuenta con una experiencia de 10 años haciendo talleres, enseñando de forma práctica herramientas y tendencias del marketing y la publicidad.

"Mi trabajo consiste en simplificar y eliminar barreras para llegar al corazón de una cultura, produciendo en ellas Felicidad y con esto desbloquear comunidades para que las personas y las marcas se conecten y así todos tengamos mejores oportunidades para mejorar y crecer"



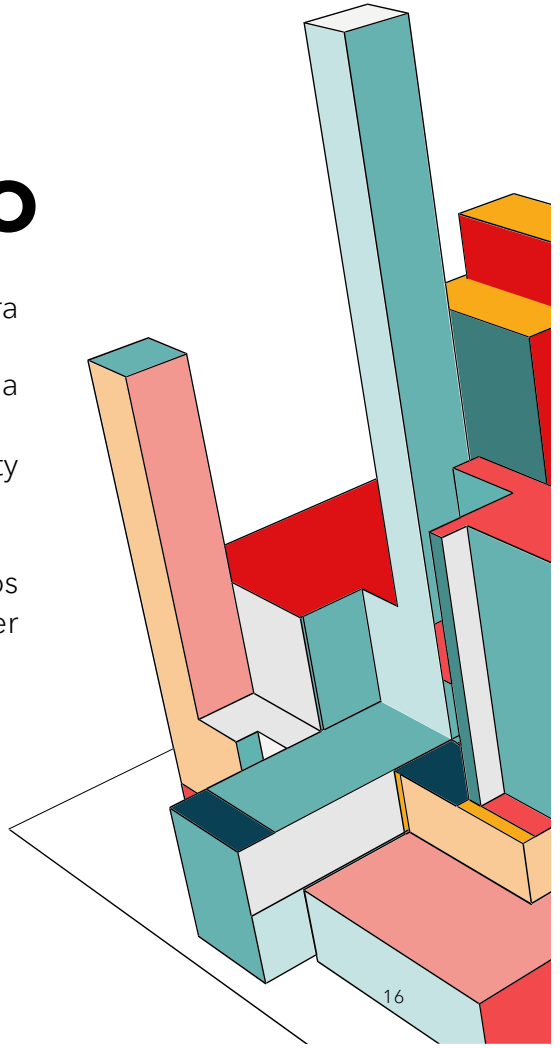
UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



GERARDO CHAPARRO

- Client Manager Publishing Rights Admin para BMAT (Londres, Inglaterra)
- Economista y negociador internacional de la universidad Icesi (Cali, Colombia)
- MA Music Business Management University of Westminster)Londres, Inglaterra)

- Experiencia en management de proyectos musicales como Red Sun Cult, Xavier Martinex, y New Wave Tropicana Club.



