



Développer sa carrière artistique en musique

5 jours en présentiel de formation, ateliers et rencontres pour se situer, se positionner et développer sa carrière en tant que musicien

Durée: 35.00 heures (5.00 jours)

Prérequis

- Avoir une activité musicale professionnelle

Objectifs pédagogiques

- Appréhender l'organisation générale du monde de la musique
- Avoir des bases sur l'histoire des musiques populaires et contemporaines
- Créer et développer son réseau
- Optimiser son travail artistique
- Développer ses activités
- Comprendre la chaîne de la production phonographique
- Se repérer les étapes de la production du disque
- Construire et mettre en œuvre sa stratégie pour les réseaux sociaux
- Identifier les partenariats clés
- Construire sa propre stratégie de développement de carrière
- Connaître des outils pour gagner en efficacité

Contenu de la formation

- Organigramme des musiques actuelles
 - Panorama des acteurs et des ressources
 - Qui fait quoi ?
 - L'artiste, l'organisateur de spectacle, le manager, l'éditeur, le producteur de disques, l'agent artistique, le tourneur
- Ma musique a-t-elle une histoire ?
 - Les jalons des différentes esthétiques musicales du XX^e siècle à aujourd'hui
 - La notion ambiguë de « musiques actuelles »
 - Musiques savantes/musiques populaires, musiques enregistrées/arts de la représentation, uniformité/diversité
- Les réseaux de la musique
 - Qui, quoi, pourquoi et comment ?
 - Les outils du réseau
 - Inscription et gestion du réseau
 - Posture professionnelle / sens du réseau
- Multiactivité du musicien
 - Comment la gérer ?
 - Porteur de projet / rôle de l'interprétariat
- Le monde du disque
 - Les acteurs du disque et leurs interactions
 - Les producteurs, les labels, les autoproducteurs : différences, limites et enjeux professionnels et structurels
 - Les réseaux de promotion et de distribution
 - Les stratégies marketing



- Rencontre avec l'équipe de la FRACAMA
 - Présentation des objectifs, enjeux et actions
 - Présentation des dispositifs régionaux de soutien
- Social media / marketing
 - Gérer et développer sa présence sur internet
 - L'intérêt des réseaux sociaux pour les artistes en musique
 - Comment entretenir et optimiser ses réseaux sociaux ?
 - Marketing et partenariats numériques
- Développements / Outils
 - Travailler son storytelling : parler de sa musique, de son univers artistique
 - Les usages et tendances de mon registre musical
 - Gestion du temps, outils de production et d'organisation

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Stan Souedet, Directeur de la formation et du développement, Les Formations d'Issoudun / Co-président de la FRACA-MA

Guillaume Bernard, Conférencier, formateur / Cofondateur et directeur artistique d'Un je ne sais quoi

Yann Ryk, Chargé de mission territoire, FRACA-MA

Jérémie Hahn, Chargé de développement, FRACA-MA

Alexandre Blomme, social media manager, Le Chantier des Francos / Morgane Production

Chloé Nataf, Responsable Entrepreneuriat Culturel, Coordinatrice Projets Européens, Trempolino

Nicolas Jaumain, consultant, référent musique, ÉCOPIA

Arnaud Lantoine, consultant et fondateur, ÉCOPIA

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation
- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions orales ou écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation