



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA
BAHIA**
Escola de Música
Departamento de Música

**PROGRAMA DE
COMPONENTE
CURRICULAR**

CÓDIGO	NOME
MUSC59	ADMINISTRAÇÃO PARA MÚSICOS

CARGA HORÁRIA				MÓDULO			CURSO(S)	ANO VIGENTE
T	P	E	TOTAL	T	P	E	Graduação	2016
20	17	-	37	20		-		

Ementa

A música também é um negócio que implica na existência de um mercado – seja acadêmico ou tradicionalmente “comercial”. A viabilidade de uma carreira não se baseia apenas na qualidade artística, mas também em práticas gerenciais e promocionais bem estruturadas e eficazes. Nem sempre o músico ou a banda consegue dispor de uma empresa ou profissional especializado em marketing e administração; mesmo para aqueles que conseguem, em de suma importância o conhecimento dos mercados musicais e técnicas de divulgação, administração e reconhecimento de oportunidades de negócios.

Objetivos

Capacitar o músico a gerenciar efetivamente a carreira, através do conhecimento dos mercados e seus mecanismos, das avenidas de divulgação e venda, e das perspectivas presentes e futuras ligadas à internet e a distribuição digital.

Conteúdo

1º Semestre

Técnica

Definição de técnica, posicionamento no instrumento, correta posição da bateria, correta posição do corpo, controle de cada nota, balanço das vozes.

Posicionamento: Movimentação, distância, abertura, altura do banco, posição da Bateria.

Bumbo e pedais: “Flat foot”, “Heel up”, Leg stroke.

Mãos: German, American, French e Traditional grip.

Toques: Full/Up/Down/ Tap strokes.

Estudo de rudimentos e a sua aplicabilidade na bateria: Single Strokes,

Single-Stroke Four, Single Stroke Seven, Multiple-Bounce Roll, Triple-Stroke Roll, Double-Stroke Roll, Single Paradiddle, Double Paradiddle, Triple Paradiddle, Paradiddle Diddle.

Exercícios de coordenação motora com independência dos membros inferiores e superiores.

Leitura

Utilizando métodos de leitura para caixa.

Entre cindo a dez peças.

Métodos contendo partituras para bateria.

Prática

Rudimentos na bateria utilizando a caixa, o bumbo e o chimbal

Exercícios de coordenação com variações no bumbo e no chimbal

Conteúdo

Princípios de administração e marketing

O marketing de música independente

Segmentação e nichos de mercado

A importância da performance

A mídia da música

Material de divulgação

Elaborando um sitio na web

Marketing pela internet e suas ferramentas

Distribuição digital

Captação de recursos e elaboração de projetos artísticos

Selos e publicação

Direitos autorais para música e licenciamento

Planejamento de gravação de álbum

Gerenciamento de carreira musical

Perspectivas futuras dos mercados musicais

Avaliação

Seminário sobre um tema relacionado à carreira musical

Elaboração de um projeto pedagógico

Bibliografia

KRASILOVSKY, William. *More about this business of music*. New York: Billboard Publications, 1974. 2004

CASTRO, Armando Alexandre Costa de. *A música baiana e o mercado: a gestão da obra como estratégia de negócio*. Tese (doutorado) UFBA. 2011.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

Baker, Bob. Guerrilla Music Marketing Handbook. Spotlight Publications, 2007.

Beal, Eric. Making Music Make Money: An Insider's Guide to Becoming Your Own Music Publisher. Berklee Press, 2003.

Programa de componente curricular proposto na
reunião do Departamento, em 12/08/2016

Pedro Ribeiro Kroger Junior
Chefe do Departamento