UNIVERSIDAD ICESI | 512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA

APOYO EXPERTO



TITO ROJAS
Music managment specialist
Co-fundador de Kingdom studios



OLGA BOHÓRQUEZ
Marketing digital
Influencer marketing

APOYO PEDAGÓGICO

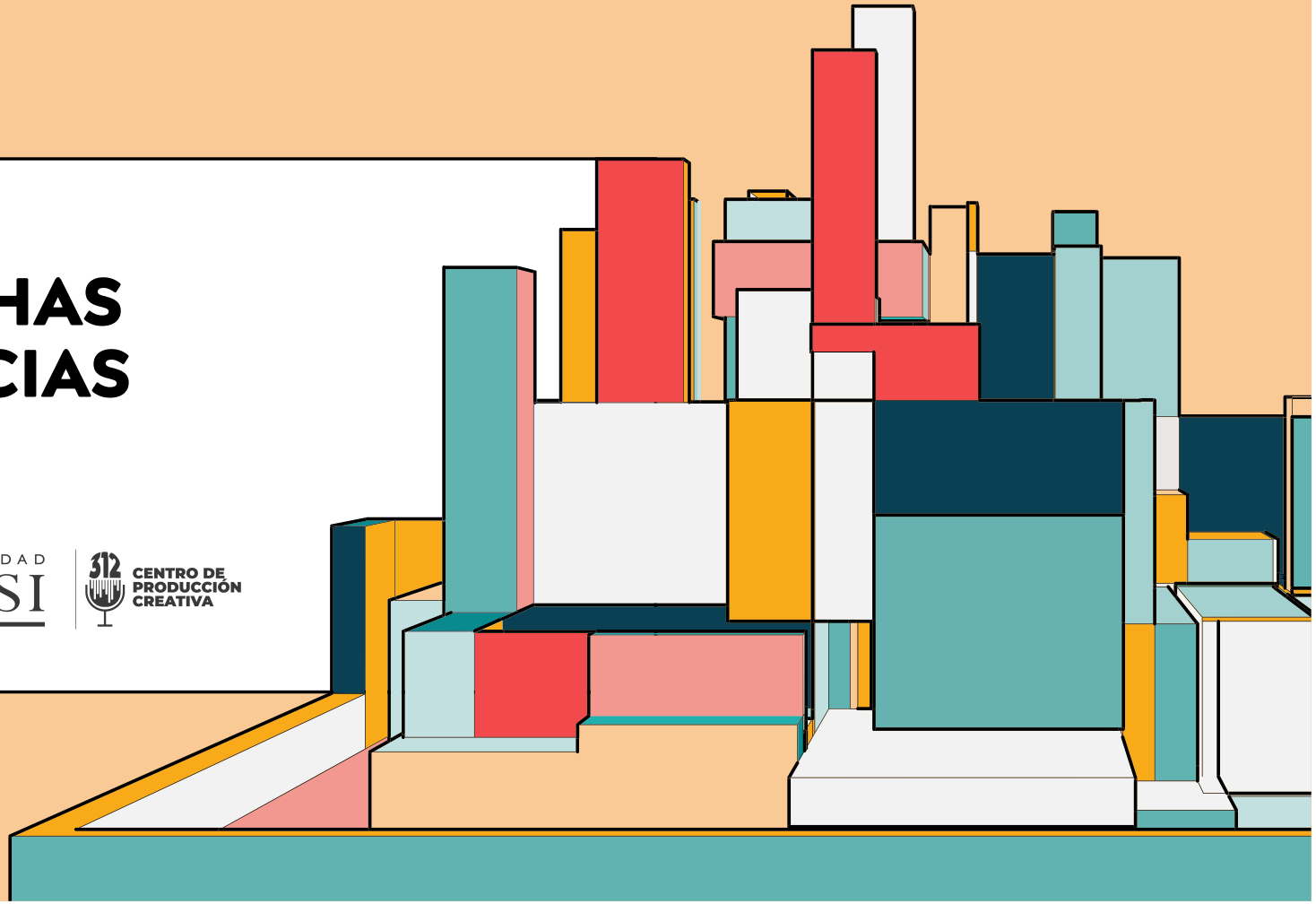


HENRY ARLEY TAQUEZ QUENGUAN
Coordinador del Área de Educación y TIC
Universidad Icesi

MUCHAS GRACIAS

UNIVERSIDAD ICESI

512 CENTRO DE PRODUCCIÓN CREATIVA



EJECUCION TECNICOS UNIVERSIDAD ICESI

Gmail **pi3nsa musica <pi3nsamusica2022@gmail.com>**

Piezas gráficas Talleres prácticos de la industria musical - ICESI

Angelica Maria Frascica Escobar <afrascica@mincultura.gov.co> 5 de agosto de 2022, 10:57
Para: "pi3nsamusica2022@gmail.com" <pi3nsamusica2022@gmail.com>, "pi3nsa@gmail.com" <pi3nsa@gmail.com>
Cc: Felipe Andres Varela Chavez <felipeandres.varelachavez@gmail.com>

Buenos Días
Cordial saludo

Teniendo en cuenta el Comité Técnico realizado con relación a los Talleres prácticos de la industria musical

- Mercadeo de un proyecto musical
- Promoción y difusión de un proyecto musical

Me permito remitir las piezas gráficas aprobadas por nuestra coordinadora para su retroalimentación y proceder a publicar la convocatoria.

Quedo atenta.
Un abrazo

La cultura es de todos Mincultura

Angélica Frascica
Componente de Formación
Dirección de Artes - Área de Música
Cra. 8 No 8-55, Bogotá D.C.
www.mincultura.gov.co

2 adjuntos



Taller mercadeo de un proyecto musical - ICESI.png
446K



Taller de promoción y difusión de un proyecto musical - ICESI.png
641K

facebook Sign Up

Email or phone

Plan Nacional de Música para la Convivencia
August 5 ·

Ya están abiertas las inscripciones para el taller práctico "Mercado de un proyecto Musical" Universidad Icesi

Abiertas hasta 12 de agosto
https://form.jotform.com/212493814103651

#plannacionaldemúsica



72 10 Comments 38 Shares

Share

facebook Sign Up

Email or phone

Plan Nacional de Música para la Convivencia

August 5 ·

No te pierdas este Taller Práctico de Herramientas para la Promoción y Difusión de un Proyecto Musical 😎 Universidad Icesi

Inscripciones 👉https://form.jotform.com/212493814103651

#plannacionaldemúsica



29

3 Comments 18 Shares

Share

PUBLICIDAD

Estudie artes gratis con el Ministerio de Cultura: inscripciones cierran este viernes

La convocatoria hace parte de los Programas de Formación a Formadores 2022 que busca impulsar el arte en Colombia.



