

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Простая интерпретация понятия авторских и смежных прав.
2. Почему «права» это Ваш капитал, как возникают активы «прав» и как ими правильно распоряжаться.
3. Авторское право и право на исполнение. Кто помогает администрировать эти активы.
4. Какова роль Паблицера или Музыкального Издательства.
5. Общества по коллективному управлению авторскими и по коллективному управлению смежными правами.
6. Кому принадлежит право распоряжаться фонограммой (мастер-копией звуковой записи)
7. Роль Рекорд Лейбла или Звукозаписывающей компании.
8. Дистрибьюция фонограмм. Особенности цифровой дистрибьюции.
9. Музыка как контент. Метаданные.
10. Структура лицензионного договора.
11. Структура музыкального рынка.
12. Розничный рынок. Музыкальные сервисы. Цифровые продажи (Itunes, Spotify, Deezer и т д). Взаимодействие с видео-сервисами (Youtube и т п)
13. Мобильные продажи.
14. Музыкальный рынок B2B. Что такое синхронизация или музыка в кино, рекламе, видео.
15. Аудио-брендинг.
16. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
17. Маркетинг музыкального продукта.
18. Стратегия и планирование вывода музыкального продукта на рынок.
19. Кто такой менеджер артиста и зачем он нужен артисту?
20. Структура шоу-бизнеса в России и основные действующие лица.
21. Организационно-правовые формы предприятий культуры и налогообложение.
22. Экономика и бизнес-планирование в музыкальной индустрии.
23. Концертная деятельность, контракты, логистика, составление бытовых и технических райдеров.
24. Особенности работы в студии, саундпродюсирование.
25. Творческие и инновационные подходы к промоушену артиста. Роль рекорд лейбла в промоушене артиста.
26. Продвижение музыкального проекта за рубежом.
27. Продвижение музыкального проекта в интернете.
28. Жизнь музыкального проекта в СМИ.
29. Производство видеоклипов, выбор режиссера, оператора.
30. Имидж артиста, создание запоминающегося сценического образа артиста.
31. Продвижение артиста на музыкальный рынок при помощи PR- технологий.
32. Музыкальные фестивали, обзор российских и зарубежных муз. фестивалей, плюсы и минусы выступления на фестивалях.
33. Виды концертных площадок – от клубов до стадионов. Работа с клубами.
34. Юридические аспекты отношений менеджера и артиста, виды контрактов.
35. Как начинающим артистам попасть в эфир ТВ и радиостанций?
36. Как привлечь внимание к творчеству артиста?
37. Как правильно составить контракт?
38. Как и кому можно продавать музыку?
39. Как правильно организовать концертную деятельность? и многое другое.
40. Стадии продвижения музыкального проекта.
41. Проблема стратегического планирования шоу.
42. Разновидности продюсирования: саунд-продюсер и продюсер-менеджер.

43. Шоу-проект и механизмы продвижения музыкального продукта на рынок.
44. Промокомпания проекта, дистрибуция, концертная и гастрольная деятельность.
45. Роль музыкальных издательств, управляющих правами авторов музыкального материала – композиторов и поэтов-песенников.
46. Рекорд-компания и тиражирование творческого продукта, оборот денежных средств в музыкальном бизнесе.
47. Функции арт-менеджера в сценической деятельности артиста.
48. Основные этапы PR-компания.
49. Продюсерский проект от создания идеи до концертной деятельности: разработка концепции, выбор продюсера, организация кастинга, пиар и разработка имиджа артиста, выбор рекорд-компания, организация фотосессии, вокал артиста и хореография шоу, режиссура, выступления.
50. Составление бизнес-плана, расчет налогов.