

Management, Marketing & Media della Musica

PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

Tipologia di corso

Master

Titolo del corso

Management, Marketing & Media della Musica

PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

Indirizzo web del corso

-

Il Corso di Studio in breve

Il Master ha un carattere fortemente multidisciplinare, includendo accanto a contenuti di management e giuridici applicati al business della musica, profili relativi alla storia, alla fruizione critica, alla comunicazione attraverso vari tipi di media e all'organizzazione di eventi relativi a diversi generi musicali. In Italia agiscono migliaia di organizzazioni, private e pubbliche, profit e non profit, impegnate nel settore musicale. Il Master vuole contribuire a creare persone con competenze nuove e adeguate alle sfide che tali organizzazioni, anche alla luce della rivoluzione digitale, debbono affrontare

Obiettivi formativi specifici del Corso

Il Master è finalizzato alla formazione di persone intenzionate a operare, o che già operano, nel vasto e vario ambiente del settore musicale, dalle fasi di creazione a quelle di produzione e di fruizione dei prodotti musicali, di vario genere e tipo. Il corso offre un programma formativo vario, sia dal punto di vista dei contenuti che dei metodi didattici, comunque sempre attivi e coinvolgenti, grazie alla partecipazione di docenti e professionisti di grande competenza nei rispettivi campi. I temi trattati, che comprendono conoscenze di base e applicate al business della musica nelle aree gestionali, giuridiche e musicologiche, rende il Master un'esperienza formativa differente rispetto ad altre presenti nel panorama italiano e internazionale. Il percorso offerto dal Master, integrato con il know-how e le competenze acquisite sul campo (anche attraverso stage e tirocini e la redazione di una tesi sperimentale a conclusione del Master), offre un'opportunità importante a chi vuole entrare nel settore musicale e a chi, già operandovi, vuole migliorare le proprie competenze. .

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Il Master si rivolge a giovani laureati che desiderano trovare uno sbocco professionale nel settore musicale e a persone che già vi operano e desiderano migliorare e ampliare le proprie competenze. Tra le diverse organizzazioni, pubbliche e private, che operano nel settore musicale e che richiedono le competenze sviluppate nel Master possiamo annoverare, ad esempio: case discografiche, radio, televisioni, piattaforme di streaming musicale, case editrici, riviste musicali, agenti e produttori musicali, organizzatori di eventi musicali, associazioni e istituzioni del settore musicale. Il Master favorisce anche la formazione di liberi professionisti nel settore musicale. I profili professionali specialistici e manageriali possono essere assai vari, legati alle fasi della creazione del prodotto musicale, alla sua produzione, alle attività volte a favorire la fruizione della musica, in qualsiasi sua forma, registrata o dal vivo. Tra i molti, si ricordano i seguenti: critico e comunicatore musicale, presentatore e regista radiofonico e televisivo, agente e produttore musicale, analista del mercato musicale, esperto nel reperimento di risorse finanziarie (fundraising), esperto di marketing e comunicazione, esperto di organizzazione e gestione del personale, esperto di contabilità e budgeting, esperto di contrattualistica e di diritti d'autore, redattore musicale per piattaforme digitali, esperto musicale presso case editrici, promotore di prodotti musicali e eventi live e in streaming.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento è sviluppata lungo tutto il percorso formativo attraverso la didattica frontale, i

laboratori, lo stage e la prova finale. La didattica e lo stage permettono ai partecipanti di sviluppare le conoscenze necessarie per proseguire in modo autonomo nel processo di apprendimento e aggiornamento delle proprie conoscenze e competenze.

Conoscenza e capacità di comprensione

Alla fine del Master i partecipanti dovranno conoscere gli aspetti teorici e le metodologie di lavoro caratterizzanti i contenuti dell'offerta formativa. La conoscenza e la capacità di comprensione saranno acquisite mediante la frequenza delle lezioni previste nel piano formativo e la partecipazione a seminari coerenti con gli obiettivi formativi. L'attività di tirocinio prevista presso enti partner che si sono resi disponibili e presso aziende ed enti operanti nel settore dei beni culturali e lo svolgimento della prova finale, che consiste nell'elaborazione e nella discussione di una tesi scritta, completeranno lo sviluppo delle competenze. In particolare, per gli allievi dipendenti pubblici, il progetto formativo si potrà sviluppare anche mediante un project work legato in modo coordinato sia all'attività didattica frontale, sia all'attività laboratoriale, sia allo svolgimento di attività di ricerca (anche presso soggetti esterni) e alla redazione di un elaborato finale, sempre nell'ambito di un progetto di lavoro concordato con l'Amministrazione di appartenenza e/o altra Amministrazione.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Le conoscenze teoriche e pratiche acquisite nei vari ambiti disciplinari permetteranno ai partecipanti di: saper inquadrare le specificità del contesto operativo-gestionale nell'ambito del sistema giuridico-economico di riferimento; saper riconoscere le problematiche amministrative e gestionali e proporre soluzioni efficienti; saper collaborare nell'impostazione di un piano di comunicazione e promozione; saper individuare e confrontare le fonti di finanziamento accessibili per la realizzazione di progetti nell'ambito dei beni culturali; saper utilizzare le fonti informative e le metodologie utili agli interventi di tutela e promozione dei beni culturali; saper orientarsi nel campo delle nuove tecnologie applicate alla valorizzazione dei beni culturali con la capacità di riconoscere le più adeguate applicazioni.