Reciba notificaciones de Blu Radio para tener las principales noticias de Colombia y el mundo.

Activar No activar

Arte ***Foto: AFP, referencia***

Por: Jose Villanueva

11 de Agosto, 2022

El Ministerio de Cultura como parte de los Programas de Formación a Formadores 2022 abrió convocatorias para toda la ciudadanía **y así cualificar a músicos, docentes, maestros y directores** vinculados a las escuelas de artistas, lutieres, intérpretes, investigadores y gestores que impulsen el arte del país.

Las convocatorias cerrarán este viernes, 12 de agosto, y los interesados podrán aplicar **a los cursos que dictarán en cuatro instituciones:** la Universidad Nacional de Colombia, la Universidad Icesi, la Universidad Sergio Arboleda y el laboratorio de conocimiento Ucronio.

PUBLICIDAD

Los cursos serán de forma virtual y presenciales c**on una duración entre 80 a 120 horas, e iniciarán a partir del próximo 17 de agosto.**

Reciba notificaciones de Blu Radio para tener las principales noticias de Colombia y el mundo.

Activar No activar

o de

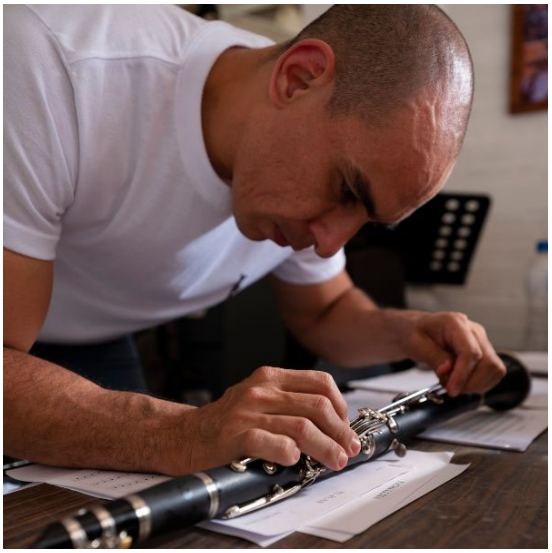


Ahora: Blu Nacional Señales

MinCultura iniciará programas gratuitos de formación para escuelas musicales y artistas en todo el territorio colombiano

02-08-2022

MinCultura iniciará programas gratuitos de formación para escuelas musicales y artistas en todo el territorio colombiano



Durante el segundo semestre del año, el Ministerio de Cultura dará inicio a los Programas de Formación a Formadores 2022, que buscan cualificar a músicos, docentes, maestros y directores.

- *Estos programas se llevarán a cabo por medio de diplomados, talleres prácticos y cursos gratuitos.*
- *Estos espacios están dirigidos a músicos, docentes, intérpretes, artistas, investigadores, gestores y lutieres que se inscriban previamente al programa de su interés.*
- *Las inscripciones están abiertas en bit.ly/FormaciónArtes2022 donde se encuentra información adicional y requisitos para la postulación.*

Durante el segundo semestre del año, el Ministerio de Cultura ha dado inicio a los Programas de Formación a Formadores 2022, que buscan cualificar a músicos, docentes, maestros y directores vinculados a las escuelas de música, artistas, lutieres, intérpretes, investigadores y gestores del país para aportar a la estructuración del campo profesional de la música y la musicalización de la ciudadanía.

Esta propuesta formativa va en línea con el Plan Nacional de Música para la Convivencia, del Ministerio de Cultura, que tiene entre sus objetivos promover el fortalecimiento y la consolidación de las escuelas municipales de música, así como otras prácticas enfocadas en este arte. La formación en los territorios está a cargo de cuatro instituciones: la Universidad Nacional de Colombia, la Universidad Icesi, la Universidad Sergio Arboleda y el laboratorio de conocimiento Ucronio.

Estos son los diplomados, talleres prácticos, cursos y capacitaciones que se brindan de manera gratuita, con cupo limitado y previa inscripción en este enlace bit.ly/FormaciónArtes2022. Allí no solo pueden consultar su disponibilidad sino también fecha de inicio ¡Aún hay cupos disponibles!

