

CORSO A CATALOGO - 2009 - Corso ID: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Regione di Presentazione: Campania
ID Corso: 6927

Dati principali - Corso ID: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Organismo di formazione: Associazione Campania Impresa Musica
Tipo organismo: Odf accreditato da regione di ammissione
Data invio telematico: 24/07/2009 12.15.20
Stato corso: Completato, inviato e pronto per la validazione
ID Corso: 6927
Titolo corso: Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo
Tipo corso: Master non universitari
Area Tematica: Direzione e Management

Aree di lavoro e gruppi di competenze:

Area di lavoro	Gruppo di competenze		
Formulazione strategica	Capacità trasversali		
	Competenza	Val. somm.	Stato
	Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi Formale	5	In definizione
	Conoscere le tecniche di problem solving e le metodologie per la gestione dei processi decisionali Formale	6	In definizione
	Saper programmare le proprie attività e quelle altrui in modo finalizzato al rispetto delle priorità e delle scadenze Formale	6	In definizione
	Saper promuovere e favorire l'apprendimento e l'aggiornamento continuo delle conoscenze per se stessi, per il proprio gruppo di lavoro e per la propria impresa Formale	6	In definizione
	Obiettivi e risorse		
	Competenza	Val. somm.	Stato
	Saper individuare e formulare la missione generale dell'impresa Formale	6	In definizione
	Saper tradurre la missione generale in obiettivi specifici, relativi a: performance economico-finanziaria, mercato, sviluppo del personale, innovazione, produttività, qualità, responsabilità sociale, etc. Formale	7	In definizione
	Saper identificare il rapporto esistente tra obiettivi dell'impresa e risorse (umane, finanziarie, materiali, etc.) necessarie per la realizzazione degli obiettivi attraverso le strategie. Formale	6	In definizione

Opzioni strategiche generali

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere i criteri d'analisi per la valutazione delle opzioni strategiche Formale	7	In definizione
Conoscere gli elementi specifici che compongono le opzioni strategiche e le manovre concorrenziali Formale	5	In definizione

Strategie in relazione alle caratteristiche presenti ed evolutive del settore

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere le caratteristiche fondamentali del settore rilevanti per la formulazione strategica (frammentazione, grado di maturità, grado di globalizzazione, etc.) Formale	7	In definizione
Saper valutare le opzioni strategiche in relazione alle caratteristiche specifiche di settore Formale	7	In definizione

Progettazione organizzativa

Integrazione organizzativa

Competenza	Val. somm.	Stato
Saper valutare l'importanza e la necessità di interventi che favoriscano l'integrazione organizzativa in relazione al contesto organizzativo specifico e agli obiettivi e alle strategie d'impresa Formale	6	In definizione
Conoscere le logiche generali, le caratteristiche specifiche, le condizioni di applicabilità delle principali forme di coordinamento e di gestione delle interdipendenze Formale	5	In definizione
Conoscere gli strumenti operativi per la gestione del coordinamento orizzontale: meccanismi informali, ruoli di collegamento, task-force, organi di integrazione, etc. Formale	5	In definizione
Conoscere gli strumenti operativi per la gestione del coordinamento verticale: l'uso della leadership, la scelta del grado di specializzazione, la scelta della distribuzione del potere decisionale e della delega, l'uso dei sistemi informativi, etc. Formale	5	In definizione

Macro-struttura e processi

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere i principali approcci teorici alla progettazione organizzativa e le principali variabili contestuali rilevanti (mercato, ambiente sociale ed istituzionale, tecnologia, etc.) Formale	6	In definizione
Conoscere le principali alternative di macro-configurazione organizzativa (forme strutturali funzionali, divisionali, matriciali,	6	In definizione

network etc.)