Requisiti di ammissione

Il Master è rivolto a laureati triennali, laureati con Laurea a Ciclo Unico o del Vecchio Ordinamento, in qualsiasi classe di laurea. È consigliata la buona conoscenza della lingua inglese. Il Consiglio del Master potrà valutare il riconoscimento di crediti formativi relativi a documentate attività svolte dai candidati nell'ambito della formazione superiore post lauream. La selezione è svolta da una Commissione designata dal Direttore del Master tra i docenti del corso di studio. La selezione avviene sulla base di una valutazione dei curricula. La Commissione potrà decidere anche di convocare i candidati per un colloquio orale volto ad approfondire elementi del CV e l'effettiva motivazione. Tale colloquio potrà essere svolto anche in modalità telematica.

Prova finale

L'iter formativo prevede lo svolgimento di una prova finale a cui sono attribuiti 5 CFU, che consiste nell'elaborazione di una tesi scritta con presentazione e discussione davanti ad una commissione. L'argomento della tesi è definito di concerto con la direzione del Master. La tesi è redatta sotto la supervisione di un relatore scelto fra i docenti del Corso o qualificati esperti dell'argomento. Sono inoltre previste prove intermedie volte a valutare l'apprendimento dei contenuti di ogni singolo modulo. La valutazione finale è espressa in centodecimi

Obiettivi formativi specifici

Il Master è finalizzato alla formazione di persone intenzionate a operare, o che già operano, nel vasto e vario ambiente del settore musicale, dalle fasi di creazione a quelle di produzione e di fruizione dei prodotti musicali, di vario genere e tipo. Il corso offre un programma formativo vario, sia dal punto di vista dei contenuti che dei metodi didattici, comunque sempre attivi e coinvolgenti, grazie alla partecipazione di docenti e professionisti di grande competenza nei rispettivi campi. I temi trattati, che comprendono conoscenze di base e applicate al business della musica nelle aree gestionali, giuridiche e musicologiche, rende il Master un'esperienza formativa differente rispetto ad altre presenti nel panorama italiano e internazionale. Il percorso offerto dal Master, integrato con il know-how e le competenze acquisite sul campo (anche attraverso stage e tirocini e la redazione di una tesi sperimentale a conclusione del Master), offre un'opportunità importante a chi vuole entrare nel settore musicale e a chi, già operando, vuole migliorare le proprie competenze.

Informazioni utili agli studenti

Descrizione modalità di svolgimento

Il Master ha un carattere fortemente multidisciplinare, includendo accanto a contenuti di management e giuridici applicati al business della musica, profili relativi alla storia, alla fruizione critica, alla comunicazione attraverso vari tipi di media e all'organizzazione di eventi relativi a diversi generi musicali. In Italia agiscono migliaia di organizzazioni, private e pubbliche, profit e non profit, impegnate nel settore musicale. Il Master vuole contribuire a creare persone con competenze nuove e adeguate alle sfide che tali organizzazioni, anche alla luce della rivoluzione digitale, debbono affrontare. Il master si svolgerà in modalità telematica utilizzando la piattaforma Microsoft Teams. Le lezioni si svolgeranno il giovedì dalle 14.30 alle 18.30 e il venerdì per l'intera giornata negli orari 9.30 – 13.30 e 14.30 – 18.30. Verrà fornito agli studenti materiale appositamente predisposto per lo studio individuale. Sarà possibile svolgere tirocini all'interno di aziende ed istituzioni del settore.

Requisiti di ammissione

Il Master è rivolto a laureati triennali, laureati con Laurea a Ciclo Unico o del Vecchio Ordinamento, in qualsiasi classe di laurea. È consigliata la buona conoscenza della lingua inglese. Il Consiglio del Master potrà valutare il riconoscimento di crediti formativi relativi a documentate attività svolte dai candidati nell'ambito della formazione superiore post lauream. La selezione è svolta da una Commissione designata dal Direttore del Master tra i docenti del corso di studio. La selezione avviene sulla base di una valutazione dei curricula. La Commissione potrà decidere anche di convocare i candidati per un colloquio orale volto ad approfondire elementi del CV e l'effettiva motivazione. Tale colloquio potrà essere svolto anche in modalità telematica.

Numero di posti

40

Durata prevista

1 Anno

Crediti previsti

60

Lingua di insegnamento

ITA

Modalità didattica

Prevalentemente Distanza

Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

La tassa d'iscrizione al Master è stabilita in euro 4.000,00, da versarsi in due rate: la prima entro il 31 gennaio 2025 e la seconda entro il 31 maggio 2025. La domanda di ammissione deve essere presentata entro il 15 gennaio 2025 seguendo le modalità descritte nel Bando di ammissione ai corsi post laurea Master di I e II livello – Università Roma Tre.

È previsto l'esonero totale delle tasse e dei contributi per n1 studente/ssa in condizioni di handicap ai sensi dell'articolo 3, commi 1 e 3, della legge 5 febbraio 1992, n. 104 o con disabilità documentata pari o superiore al 66%.

Nel caso di un numero superiore di domande è previsto l'esonero dalle tasse nella misura del 50%.

È prevista 1 borsa di studio, con un esonero parziale pari al 50% della tassa di iscrizione. L'assegnatario dovrà quindi pagare soltanto il 50% della tassa di iscrizione, oltre l'imposta fissa di bollo e il contributo per il rilascio del diploma.

La borsa è riservata a un allievo particolarmente meritevole e potranno essere valutate anche particolari condizioni economiche. All'assegnatario sarà affidato il ruolo di tutor d'aula per l'intera durata del Master. La borsa è assegnata, previo bando pubblico, a seguito di una selezione che si tiene tra l'10 e il 25 gennaio 2025 e che avviene sulla base di una valutazione dei curricula e, eventualmente, di un colloquio volto a

valutare, oltre le effettive competenze, anche la motivazione dei candidati. Si terrà conto anche della situazione economico finanziaria e della situazione occupazionale dei candidati. La selezione è svolta da una Commissione designata dal Direttore del Master.

Ulteriori borse potranno essere attivate sulla base di contributi di soggetti terzi.

Rilascio titolo congiunto

Titolo normale

Direttore del Corso

Previati Daniele Angelo

PIANO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

Anno	Denominazione	SSD	CFU	Ore	Tipo Att.	Lingua
1	21210546 - Analisi del business della musica. Scenari competitivi, strategie emergenti, fabbisogni e servizi finanziari	SECS-P/11	6	-	AP	ITA
1	21210547 - Diritti e contratti del settore musicale	IUS/04	4.50	-	AP	ITA
1	21210550 - Elementi di Economia Aziendale nel business della musica	SECS-P/07	4.50	-	AP	ITA
1	21210554 - Eventi Musicali: concerti e festival	L-ART/07	2	-	AP	ITA
1	21210549 - Fondamenti di marketing e comunicazione, con applicazioni al business della musica	SECS-P/08	4.50	-	AP	ITA
1	21210552 - Musica e Diffusione: Televisione, Radio e Stampa	L-ART/07	13.50	-	AP	ITA
1	21210548 - Organizzazione Aziendale, comportamento organizzativo e business della musica	SECS-P/10	3	-	AP	ITA
1	21210553 - Produzione e archiviazione della musica: il disco e gli altri supporti	L-ART/07	2	-	AP	ITA
1	21210551 - Storia delle musiche: pop, rock, afroamericana, etno, canzone e musica leggera italiana, musica classica contemporanea	L-ART/08 L-ART/07	15	-	AP	ITA

OBIETTIVI FORMATIVI

21210546 - Analisi del business della musica. Scenari competitivi, strategie emergenti, fabbisogni e servizi finanziari

Italiano

Fornire conoscenze sull'evoluzione del business della musica, offrendo strumenti analitici per comprendere gli scenari competitivi aperti dalla rivoluzione digitale e le diverse scelte di posizionamento delle organizzazioni operanti nel business della musica. Si offrono anche nozioni di base, applicate al settore musicale, sul fundraising e sul soddisfacimento dei fabbisogni finanziari.

Inglese

Provide knowledge on the evolution of the music business, offering analytical tools to understand the competitive scenarios opened by the digital revolution and the different positioning choices of organizations operating in the music business. Basic notions, applied to the music sector, on fundraising and meeting financial needs are also offered.

21210547 - Diritti e contratti del settore musicale

Italiano

Fornire competenze sulla più rilevante normativa che ruota intorno al business della musica.

Inglese

Provide expertise on the most relevant legislation revolving around the music business.

21210550 - Elementi di Economia Aziendale nel business della musica

Italiano

Sviluppare competenze di base in merito ai temi di contabilità e bilancio, analisi di bilancio, programmazione e controllo di gestione con focus sul business della musica..