TALLERES PRÁCTICOS DE LA INDUSTRIA MUSICAL:

Mercadeo de un proyecto musical

Objetivo: Identificar los elementos necesarios para que el artista realice de forma estratégica un plan de marketing que permita posicionar su producto musical y aprovechar al máximo sus recursos. Se analizarán los cambios que se han venido dando en la industria musical para evaluar tendencias, estar a la vanguardia de las mejores herramientas y de esta forma desarrollar una comunicación eficiente y eficaz.

Modalidad: Virtual

Duración: 80 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores en el país que se desempeñen en diversos campos de la música.

Universidad Icesi

Inscripciones: del 5 al 15 de agosto - bit.ly/FormaciónArtes2022

Fecha de inicio: 18 de agosto de 2022

Herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical

Objetivo: Indagar sobre las posibilidades que ofrece la tecnología para dar a conocer al público un proyecto musical. Actualmente, la industria musical requiere que los artistas estén en capacidad no solo de interpretar su música, sino también de entender el rol de las distribuidoras, hacer un buen uso de las plataformas digitales y crear estrategias de marketing.

Modalidad: Virtual

Duración: 80 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores del país entre los 18 y 35 años de edad, que se desempeñen en diversos campos de la música.

Universidad Icesi

Inscripciones: del 5 al 15 de agosto - bit.ly/FormaciónArtes2022

Fecha de inicio: 17 de agosto de 2022

Producción de eventos de música en vivo

Producción de eventos de música en vivo

Objetivo: Brindar herramientas para la producción de campo, logística de eventos y producción técnica y artística para la ejecución de eventos de pequeño y gran formato. El taller incorpora el marco conceptual y el análisis práctico de la programación y la producción de eventos en vivo.

Modalidad: Virtual

Duración: 80 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores del país que se desempeñen en diversos campos de la música.

Laboratorio de conocimiento 'Ucronio'

DIPLOMADOS:

Educación musical inicial: Experiencias pedagógicas de ida y vuelta en Colombia

Objetivo: Explorar de manera crítica y creativa los avances recientes en educación musical que están revolucionando la manera de compartir la música con los estudiantes, al igual que promover enfoques de aprendizaje centrados en ellos, el aprendizaje a través de problemas y la colaboración constante entre estudiantes, profesores e instituciones, con énfasis en experiencias locales.

Modalidad: Presencial y virtual

Duración: 120 horas

Dirigido a: Educadores, formadores musicales, artistas, gestores y agentes de la educación musical inicial.

Universidad Sergio Arboleda

Pedagogía: Desde las prácticas musicales y artísticas regionales en el aula de primaria

Objetivo: Brindar herramientas didácticas para la educación en básica primaria, fundamentadas en las prácticas musicales del contexto en relación con otros lenguajes y prácticas para promover la diversidad cultural.

Modalidad: Presencial y virtual

Duración: 100 horas

Dirigido a: Profesores de primaria de cualquier área del conocimiento a nivel nacional.

Universidad Nacional de Colombia

CURSOS:

Tecnología en el aula de música – Nivel 1

Objetivo: Explorar herramientas tecnológicas que, desde diferentes enfoques pedagógicos y contextos culturales, pueden mejorar la experiencia de aprendizaje de los estudiantes, además de hacer más efectiva y satisfactoria la labor como músicos y educadores.

Modalidad: Virtual

Duración: 80 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores en el país que se desempeñen en diversos campos de la música.

Universidad Sergio Arboleda

Tecnología en el aula de música – Nivel 2

Objetivo: Profundizar en los proyectos colaborativos a través de nuevas tecnologías, además de explorar nuevas herramientas y asumir retos para involucrar a las comunidades, así como establecer colaboraciones creativas con docentes y estudiantes de otras partes del país.

Modalidad: Virtual

Duración: 80 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores en el país que se desempeñen en diversos campos de la música.

Universidad Sergio Arboleda

CAPACITACIONES:

Capacitación a docentes de la Escuela de música de Mompox sobre herramientas que fortalezcan estrategias pedagógicas

Objetivo: Brindar un proceso de capacitación a docentes de la Escuela de música de Mompox con el fin de compartir herramientas que fortalezcan sus estrategias pedagógicas.

Modalidad: Presencial

Duración: 20 horas

Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores del municipio de Mompox.