Formale

Conoscere le opportunità di outsourcing e di costruzione di reti organizzative e partnership con attori esterni	7	In definizione
---	---	----------------

Formale

Saper interpretare in chiave progettuale il rapporto tra variabili contestuali, alternative di macro-configurazione organizzativa, e strategie	7	In definizione
--	---	----------------

Formale

Sistemi informativi

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere le logiche di utilizzo strategico dei sistemi informativi, con specifico riferimento alle strategie d'impresa	6	In definizione

Formale

Conoscere le opzioni di progettazione organizzativa rese possibili da un uso avanzato dei sistemi informativi basati sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione	6	In definizione
---	---	----------------

Formale

Conoscere le opzioni di gestione del coordinamento interno e della conoscenza (knowledge management) tramite sistemi informativi avanzati	6	In definizione
---	---	----------------

Formale

Saper integrare le logiche strategiche e organizzative generali con le alternative tecnologiche disponibili	6	In definizione
---	---	----------------

Formale

Linguaggi specifici

Teoria ed analisi dei linguaggi culturali, musicali e di spettacolo

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere gli elementi costitutivi dei linguaggi musicali colti ed extracolti	7	In definizione

Non formale

Saper distinguere stili e segni dei linguaggi musicali colti ed extracolti	7	In definizione
--	---	----------------

Non formale

Saper distinguere stili e segni del linguaggio cinematografico	7	In definizione
--	---	----------------

Non formale

Saper distinguere stili e segni del linguaggio teatrale	7	In definizione
---	---	----------------

Non formale

Conoscere gli elementi costitutivi delle tecniche di produzione e comunicazione televisiva	7	In definizione
--	---	----------------

Non formale

Tecniche specifiche di comunicazione

Comunicazione dei progetti di spettacolo

Competenza	Val. somm.	Stato
Conoscere le tecniche di comunicazione dei progetti culturali e di spettacolo	7	In definizione

Non formale		
Conoscere le tecniche e le strategie della comunicazione multimediale	7	In definizione
Non formale		
Saper curare le pubbliche relazioni	7	In definizione
Non formale		
Conoscere linguaggi e strategie di web content management	7	In definizione
Non formale		

Settore/i:	Audiovisivi, spettacolo e pubblicità; Cultura e beni culturali; Turismo, ristorazione e servizi ricreativi
Obiettivi:	Formazione di una figura con competenze di natura gestionale-amministrativa-organizzativa e artistica, in funzione dell'inserimento in strutture di produzione di spettacolo che ne esercitano una forte richiesta, attualmente inevasa. Tali figure andrebbero a rivestire compiti e ruoli nevralgici, necessari alla promozione ed allo sviluppo della filiera regionale di pertinenza.
Risultati attesi:	Creazione di nuova occupazione anche favorendo lo start-up, da parte dei formati, di microimprese attive nel settore musicale, dello spettacolo, multimediale e dei servizi, per l'apertura e la gestione di spazi per la fruizione di spettacolo attrezzati e qualificati.
Modalità di valutazione competenze in uscita:	Prova finale volta all'accertamento del conseguimento degli obiettivi e del possesso dei contenuti.

Informazioni titolo di studio - Corso ID: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Titolo di studio minimo per l'accesso al corso:	Laurea triennale (nuovo ordinamento)
Gruppi corsi di laurea:	Gruppo economico-statistico; Gruppo giuridico; Gruppo letterario; Gruppo politico-sociale
Altri requisiti in ingresso:	Diploma di vecchio ordinamento, diploma accademico di primo o di secondo livello rilasciati dai Conservatori di Musica o Istituti Musicali Pareggiati. Laurea magistrale rilasciate da Università degli studi italiane o estere.

Altre informazioni - Corso ID: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Preselezione:	Test d'ingresso volto ad accertare il possesso dei requisiti minimi previsti per la frequenza del master.
Costo totale del corso a persona (EURO):	6.000
Costo orario (euro):	9,38
Durata totale:	Ore 640
Durata attività aula (%):	62%
Durata attività FAD (%):	(Non compilato)
Durata attività Outdoor (%):	(Non compilato)
Durata attività Stage (%):	38%
Durata attività ProjectWork (%):	(Non compilato)
Durata attività visite guidate (%):	(Non compilato)
Note su attività di stage, PW, outdoor e visite guidate:	Le attività di stage prevedono la destinazione dei corsisti presso soggetti pubblici (Comune di Napoli-Assessorato al Turismo e Grandi Eventi, Conservatori Statali di Musica di Avellino, Benevento, Salerno) a supporto della progettazione e dell'elaborazione di piani strategici per le filiere del turismo e dello spettacolo, ovvero presso soggetti privati (Letmedo, Music Consulting) a supporto della realizzazione di prodotti televisivi, multimediali, culturali, cinematografici e di spettacolo.
Metodologie formative	Lezioni frontali; laboratori; stage.

