

**CORSO A CATALOGO - 2009 - Corso ID: 6942 - Master per Professionista della comunicazione culturale e di spettacolo**

**Regione di Presentazione:** Campania  
**ID Corso:** 6942

**Dati principali - Corso ID: 6942 - Master per Professionista della comunicazione 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:** 6942  
**Titolo corso:** Master per Professionista della comunicazione culturale e di spettacolo  
**Tipo corso:** Master non universitari  
**Area Tematica:** Comunicazione

**Aree di lavoro e gruppi di competenze:**

Area di lavoro	Gruppo di competenze		
<b>Gestione della pubblicità e della comunicazione commerciale</b>	<b>Strumenti e tecniche della comunicazione commerciale</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Conoscere il ruolo della comunicazione commerciale rispetto alle altre leve del marketing mix	5	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Monitoraggi e valutazione dell'efficacia</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Conoscere gli strumenti e gli ambiti tipici della comunicazione commerciale (campagne pubblicitarie, promozioni, tecniche di vendita diretta, comunicazione via internet etc.)	5	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Monitoraggi e valutazione dell'efficacia</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Saper assicurare la omogeneità dei messaggi e la coerenza dei medesimi rispetto agli obiettivi generali di marketing	7	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Obiettivi della comunicazione istituzionale</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Saper comprendere le implicazioni giuridiche della comunicazione istituzionale	5	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Obiettivi della comunicazione istituzionale</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Saper collegare i risultati del monitoraggio con le possibili azioni correttive di comunicazione istituzionale e con la revisione dei ruoli e delle responsabilità	5	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Obiettivi della comunicazione istituzionale</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
	Saper comprendere il ruolo della comunicazione istituzionale nell'ambito delle politiche di comunicazione dell'impresa	7	In definizione
	Formale		
<b>Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale</b>	<b>Obiettivi della comunicazione istituzionale</b>		
	<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Saper comprendere il ruolo della comunicazione istituzionale nell'ambito delle generali strategie e valori aziendali	7	In definizione	

Formale		
Conoscere le finalità generali e gli ambiti tipici della comunicazione istituzionale (miglioramento della reputazione, gestione delle relazioni pubbliche, etc.)	7	In definizione
Formale		
Saper identificare obiettivi specifici di comunicazione istituzionale	7	In definizione
Formale		
<b>Strumenti e tecniche della comunicazione istituzionale</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Saper gestire le attività delle unità organizzative addette a comunicazioni istituzionali ricorrenti (es: ufficio stampa)	7	In definizione
Formale		
Saper gestire relazioni dirette, occasionali e non, con specifici attori istituzionali esterni	7	In definizione
Formale		
Conoscere il ruolo degli strumenti informatici per la comunicazione istituzionale	7	In definizione
Formale		
<b>Strategie di comunicazione</b>		<b>Capacità trasversali</b>
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
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	4	In definizione
Formale		
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	5	In definizione
Formale		
<b>Obiettivi generali</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Saper interpretare il rapporto tra le strategie e gli obiettivi della comunicazione e le strategie complessive dell'azienda	5	In definizione
Formale		
Saper articolare il quadro di obiettivi della comunicazione rispetto a diverse finalità rilevanti per la competitività d'impresa: di relazione con il mercato, di promozione di valori aziendali, di coinvolgimento del personale, di relazione con gli attori istituzionali etc.	7	In definizione
Formale		
<b>Piano di comunicazione</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Saper identificare obiettivi operativi di comunicazione coerenti con gli obiettivi generali e con le strategie aziendali	5	In definizione

Formale		
Saper identificare un budget di risorse per l'attuazione del piano	5	In definizione
Formale		
Saper identificare ruoli e responsabilità (inclusi soggetti esterni, quali consulenti, agenzie, etc.) per lo svolgimento delle attività operative di comunicazione	5	In definizione
Formale		
Saper stabilire procedure di monitoraggio dell'efficacia e dell'efficienza delle azioni di comunicazione	5	In definizione
Formale		
<b>Ruoli e responsabilità</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Saper individuare le competenze necessarie alla gestione delle attività di comunicazione	6	In definizione
Formale		
Saper individuare ruoli e responsabilità precise (inclusi eventuali soggetti esterni) per la gestione e le attività operative di comunicazione, in coerenza con le competenze necessarie identificate	6	In definizione
Formale		
<b>Strumenti e tecniche di comunicazione</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
Conoscere i concetti base e le teorie relative all'ambito della comunicazione	7	In definizione
Formale		
Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione interpersonale	6	In definizione
Formale		
Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione multimediale supportata da tecnologie informatiche avanzate	7	In definizione
Formale		
Saper definire i target di comunicazione	6	In definizione
Formale		
<b>Linguaggi specifici</b>	<b>Teoria ed analisi dei linguaggi della musica e dello spettacolo</b>	
<b>Competenza</b>	<b>Val. somm.</b>	<b>Stato</b>
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 le tecniche del linguaggio televisivo	7	In definizione
Non formale		

<b>Settore/i:</b>	Audiovisivi, spettacolo e pubblicità; Cultura e beni culturali
<b>Obiettivi:</b>	Formare professionisti in grado di lavorare nel mondo dello spettacolo come comunicatori, uffici stampa o strateghi della comunicazione, in grado di dialogare al più alto livello con media, aziende, enti, istituzioni o privati, a partire dai partner afferenti al master, che hanno espresso il bisogno di fruire di figure professionali con questo specifico profilo.
<b>Risultati attesi:</b>	I corsisti acquisiranno competenze specialistiche in ordine a: caratteristiche funzionali e comunicative della carta stampata; caratteristiche e funzioni dell'ufficio stampa; imprese di spettacolo e nuovi modelli organizzativi; mercati e comunicazione; l'addetto stampa: regole e profili professionali; credibilità strategica degli strumenti di comunicazione; marchi, immagine e comunicazione integrata; le conferenze elettroniche e la comunicazione interna; contenuti della comunicazione on line.
<b>Modalità di valutazione competenze in uscita:</b>	Prova finale volta all'accertamento del conseguimento degli obiettivi e del possesso dei contenuti.