Universidad Nacional de Colombia

Seleccione

Planes, programas y proyectos

Seleccione

Ministerio de Cultura

Calle 9 No. 8 31
Bogotá D.C., Colombia
Horario de atención: Lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

Unidad de Correspondencia: Lunes a viernes 8:00 am a 3:00 pm
Casa Abadía Calle 8 No. 8 A-31 Bogotá D.C.
Radicación Virtual: servicioalciudadano@mincultura.gov.co

Youtube Instagram Facebook Twitter

Contacto

Correo electrónico: servicioalciudadano@mincultura.gov.co
Teléfono: (601) 3424100
Fax: (601) 3816353 ext. 1183
Línea gratuita: 018000 938081

Copyright © 2022

TALLERES PRÁCTICOS DE LA INDUSTRIA MUSICAL:

Herramientas para la promoción y difusión de un proyecto musical

Objetivo: Indagar sobre las posibilidades que ofrece la tecnología para dar a conocer al público un proyecto musical. Actualmente, la industria musical requiere que los artistas estén en capacidad no solo de interpretar su música, sino también de entender el rol de las distribuidoras, hacer un buen uso de las plataformas digitales y crear estrategias de marketing.

Modalidad: Virtual
Duración: 80 horas
Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores del país entre los 18 y 35 años de edad, que se desempeñen en diversos campos de la música.
Universidad Icesi
Inscripciones: del 5 al 12 de agosto
Fecha de inicio: 17 de agosto de 2022

Información de beneficiarios inscritos y seleccionados:
Inscritos enviados por el ministerio en formato Excel (se adjunta formato Excel ver en la carpeta Anexo de informe de avances archivo Ítem 2 y3 talleres Icesi “Talleres prácticos de la industria musical -Mercadeo de un proyecto musical 101 personas inscritas
94 Personas seleccionadas

Mercadeo de un proyecto musical
Objetivo: Identificar los elementos necesarios para que el artista realice de forma estratégica un plan de marketing que permita posicionar su producto musical y aprovechar al máximo sus recursos. Se analizarán los cambios que se han venido dando en la industria musical para evaluar tendencias, estar a la vanguardia de las mejores herramientas y de esta forma desarrollar una comunicación eficiente y eficaz.

Modalidad: Virtual
Duración: 80 horas
Dirigido a: Artistas, músicos, intérpretes, productores, pedagogos musicales, lutieres, investigadores, estudiantes y gestores en el país que se desempeñen en diversos campos de la música.
Universidad Icesi
Inscripciones: del 5 al 12 de agosto **Fecha de inicio:** 18 de agosto de 2022.

Nombre	Apellido(s)	Dirección de correo
Angelica Marìa	Frascica Escobar	afrascica@mincultura.gov.co
William	Vásquez Rodríguez	wvasquezr@unal.edu.co
Isabella	Ariza	isaariza0102@gmail.com
Carlos Andres	Bonilla Cardona	cabonilla@icesi.edu.co
Oscar Iván	Rojas Buelvas	oscarivanrojas@kingdomstudios.com.co
Henry Arley	Taquez Quenguan	hataquez@icesi.edu.co
Andrea	Carabalí Tegüé	andrutegue2002@gmail.com
Esmeralda	Alvarez	esmeralda.aviador@gmail.com
Mayerli	Díaz Moreno	mayerlidiazmoreno@gmail.com
Daniel	Morales	jdanielmoralesf@gmail.com
VALENTINA	VALENCIA MENDEZ	valentinavaleum1996@gmail.com
ANDRÉS FELIPE	RAMÍREZ CORREA	rootsramirez51@gmail.com
MARIA CAMILA	HERNANDEZ VALLEJO	mchv1998@gmail.com
JUAN DANIEL	LANDAZURI SEGURA	soyjuandaniel@icloud.com
GISELL GISELL	ROBAYO CANDADO	gisell1211@hotmail.com
JOHNNY ANDRES	DE LA CRUZ BOTINA	jadb10b@hotmail.es
FELIPE	VARELA	felipeandres.varelachavez@gmail.com
MARIA JULIANA	MANZANO	majulimusica@gmail.com
PAOLA XIMENA	URREGO	pi3nsamusica@gmail.com
LAURA DANIELA	RUEDA SUAZA	lrueda414@gmail.com
JOSE DANIEL	ARELLANO RAMOS	josearteg10@gmail.com
DANY STIVEN	OROZCO SERNA	dany.orozco@outlook.com
CAMILO ANTONIO	VALENCIA MERA	camilo.valencia@u.icesi.edu.co
LIBARDO ANTONIO	BOLÍVAR GIRALDO	libanto@hotmail.com
DIEGO HUMBERTO	GONZALEZ GONZALEZ	dhgonzalez48@gmail.com
JULIANA	CANO	Julianacanoc@gmail.com
JUAN PABLO	JAIME RUIZ	jaimeruizjuanpablo@gmail.com
YONNY SLEINER	JARAMILLO VANEGAS	ysleiner@gmail.com
LINA	SALAZAR	lina.salazar.colorado@gmail.com
DIEGO ALEXANDER	ARANGO GUTIERREZ	diegoarang@gmail.com
LUIS ENRIQUE	TORRES MONTAÑO	Luister1997@gmail.com
STEFANIA	PALACIO	stefaniamarin05@outlook.es
JHEISSON ERLEY	RESTREPO VALENCIA	jheissonrestrepo17@gmail.com
SANTIAGO	PANIAGUA URIBE	santiago.paniagua.uribe@gmail.com
MARÍA LORENA	RUEDA GÓMEZ	rgmlorena@gmail.com
MATEO	ARCILA RODRIGUEZ	mateotaylor32@gmail.com
LUISA	PARRA	luisaparraing@gmail.com
JHOAN SEBASTIAN	BELLO ADAME	jhoansebastianb@misena.edu.co
JUAN CAMILO	MONSALVE ROLDAN	camilomonsalvebass@gmail.com
DANIEL DAVID	VARGAS LAITÓN	Danielmx5@outlook.es
SEBASTIAN	OROZCO DIAZ	sebastian02155@gmail.com
SARA MARÍA	DE LOS RÍOS VÉLEZ	saramariadlrv@hotmail.com

LAURA	TOBÓN RESTREPO	saxolaura@gmail.com
ROCIO ALEJANDRA	IBARRA CALDERON	rochialeja_07@hotmail.com
CÉSAR HUMBERTO	ALVAREZ ROJAS	cesaralvarezroj@gmail.com
JUAN DAVID	SÁNCHEZ	com.juan@hotmail.com
EDGAR ANDRÉS	FLÓREZ CARO	florezmusica1@gmail.com
KAREN KAREN	ESPAÑA NARVAEZ	karen7214872@gmail.com
HAROLD GIOVANNY	CASO VALENCIA	dxiaharoldcv@gmail.com
ZOLEIDA ROSNY	ZAPATA BLANCO	Zoeh1219@gmail.com
JULIANA	ZAMBRANO OSSA	zamossa2015@gmail.com
JUNIOR ALEJANDRO	CARDEBAS CORTÉS	alejandro.cardenas@utp.edu.co
Daniel	García	danielgarciarios5@gmail.com
SARA	ACERO	saraaceroofficial@gmail.com
MELISS ANDREA	SHOOL DUQUE	mshool@gmail.com
JUANITA	JIMÉNEZ AGUILAR	juanitajimenezmusic@gmail.com
CRISTIAN CAMILO	HENAO ORTIZ	bestianboombap@gmail.com
NESTOR MIGUEL	GARCIA VIVEROS	nestorumy@hotmail.com
ELIZABETH	HENAO	elihenao147@gmail.com
ANGIE VANESSA	MURILLO CARDOSO	animurillo01@gmail.com
SINDY MARIEDIS	RUIZ ZAMBRANO	merylionz@gmail.com
MIGUEL ÁNGEL	ACOSTA BECERRA	1miguel.acostabecerra@gmail.com
ALEX JAIDITH	MONTES GUEVARA	alexjm8915@hotmail.com
MARITZA ALEJANDRA	DE LA ROSA NARVÁEZ	maridenarv@gmail.com
JONATHAN	RODRIGUEZ HOLGUIN	jonathanrhmm@gmail.com
JHOJAN ANDRES	MORENO OLAVE	jhojanandres15@hotmail.com
JEFFERY	CUESTA CARDONA	Jefry-cuesta@outlook.com
ANDRÉS FELIPE	BRAVO ALARCÓN	andresbravoedu@gmail.com
JACQUELINE	HERNÁNDEZ	jhernandezt4@ucentral.edu.co
ENDER	ASCANIO ARENAS	ender.ascanio@gmail.com
JUAN ESTEBAN	LANDAZURI SINISTERRA	juanlandazury07@gmail.com
ANDRÉS FELIPE	LOZANO MENDOZA	andrewflm.oficial@gmail.com
GABRIELA	MARTÍNEZ INSUASTY	gmo3303818@gmail.com
WILLIAM ALEXANDER	LÓPEZ VALENCIA	willvalen153@gmail.com
LEIDY ESTEFANY	ROJAS ALZATE	Leidy.rojas@correounivalle.edu.co
JAIME ANDRES	SAMPER UTRIA	j.petite@hotmail.com
JUAN MANUEL	VARGAS JOVEN	vargasjovenjuanmanuel.inem@gmail.com
SHIRLEY SELENA	BOLIVAR MAZENET	bolivarshirley9@gmail.com
DIEGO FELIPE	CUESTA TORRES	felipecuestapr@gmail.com
ANDRES FELIPE	ESTRADA JOJOA	andresf16estrada@gmail.com
DANIEL	SEGURA MONTAÑO	dnlproducer@gmail.com
PEDRO JAVIER	ALDANA ANTOLINEZ	pedrojal89@gmail.com
JHADER DOMINGO	VERGARA BERDUGO	jadervergara@gmail.com
CRISTIAN	TORRES AVENDAÑO	cstorresa@unal.edu.co
DANIEL SANTIAGO	CASTILLO CORDOBA	mfcdsc@gmail.com