Inglese

Develop basic skills in accounting and budgeting, budget analysis, planning and management control with a focus on the music business.

21210554 - Eventi Musicali: concerti e festival

Italiano

Gestione, pianificazione e realizzazione di grandi eventi.

Inglese

Management, planning and implementation of large events.

21210549 - Fondamenti di marketing e comunicazione, con applicazioni al business della musica

Italiano

Fornire le conoscenze/competenze di marketing e comunicazione applicabili al business musicale, con particolare riferimento agli aspetti analisi della domanda e gestione del prodotto (innovazione e pianificazione di marketing).

Inglese

Provide marketing and communication knowledge/skills applicable to the music business, with particular reference to the aspects of demand analysis and product management (innovation and marketing planning).

21210552 - Musica e Diffusione: Televisione, Radio e Stampa

Italiano

Sviluppare conoscenza sulla storia musicale scritta e raccontata, sulle dinamiche dell'offerta musicale radiofonica e sul rapporto tra la musica e il mondo visuale, in particolare nel Cinema, nei social network e nella pubblicità. Sviluppare conoscenze sui criteri e le modalità di selezione e programmazione della musica sui media (radio, tv musicale, piattaforme digitali ecc). Sviluppare conoscenze e sul ruolo del promoter musicale e competenze sulla promozione musicale. Implementare le abilità per analizzare e produrre contenuti per i media, in particolare per quotidiani e periodici specializzati.

Inglese

Develop knowledge of written and narrated musical history, the dynamics of radio music offerings and the relationship between music and the visual world, particularly in Cinema, social networks and advertising. Develop knowledge of the criteria and methods of selecting and programming music on the media (radio, music TV, digital platforms etc.). Develop knowledge and the role of the music promoter and skills in music promotion. Implement skills to analyse and produce content for the media, particularly for newspapers and specialist magazines.

21210548 - Organizzazione Aziendale, comportamento organizzativo e business della musica

Italiano

Fornire conoscenze su scelte di progettazione organizzativa, gestione del personale e comportamento organizzativo. Offrire alla discussione casi aziendali e chiavi di lettura per comprendere i comportamenti delle persone nelle realtà di lavoro e le leve utilizzabili per indirizzare tali comportamenti verso gli obiettivi desiderati e la soddisfazione dei lavoratori. Saranno portati esempi relativi al business della musica.

Inglese

Provide knowledge on organizational design choices, personnel management and organizational behavior. Offer business cases and keys to understanding people's behavior in work environments and the levers that can be used to direct such behavior toward desired goals and worker satisfaction. Examples related to the music business will be given.

21210553 - Produzione e archiviazione della musica: il disco e gli altri supporti

Italiano

Sviluppare conoscenze sui meccanismi di commercializzazione della musica registrata, del suo mercato digitale, e delle economie e degli operatori che ne regolano il funzionamento in campo internazionale. Sviluppare conoscenze sulle fasi operative della commercializzazione del prodotto musicale (dall'ideazione, alla creazione e registrazione del progetto sino alla sua pubblicazione e promozione). Sviluppare conoscenze sul cambiamento che lo sviluppo dei social media ha provocato nelle tecniche e nei ruoli di marketing e promozione discografica nell'ultimo quinquennio.

Inglese

Develop knowledge of written and narrated musical history, the dynamics of radio music offerings and the relationship between music and the visual world, particularly in Cinema, social networks and advertising. Develop knowledge of the criteria and methods of selecting and programming music on the media (radio, music TV, digital platforms etc.). Develop knowledge and the role of the music promoter and skills in music promotion. Implement skills to analyse and produce content for the media, particularly for newspapers and specialist magazines.

21210551 - Storia delle musiche: pop, rock, afroamericana, etno, canzone e musica leggera italiana, musica classica contemporanea

Italiano

Sviluppare conoscenze e competenze circa la storia dei diversi generi musicali ed apprendere gli strumenti conoscitivi e critici per interpretare la musica e gli artisti sia dal punto di vista musicologico che da quello socioculturale. Implementare le abilità circa la sensibilità di ascolto attraverso l'esperienza diretta, la guida degli esperti e il confronto con le opere musicali. Si forniranno gli elementi per riflettere sulle funzioni della musica nella storia, la comunicabilità dell'arte musicale, il suo rapporto con il pubblico, i media e l'industria culturale.

Inglese

Develop knowledge and skills about the history of different musical genres and learn the cognitive and critical tools to interpret music and artists from both a musicological and sociocultural point of view. Implement skills about listening sensitivity through direct experience, the guidance of experts and comparison with musical works. The elements will be provided to reflect on the functions of music in history, the communicability of musical art, its relationship with the public, the media and the cultural industry.