**Informazioni titolo di studio - Corso ID: 6942 - Master per Professionista della comunicazione culturale e di spettacolo**

<b>Titolo di studio minimo per l'accesso al corso:</b>	Laurea triennale (nuovo ordinamento)
<b>Gruppi corsi di laurea:</b>	Gruppo economico-statistico; Gruppo giuridico; Gruppo politico-sociale
<b>Altri requisiti in ingresso:</b>	Diploma di vecchio ordinamento congiunto ad un diploma di scuola secondaria di secondo grado, diploma accademico di primo o di secondo livello rilasciati dai Conservatori di Musica o Istituti Musicali Pareggiati. Laurea magistrale.

**Altre informazioni - Corso ID: 6942 - Master per Professionista della comunicazione culturale e di spettacolo**

<b>Preselezione:</b>	Test d'ingresso volti ad accertare il possesso dei requisiti minimi di accesso al master.
<b>Costo totale del corso a persona (EURO):</b>	6.000
<b>Costo orario (euro):</b>	10
<b>Durata totale:</b>	Ore 600
<b>Durata attività aula (%):</b>	60%
<b>Durata attività FAD (%):</b>	(Non compilato)
<b>Durata attività Outdoor (%):</b>	(Non compilato)
<b>Durata attività Stage (%):</b>	40%
<b>Durata attività ProjectWork (%):</b>	(Non compilato)
<b>Durata attività visite guidate (%):</b>	(Non compilato)
<b>Note su attività di stage, PW, outdoor e visite guidate:</b>	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 comunicazione istituzionale degli eventi culturali e di spettacolo ovvero presso soggetti privati (Music Consulting, Intellimedia) a supporto della comunicazione di eventi culturali e di spettacolo.
<b>Metodologie formative utilizzate:</b>	Lezioni frontali; laboratori e stage.
<b>Materiali didattici:</b>	Dispense didattiche; supporti audio/video; stage.

<b>Partenariato con Università:</b>	Si
<b>Dettaglio Partner:</b>	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).
<b>Previsto rilascio crediti per master non universitari:</b>	No
<b>Attestazione al termine del corso:</b>	Attestato di frequenza
<b>Note attestazione:</b>	I Conservatori richiederanno il riconoscimento del titolo di Master universitario al MIUR.

**Edizioni - Num. edizioni: 1**

**Edizioni - ID corso: 6942 - Master per Professionista della comunicazione culturale e di spettacolo**

Dati principali edizione - ID edizione: 5988

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

Attività in sedi esterne - ID edizione: 5988

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

Docenti - ID edizione: 5988

<b>Docenti:</b>	Guido Pocobelli; Carla Mannelli; Igor Scognamiglio; Alessandra Origo; Annamaria Fierro; Enrico Sbandi; Francesca Leosini; Daniele Mignardi; Raffaella Tramontano; Annamaria Di Luca; Francesca De Lucia; Raffaella Leveque; Renato Rizzardi; Barbara della Salda; Fulvio Iannucci; Andrea Silenzi; Alfredo d'Agnesi; Arturo Lando; Stefano Balassone. I Conservatori di Musica indicheranno i docenti di loro pertinenza all'atto delle delibere dei competenti organi accademici.
-----------------	--

Partenariato - ID edizione: 5988

**Partenariato:** Si  
**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 (ente pubblico).

Accessibilità - ID edizione: 5988

**Accessibilità persone disabili:** No  
**Accessibilità persone disabili (descrizione):** (Non compilato)

Referente - ID edizione: 5988

**Nome:** Alfredo  
**Cognome:** d'Agnese

#### Moduli didattici - Num. moduli: 5

#### Moduli Didattici - Corso ID: 6942 - Master per Professionista della comunicazione 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 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 70

Dati principali modulo didattico

**Titolo:** Comunicazione e giornalismo  
**Contenuto:** Fondamenti di giornalismo; tecniche e strategie di comunicazione multimediale; l'ufficio stampa; la rassegna stampa; le nuove frontiere della comunicazione giornalistica.  
**Durata:** Ore 130

Dati principali modulo didattico

**Titolo:** Comunicazione dei linguaggi dello spettacolo  
**Contenuto:** La comunicazione istituzionale dello spettacolo; la comunicazione televisiva; la pubbliche relazioni nel cinema; la comunicazione teatrale; la comunicazione nell'industria discografica; la comunicazione pubblicitaria  
**Durata:** Ore 120

Dati principali modulo didattico

**Titolo:** Strumenti della comunicazione audiovisiva e multimediale  
**Contenuto:** Radio: da Radio 1 al podcast; web content management  
**Durata:** Ore 40

Dati principali modulo didattico

**Titolo:** Stage  
**Contenuto:** Stage svolti all'interno di organismi pubblici e/o privati a supporto della comunicazione culturale e di spettacolo.  
**Durata:** Ore 240