JORGE HERNANDO	MUÑOZ CARDENAS	jorge96hernando96@gmail.com
JUAN CARLOS	DELGADO LOZANO	juank6551@hotmail.com
JEISSON ANDRÉS	RODRÍGUEZ GUZMÁN	andreska-77@hotmail.com
César Iván	Chichande	cesarcanta16@hotmail.com
ANDRÉS MAURICIO	CARO MARIN	andrewmacam1@gmail.com
STEVEN LEONARDO	GONZALEZ NARANJO	stevenleongonza@gmail.com
GUSTAVO ADOLFO	SUÁREZ RAMÍREZ	gustavobat97@gmail.com
JUAN PABLO	PICO SANTOS	juanpablopicosantos2022@gmail.com
SANTIAGO	NAVARRO LAMUS	snavarrolamus@gmail.com
Santiago	Mayorga	mayorgasantiago1217@gmail.com
JESUS DAVID	MARTINEZ MEZA	jesusmartinezm316@gmail.com
CRISTIAN CAMILO	CARVAJAL FONSECA	carvajalfonseca9109@gmail.com
CLAUDIA MILENA	GONZALEZ GALLEGO	claudiagonzalez587@hotmail.com
VALENTINA	LOZANO VASQUEZ	valentinalozanojv@gmail.com
ANDRES FELIPE	IBAGON BRAVO	afib129@gmail.com
LAURA VALENTINA	GUERRERO SEPULVEDA	piracun.laura@gmail.com
DIEGO	RUEDA	anditambo@gmail.com
ANDRÉS FELIPE	SALGADO SALGADO	andres2321905@gmail.com
JULIAN SANTIAGO	NARANJO VILLANUEVA	juliansantiagonaranjov@gmail.com
MILLER ALBERTO	MORENO LOZANO	milprogjaxx@gmail.com

Gmail **Paola Urrego <pi3nsapaola@gmail.com>**

Socialización plataforma Artes - ICESI (Convenio No. 2012 de 2022)

1 mensaje

Angelica Maria Frascica Escobar <afrascica@mincultura.gov.co> 26 de julio de 2022, 12:59
Para: "cabonilla@icesi.edu.co" <cabonilla@icesi.edu.co>, "felipeandres.varelachavez@gmail.com" <felipeandres.varelachavez@gmail.com>, "pi3nsa@gmail.com" <pi3nsa@gmail.com>, "pi3nsapaola@gmail.com" <pi3nsapaola@gmail.com>, Pedro Camilo Vargas Sanchez <pcvargas@mincultura.gov.co>

Reunión de Microsoft Teams

Únase a través de su PC o aplicación móvil
Haga clic aquí para unirse a la reunión

ID de la reunión: 257 435 191 975
Código de acceso: vnrimu
Descargar Teams | Unirse en la web

Infórmese | Opciones de reunión

invite.ics
5K

Semana 1

Objetivo de aprendizaje:

Semana 1	Reconocer la importancia de co marca musical con todos sus e más allá del diseño de una i



- Leer PDF www.ldkfjñalkdjf
- Ver video oaidjflaksjdfñlkajsdf



TAREA

Entrega infografía

0 de 0 entregados Vencir

Introducción

Objetivo General

Este taller busca que las/los participantes puedan estructurar, de forma estratégica y ordenada

la promoción y difusión de sus proyectos musicales.

Objetivo Específicos

- Reconocer la importancia de construir una marca musical con todos sus elementos (más all imagen)
- Identificar los elementos necesarios para el desarrollo de una estrategia de comunicación efi proyecto musical.
- Desarrollar una estrategia, orientada al cumplimiento de objetivos, que permita al proyecto m presencia digital
- Reconocer los elementos fundamentales del negocio de la música para estructurar un mode entender, aprovechar y diversificar los recursos del proyecto.

