

Promocja w branży muzycznej na przykładzie zespołu XYZ.

Wstęp.

Rozdział I.

Promocja w branży muzycznej.

1.1. Pojęcie i istota promocji.

1.2. Instrumenty promocji w branży muzycznej.

1.3. Specyfika promocji w branży muzycznej.

Rozdział II.

Charakterystyka zespołu XYZ.

2.1. Historia zespołu.

2.2. Profil działalności zespołu.

2.3. Wizerunek zespołu na rynku muzycznym.

Rozdział III.

Działania promocyjne w zespole XYZ.

3.1. Reklama zespołu XYZ.

3.2. Wizerunek jako element promocji zespołu.

3.3. Rola menedżera w promocji zespołu.

Zakończenie

Bibliografia