utilizzate:

Materiali didattici:	Dispense; supporti audio/video
Partenariato con Università:	Si
Dettaglio Partner:	Conservatorio Statale di Musica Domenico Cimarosa di Avellino (ente pubblico) Conservatorio Statale di Musica Nicola Sala di Benevento (ente pubblico) Coservatorio Statale di Musica Giuseppe Martucci (ente pubblico); Project Management Institute Northern Italy Chapter (PMI - NIC).
Previsto rilascio crediti per master non universitari:	No
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza
Note attestazione:	I Conservatori richiederanno il riconoscimento del titolo di Master universitario al MIUR.

Edizioni - Num. edizioni: 1

Edizioni - ID corso: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Dati principali edizione - ID edizione: 6091

Denominazione sede:	CIM Campania Impresa Musica sede operativa
ID sede:	4892
Regione:	Campania
Provincia:	NAPOLI
Comune:	NAPOLI
Indirizzo:	Via IV Novembre 78/84
Località:	(Non compilato)
CAP:	80126
Telefono:	08119575361
Fax:	0812143023
Email:	campaniaimpresamusic@gmail.com
Data scad. iscrizione:	31/10/2009
Data avvio:	01/12/2009
Data fine prev.:	31/10/2010
Num. minimo Voucher:	4
Num. partecipanti max.:	15
Modalità svolgimento corso:	tre lezioni settimanali, di n. 6 ore ciascuna

Attività in sedi esterne - ID edizione: 6091

Parte parte dell'attività svolta altrove (estero, altra regione,...) rispetto a sede principale indicata:	No
Durata attività:	(Non compilato)
Motivazione:	(Non compilato)

Docenti - ID edizione: 6091

Docenti: Giulio Baffi; Stefano Balassone; Lara Bellardita; Irene Bursese; Walter Ginevri; Fulvio Iannucci; Francesca Leosini; Daniele Mignardi; Carlo Notari; Ciro Novelli; Ernesto Pulignano; Francesco Scala; Igor Scognamiglio. I Conservatori Statali di Musica indicheranno i docenti di loro pertinenza all'atto delle delibere dei competenti organi accademici relativamente all'A.A. 2009/10.

Partenariato - ID edizione: 6091

Partenariato: Sì

Dettaglio Partner: Conservatorio Statale di Musica Domenico Cimarosa di Avellino (ente pubblico);
Conservatorio Statale di Musica Nicola Sala di Benevento (ente pubblico);
Conservatorio Statale di Musica Giuseppe Martucci di Salerno (ente pubblico);
Project Management Institute Northern Italy Chapter (NIC).

Accessibilità - ID edizione: 6091

Accessibilità persone disabili: No

Accessibilità persone disabili (descrizione): (Non compilato)

Referente - ID edizione: 6091

Nome: Francesco
Cognome: Scala

Moduli didattici - Num. moduli: 4

Moduli Didattici - Corso ID: 6927 - Master per Manager di impresa culturale e di spettacolo

Dati principali modulo didattico

Titolo: Storia, semiologia e analisi dei linguaggi dello spettacolo

Contenuto: Teoria e analisi dei linguaggi musicali; storia e comunicazione musicale nell'industria dello spettacolo, storia e fenomenologia della musica colta; storia e semiologia della musica extracolta; storia e semiologia del cinema; storia e drammaturgia del teatro; tecniche del linguaggio televisivo.

Durata: Ore 140

Dati principali modulo didattico

Titolo: Tecniche e strumenti della comunicazione dei progetti di spettacolo

Contenuto: La comunicazione di progetti culturali e di spettacolo; tecniche e strategie di comunicazione multimediale; le pubbliche relazioni; web content management.

Durata: Ore 70

Dati principali modulo didattico

Titolo: Project management

Contenuto: Project management; legislazione dello spettacolo; progettazione e strategia per la produzione di eventi culturali e di spettacolo; gestione degli eventi culturali e di spettacolo; marketing dei progetti culturali e di spettacolo; contabilità e business planning; fund raising.

Durata: Ore 190

Dati principali modulo didattico

Titolo: Stage

Contenuto: Stage presso strutture pubbliche e private di programmazione, progettazione, gestione e/o produzione culturale e di spettacolo.

Durata: Ore 240