Algunos consejos para que aproveches tu proceso de formación virtual:


HORARIOS SESION
SINCRÓNIC
Sesión prir
Jueves 6:00 pm – 9:0
Socialización de ava
Lunes 5:00 pm – 6:0

EJECUCION

PRESUPUESTAL

UNIVERSIDAD

ICESI

UNIVERSIDAD ICESI

NIT: 890316745-5

Calle 18 No. 122-135
Tel: 5552334
Cali - Colombia

FACTURA ELECTRONICA DE VENTA

FEVI2635

Cliente

Nombre: CORPORACION PI3NSA

NIT 900673217
Dirección: CARRERA 26 P 16103 A 02
Teléfono: 3016444672
Ciudad: Cali

Fecha: 11/08/2022 4:16:37
Forma de pago: Crédito 30 DIAS
Medio de pago: -
Moneda: COP
Fecha vcto: 11/09/2022
Orden de Compra:

Servicio	Descripción	Cantidad	Valor bruto	Valor Dsctos	Procultura	Valor neto
VS0318-1	SEMINARIO MERCADEO DE PROYECTOS MUSICALES HERRAMIENTAS PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE UN PROYECTO MUSICAL	1	$14.187.192,00	$0,00	$212.808,00	$14.400.000,00

IMPUESTOS	BASE	TASA	TOTAL
PROCULTU	$14.187.192,00	1,50 %	$212.808,00

RETENCIÓN	BASE	TASA	TOTAL

CATORCE MILLONES CUATROCIENTOS MIL PESO COLOMBIANO M/CTE *******

Notas

Favor consignar en la Cta. Cte. 042-00283-2 Banco de Occidente y enviar copia al email: vafuel@icesi.edu.co

VALOR BRUTO	$14.187.192,00
DESCUENTO	$0,00
SUBTOTAL	$14.187.192,00
IPROCULT	$212.808,00
RETENCIONES	$ 0,00
TOTAL A PAGAR	$14.400.000,00

1. Entidad de REGIMEN TRIBUTARIO ESPECIAL, Art. 19 par. transitorio No. 2 E.T.
2. Entidad sin ánimo de lucro, no sujeta a retención en la fuente. Decreto 1625 de 2016, Art. 1.2.1.5.14
3. NO es responsable del impuesto sobre las ventas IVA, Art. 476 E.T.
4. Agente de Retención en la Fuente por concepto del Impuesto sobre la Renta y Complementario y del Impuesto de Industria y Comercio ICA
5. Autorretenedor de ICA en Cali Resolucion No. 4131.040.21.1.0266 de 2022

Autorización Numeración de Facturación No. 18764018749045 Numeración: AUTORIZADA Rango desde: FEVI973 hasta: FEVI5000 Vigencia desde: 29/09/2021 hasta: 29/09/2022 - 12 Meses

CUFE: 9e51198de39aee30f106d7bbee1a2cf42795336af3a81300ad45876e47719768058af11efcc493f2b3744047ff500b2f

FIRMA DIGITAL: FEK3esvx49VdFqF0IYWHJT2DUG0M5Y8XpN0Z9Cr6GxN/KBQrNhDMvPkUWleRtXvV5tPPfqBjd1wD1IERDUgFlDjPQNzji6INOelxRlnlxaVfEd8BqthItezGBw+
AA3DJ+/9BSQmC49+j5ti9PYjw3wNgCNNyQycSyWrOyNZx4NKvICHYK+b2ZaBfCklAPJF0yPvVlYlGZxAL991l4dC/EgKT8iE2YP7kmUo8WmvbLN8wwAshq+9swXxMW
f8SpntQmyn9raLMIzav3HwAd/Zf5ah16hg4fQi4GMUctn8BpdjTn0s08+XJnwku9Cd7AkZh8hLTxT5KwGxMWosD2+TNyA==

FECHA DIAN: 2022-08-11 16:33:40-05:00

Emisor

Nombre Legible y Fecha de Entrega

BBVA Net Cash

Detalle Fichero

15/Agos/22 14:33:47

Información del fichero

Clave Empresa:	PI3NSA	Cuenta de Cargo:	CC - 00130861000100002756
F.de proceso:	15-08-2022	Nombre Fichero:	cronio Unisono
Referencia:	DVP 15/08/2022	Órdenes:	1
Producto:	Pagos a Proveedores	Importe Total:	14.400.000,00

BENEFICIARIO	IDENTIFICACIÓN	CUENTA BENEFICIARIA	BANCO	IMPORTE (COP)	FORMA DE PAGO	MOTIVO
UNIVERSIDAD ICESI	000000890316745	042002832	0023--BANCO DE OCCIDENTE	14.400.000,00	Abono/Cargo cuenta	AUTORIZADO