



JUŻ OD 2009 ROKU
SZKOLIMY Z ZAKRESU
ORGANIZACJI
WYDARZEŃ



**TRENERZY
Z SUKCESAMI**
W BRANŻY EVENTOWEJ



**MINI - BIBLIOTEKA
EVENTOWA**
DO DYSPOZYCJI
UCZESTNIKÓW



**SALA SZKOLENIOWA
W SAMYM CENTRUM
WARSZAWY**
ŻURAWIA 22



Manager artystyczny

praca z artystami,
planowanie promocji i
tras koncertowych

GWARANTUJEMY:

- ✓ Małe grupy od 4 do 16 osób, pozwalające na wykonywanie ćwiczeń, warsztatów i prowadzenie dyskusji
- ✓ Przerwy kawowe i lunch
- ✓ Materiały szkoleniowe i piśmiennicze
- ✓ Trenerów z wieloletnim doświadczeniem w branży
- ✓ Certyfikat ukończenia kursu – w wersji polskiej i angielskiej
- ✓ Kameralną atmosferę w sali z mini-biblioteką eventową!

Manager artystyczny

Co zyskasz?

- ✓ Dowiesz się jak wygląda praca managera artystycznego
- ✓ Poznasz podstawy wiedzy o prawie autorskim i prawach pokrewnych
- ✓ Zdobędziesz praktyczną wiedzę o budowaniu i zarządzaniu wizerunkiem
- ✓ Zyskasz umiejętność pracy z artystami oraz planowania promocji, tras koncertowych i wydawnictw
- ✓ Poznasz zasady współpracy z różnymi kontrahentami, w tym z agencjami eventowymi

Dla kogo?

- ✓ Dla osób chcących rozpocząć pracę w impresariatach, managementach i firmach fonograficznych
- ✓ Dla marzących o własnej firmie – agencji artystycznej
- ✓ Dla osób współpracujących z artystami lub impresariatami podczas eventów, chcących tworzyć udane kontakty biznesowe

Program

(09:00 – 17:00)

1. Manager artystów

- 1.1. Warsztat: Czym się zajmuje manager artystów?
- 1.2. Rodzaje artystów i charakterystyka ich pracy – muzyk, aktor, konferansjer
- 1.3. Praca managera artystycznego – blaski i cienie
- 1.4. Rodzaje managementu artystycznego
- 1.5. Zakres obowiązków managerów artystycznych
- 1.6. Cechy osobowości idealnego managera

2. Aspekty prawne

- 2.1. Jak powinna wyglądać dobra umowa koncertowa i wydawnicza?
- 2.2. Na co zwrócić uwagę podpisując umowę z agencją eventową?
- 2.3. Negocjacje umów – trudna sztuka kompromisu
- 2.4. Prawo w pracy managera – prawa autorskie, prawa pokrewne, prawa do wizerunku
- 2.5. Warsztat: Praca nad draftem umowy od klienta – szukanie niebezpiecznych zapisów

3. Budowanie wizerunku artysty

- 3.1. Wizerunek artysty – czym jest i jak go budować?
- 3.2. Kręta droga – zmiana wizerunku artysty
- 3.3. Media a wizerunek – co robić, by media nam służyły, a nie szkodziły?
- 3.4. Jaki jest wpływ wizerunku na współpracę z agencjami eventowymi?
- 3.5. Warsztat: Praca nad budową lub zmianą wizerunku artysty

4. Reklama i akcje społeczne a wizerunek artysty

- 4.1. Jakie są sposoby komercyjnego wykorzystania wizerunku artysty?
- 4.2. Jakie są sposoby niekomercyjnego wykorzystania wizerunku artysty?
- 4.3. Plusy i minusy uczestniczenia w komercyjnych i niekomercyjnych kampaniach
- 4.4. Dylematy managera i artysty – finanse vs wizerunek

5. Media – miejsce promocji, miejsce sprzedaży, miejsce porażek

- 5.1. Kto jest odbiorcą naszego artysty – grupy docelowe i ich specyfika
- 5.2. Brukowce – walczyć czy ignorować?
- 5.3. Internet – wylęgarnia piratów czy nadzieja sprzedaży?
- 5.4. Jak znaleźć w mediach miejsce do promocji artysty?

6. Współpraca z kontrahentami

- 6.1. Jak rozmawiać z wytwórnią fonograficzną?
- 6.2. Praca z agencjami eventowymi, urzędami miast, klientami korporacyjnymi – umowy, ZAIKS, stawki wynagrodzeń
- 6.3. Agencje reklamowe – tworzenie kampanii reklamowych z wykorzystaniem wizerunku artysty
- 6.4. Agencje koncertowe – jak sprawić, aby pamiętano o naszym artyście w planowaniu festiwalu z udziałem międzynarodowych gwiazd?

7. Realizacja koncertu

- 7.1. Zadania managera podczas realizacji koncertu
- 7.2. Artysta i zespół – podzielność uwagi
- 7.3. Efekt WOW na koncercie – dźwięk, światło i multimedia
- 7.4. Trasa koncertowa – road manager – ojciec, niania i żandarm
- 7.5. Artysta na evencie – gwiazda wieczoru czy dodatek do imprezy?
- 7.6. Bezpieczeństwo artysty podczas koncertu

8. Na backstage'u eventowym

- 8.1. Specyfika riderów technicznych
- 8.2. Ridery hotelowe i garderobiane
- 8.3. Czego wymagać, a na co przymknąć oko?
- 8.4. Granica pomiędzy wymaganiami a fanaberiami – czego możemy oczekiwać od organizatorów wydarzeń?
- 8.5. Analiza sytuacji kryzysowych na eventach

9. Płyta – od kompozycji do masteringu

- 9.1. Rodzaje twórczości muzycznej – Pop, komercja, nisza, off, alternatywa
- 9.2. ZAKS i Publishing – prawa autorów muzyki i tekstów
- 9.3. Praca w studio – aranżacje, produkcja muzyczna, sesje nagraniowe
- 9.4. Fanaberia czy działanie prospdazowe – featuring
- 9.5. Postprodukcja – mix, mastering
- 9.6. Warsztat: Tworzenie harmonogramu powstawania płyty

10. Partnerzy – po co logo na płytach i plakatach?

- 10.1. Sponsoring muzyki – specyfika i założenia
- 10.2. Patronaty medialne – współpraca z mediami
- 10.3. Rozliczenia barterowe
- 10.4. Warsztat: Określanie świadczeń dla sponsorów i partnerów medialnych

11. Płyta – od masteringu do sklepowych półek

- 11.1. Elementy składowe planu promocji
- 11.2. Artwork podczas pracy nad płytą – współpraca z fotografem i grafikiem
- 11.3. Strategie sprzedaży i dystrybucji płyt muzycznych
- 11.4. Warsztat: Tworzenie planu promocyjnego płyty



Kontakt

Event Manager Training Group

Ul. Żurawia 22 , 00-515 Warszawa

Szkolenia otwarte – zapisy i informacje:

Tel. (+48)22 308 00 11, Mail: biuro@emtg.pl, Strona: www.emtg.pl

Szkolenia zamknięte:

Tel. (+48)698 682 267, Mail: dorota.r@emtg.pl



www.facebook.com/szkoleniaEMTG