

Nome dell'Insegnamento: Economia dei beni musicali		
Codice: SECS-P/06	Crediti: 6	Semestre: I
Docenti: Franco Fabbri		
Ore di didattica: 48	Ore di Esercitazione:	
Modalità d'esame: Orale		

Obiettivi del corso: Conoscenza dei lineamenti generali dell'economia delle musiche, relativamente ai beni sia immateriali che materiali

Programma del corso:

Per “Economia dei beni musicali” intendiamo estensivamente l’insieme di tutte le possibili transazioni economiche che hanno a che fare con la musica, o, in altri termini, chi paga chi e come per qualunque oggetto materiale o immateriale di natura musicale (reale o possibile) che venga scambiato. Dall’obolo al musicista di strada all’acquisto dei diritti di una canzone per un jingle o per un centralino telefonico, dalla gestione del personale della Scala alla cessione del brevetto per un circuito integrato che fa funzionare una tastiera elettronica, dal merchandising di una tournée all’ordinanza di ripartizione della Siae.

L’indice che segue offre a grandi linee un quadro dei principali ambiti all’interno dei quali si muove l’economia della musica, e delle professioni in cui si articola. Il programma del corso si svolge intorno a questo indice.

Musica “dal vivo” (socializzata)

Le professioni della musica “dal vivo”

- Solista
- Orchestrale
- Direttore d’orchestra
- Maestro ripetitore
- DJ
- Accordatore
- Tecnico del suono
- Tecnico delle luci
- Road manager
- Macchinista
- Scenografo-Stage designer
- Coreografo
- Regista
- Assistente di scena
- Suggeritore
- Agente-promotore
- Manager personale
- Sovrintendente
- Direttore artistico

Addetto stampa
Altre
Musicisti di strada
Musica per feste private, matrimoni, ecc.
Musica per cerimonie religiose e feste popolari
Orchestre da ballo
Discoteca
Club (jazz, folk, cabaret)
Concerti pop
Festival pop
Concerti cameristico-sinfonici
Balletto e danza moderna
Opera
Operetta e musical
Musica di scena per il teatro
Concerti di musica acusmatica
Installazioni
Musica “dal vivo” e merchandising
La musica “dal vivo” e il diritto d’autore

Industria degli strumenti musicali

Liuteria artigianale
Industria per la produzione in serie
Circuiti integrati per strumenti musicali
Commercio degli strumenti musicali
Brevetti e diritti nell’industria degli strumenti musicali

Didattica e ricerca

Lezioni private
Scuole private
Scuole popolari
Conservatori e scuole civiche
Accademie e scuole di perfezionamento
Corsi estivi
Università (lauree e master)
Centri di ricerca
Musei e archivi musicali

Editoria

Le professioni dell’editoria musicale
Compositore
Librettista
Autore del testo (“paroliere”)
Responsabile editoriale
Promotore (di esecuzioni)
Copista-Score editor

- Addetto all'ufficio legale
- Altre
- Produzione di musica stampata
- Noleggio di partiture e parti
- Manuali, studi
- Libri sulla musica
- Riviste musicali
- La critica musicale giornalistica
- Cessione di diritti
- Commercio di prodotti editoriali musicali
- L'editoria musicale e il diritto d'autore

Discografia

- Le professioni della discografia
 - Direttore artistico
 - Label manager
 - Produttore
 - Arrangiatore
 - Interprete a contratto
 - Sessionman
 - Programmatore
 - Tecnico del suono (di produzione e post-produzione)
 - Graphic designer
 - Multimedia designer
 - Regista di videoclip
 - Addetto all'ufficio stampa
 - Addetto alla promozione radiotelevisiva
 - Addetto all'ufficio legale
 - Altre
- Produzione di supporti
- Cessione di diritti
- Promozione
- Commercio di supporti
- La discografia e il diritto d'autore

Radio

- Le professioni musicali della radio
 - DJ
 - Conduttore
 - Programmista-regista
 - Addetto alle playlist
 - Tecnico del suono
 - Altre
- Format, target, playlist
- Rilevazioni dell'ascolto radiofonico
- La radio e il diritto d'autore

Industria elettronica

Dal fonografo al cd

Radio

Telefonia fissa (inclusa filodiffusione, centralini e segreterie)

Computer e schede audio

Telefonia cellulare (inclusi ringtones)

Lettori di file

Commercio di apparecchiature per l'ascolto

L'industria elettronica e il diritto d'autore

Pubblicità

Jingle pubblicitari per la radio

Jingle pubblicitari per il cinema

Jingle pubblicitari per la televisione

La pubblicità e il diritto d'autore

Musica di sottofondo (Muzak) e per spazi specifici

Musica per ambienti

Musica per il lavoro

Musica per spazi commerciali (incluse radio dedicate)

Programmi in-flight e simili

La musica di sottofondo e per spazi specifici e il diritto d'autore

Cinema

Musiche per il cinema muto

Musica da film diegetica e non-diegetica

Colonne sonore per il cinema narrativo

Film musicali

Colonne sonore per documentari

Sound e music libraries

Il cinema e il diritto d'autore

Televisione

Le professioni musicali della televisione

Il videoclip

La televisione e il diritto d'autore

L'industria del software

Colonne sonore per giochi elettronici

Sound design per applicativi non musicali

Software per applicazioni musicali (incluse radio e televisione)

L'industria del software e il diritto d'autore

Internet

Scambio di file musicali

Vendita di file musicali
Vendita di spartiti e partiture
Internet e il diritto d'autore

Metodi didattici: Lezioni frontali

Propedeuticità consigliate:

Prerequisiti:

Materiale di riferimento:

M.W. Krasilovsky, S. Shemel, This Business of Music. The Definitive Guide to the Music Industry, 9th Edition, Watson-Guption Publications (Billboard Books), New York, 2003.

D.S. Passman, All You Need to Know About the Music Business, UK Edition, Penguin Books, London, 1998.

F. Fabbri, La popular music, in Aa.Vv., Storia della musica, Utet, Torino, 2004.

F. Fabbri, Il suono in cui viviamo, Arcana, Roma, 2002.

F. Fabbri, L'ascolto tabù, Il Saggiatore, Milano, 2005.

Altre informazioni:

URL del corso:

Informazioni in inglese:

- **Programma**
- **Metodi didattici**