

УДК 791:005(075.8)  
ББК 65.498.53-2я73  
К67

Рецензенты:  
кандидат экономических наук *П.Я. Слободин*  
(член Национальной федерации производителей фонограмм);  
кандидат юридических наук *А.В. Бабушкин*  
(ректор Института прав человека)

Главный редактор издательства  
кандидат юридических наук,  
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

**Корнеева, Светлана Михайловна.**  
**К67** Музыкальный менеджмент: учеб. пособие для студентов  
вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный ме-  
неджмент» (061166) и специальностям культуры и искусства  
(050000) / С.М. Корнеева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 303 с.

ISBN 5-238-00994-1

Агентство СІР РГБ

Рассматриваются вопросы управления шоу-проектом, связанные с менеджментом, творчеством, экономикой и правом в шоу-бизнесе. Прикладной характер материала дает возможность профессионально отнестись к организации проекта, учитывая все нюансы современной инфраструктуры этой сферы предпринимательства.

Для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент», специальностям культуры и искусства, начинающих продюсеров и работников сферы шоу-бизнеса, а также широкого круга читателей.

**ББК 65.498.53-2я73**

ISBN 5-238-00994-1

© С.М. Корнеева, 2006  
© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 2006

Воспроизведение всей книги или какой-либо ее части любыми средствами или в какой-либо форме, в том числе в Интернет-сети, запрещается без письменного разрешения издательства



## Оглавление

<b>Введение</b>	<b>3</b>
<b>Часть I. Продюсер и управление</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Продюсер — менеджер — предприниматель</b>	<b>6</b>
<b>Глава 2. Продюсер в системе ролей</b>	<b>18</b>
2.1. Понятие «роль» в продюсерской деятельности	18
2.2. Функции продюсера в ролевой структуре	20
2.3. Виды и типы ролей, их синтез	34
<b>Глава 3. Продюсер—артист: партнерство или лидерство?</b>	<b>41</b>
3.1. Стили управления шоу-проектом	42
3.2. Формальное и неформальное управление	50
3.3. Мотивирование	56
3.4. Методы эффективного управления	64
3.5. Авторитет и престиж продюсера как основа руководства	69
3.6. Власть в управлении шоу-бизнесом	73
<b>Глава 4. Продюсер—руководитель проекта и компании</b>	<b>76</b>
4.1. Управление сольным проектом	76
4.2. Специфика продюсирования группы	81
4.3. Типы продюсерских компаний и их оргструктура	82
<b>Часть II. Продюсер и творчество</b>	<b>91</b>
<b>Глава 5. Креатив-технологии в творчестве продюсера</b>	<b>92</b>
<b>Глава 6. Хит-мейкинг: искусство или расчет?</b>	<b>101</b>
6.1. Хит-потенциал песни	101
6.2. Продвижение музыкального материала	105
<b>Глава 7. Технология клипмейкерства</b>	<b>108</b>
7.1. Бюджет видеоклипа	109
7.2. Выбор студии	111
7.3. Процесс съемки	113
<b>Глава 8. Постпромоушн</b>	<b>117</b>
<b>Глава 9. Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании</b>	<b>138</b>
9.1. Паблик рилейшнз (PR) и его средства	138
9.2. Стратегия рекламной кампании	141
9.3. Выбор PR-агенства	148

<b>Оглавление</b>	<b>303</b>
9.4. Медиапланирование в продюсерской деятельности	149
9.5. Выбор названия проекта	151
9.6. Легенда: критерии и технология создания	154
9.7. «Черный» PR в карьере артиста	159
<b>Часть III. Продюсер и экономика</b>	<b>165</b>
<b>Глава 10. Предпринимательство в условиях конкуренции</b>	<b>166</b>
10.1. Функции предпринимательства в шоу-индустрии	167
10.2. Эффективность креативных решений в условиях конкуренции	170
10.3. Виды конкуренции в шоу-бизнесе	173
10.4. Жизненный цикл музыкального проекта	181
<b>Глава 11. Фандрайзинг в музыкальном бизнесе</b>	<b>184</b>
11.1. Понятие фандрайзинга и его этапы	184
11.2. Формирование пакета документов	185
11.3. Специфика фандрайзинга в музыкальной индустрии	197
<b>Часть IV. Продюсер и право</b>	<b>203</b>
<b>Глава 12. Авторские и смежные права как объект регулирования правоотношений</b>	<b>204</b>
12.1. Продюсер—автор: правовые отношения и реализация авторских прав	205
12.2. Продюсер—исполнитель: правовые отношения и реализация смежных прав	214
12.3. Видеоклип как аудиовизуальное произведение малых форм	218
<b>Глава 13. Деятельность организаций по коллективному управлению правами</b>	<b>226</b>
13.1. Коллективное управление авторскими и смежными правами	226
13.2. Общества по управлению авторскими правами	229
13.3. Общества по управлению смежными правами	238
13.4. Совместные акции по борьбе с правонарушениями	247
<b>Глава 14. Договорная система в музыкальной шоу-индустрии</b>	<b>250</b>
14.1. Основные типы договоров	250
14.2. Авторский договор заказа	251
14.3. Договор на оказание продюсерских услуг	252
14.4. Договор с клипмейкерской студией	254
14.5. Правовые отношения с дистрибьюторами	255
14.6. Процесс развития договорных отношений	257
<b>Заключение</b>	<b>260</b>
<b>Словарь терминов</b>	<b>261</b>
<b>Библиографический список</b>	<b>264</b>
<b>Приложения</b>	<b>266</b>