

# 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 operandovi, vuole migliorare le proprie competenze.*

## **Informazioni utili agli studenti**

*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 quali: - Case discografiche - Radio - Televisioni - Piattaforme di streaming musicale - Case editrici - Riviste Musicali - Società organizzatrici di eventi musicali - Fondazioni - Associazioni e istituzioni del settore musicale*

## **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 2027 e la seconda entro il 31 maggio 2027. La domanda di ammissione deve essere presentata entro il 15 gennaio 2027 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**

*Prevati 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    | 20710359 - PROVA FINALE                                                                                                           |                      | -     | -   | I         | ITA    |
| 1    | 20801458 - PROVA FINALE                                                                                                           |                      | 5     | 125 | AP        | ITA    |
| 1    | 21210551 - Storia delle musiche: pop, rock, afroamericana, etno, canzone e musica leggera italiana, musica classica contemporanea | L-ART/08<br>L-ART/07 | 15    | -   | AP        | ITA    |

## OBIETTIVI FORMATIVI