Др\_ Определение роли PR средств музыкального коллектива

Стр\_76

[Введение](#_Toc5298289)

[Глава 1 Теоретические основы развития продюсирования в музыке](#_Toc5298290)

[1.1 История зарождения продюсирования](#_Toc5298291)

[1.2 Продюсирование, его виды и их характерные особенности](#_Toc5298292)

[1.3 Роль рекламы и PR в музыкальном продюсировании](#_Toc5298294)

[Глава 2 Исследование действующей роли PR средств в продюсирования музыкального коллектива](#_Toc5298295)

[2.1 Группа , как пример коммерческого музыкального коллектива](#_Toc5298296)

[2.2 Разработка имиджа и создание символики группы](#_Toc5298297)

[2.3 Реклама, как форма PR - деятельности](#_Toc5298298)

[2.4 Скандалы и слухи, как часть стратегии PR - сопровождения](#_Toc5298299)

[Глава 3 Пути определения и совершенствования PR средств музыкального коллектива](#_Toc5298300)

[3.1 Определение PR-кампании, применяемой для группы](#_Toc5298301)

[3.2 Совершенствование стратегии PR средств музыкального коллектива 64](#_Toc5298302)

[Заключение](#_Toc5298303)

[Список использованной литературы](#_Toc5298304)

Заключение

Америка - родина продюсирования. Первые в истории продюсеры проявляли свои деловые способности, вкладывая силы в развитие кино. Американское кино и в настоящее время остается величайшей медиаиндустрией в мире, поэтому знакомство с основными вехами и открытиями, принципами ведения бизнеса, в том числе голливудских студий, представляется весьма полезным для развития предпринимательского мышления будущих и настоящих специалистов массмедиа.

Музыкальное продюсирование - это сложный и многоуровневый процесс и ряд последовательных действий, которые доводят проект до узнаваемости и востребованности. В основном этим занимаются опытные люди, у которых есть достаточно опыта, для того чтобы сделать проект успешным. Финансирование - это привлечение средств на взаимовыгодных условиях. Слово «Продюсер» - образовано от английского «produce» (производить) и пришло на телевидение из киноиндустрии.

Список использованной литературы

1 Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения- М.: Аспкт Пресс, 2018. - 191 с.

2 Гараганова А.В. Эпоха перемен- М.: Арт Бизнес Центр, 2018. - 200 с.

3 Телевидение. Теория, история, практика- М.: Аспект Пресс, 2018. - 224 с.

4 Росс Э. Как устроено кино- М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. - 208 с.

5 Се Унг Л. Арт-менеджмент XXI века- М.: Политическая энциклопедия, 2018. - 294 с.