

### Sbocchi professionali

Inserimento nel team direttivo di teatri, associazioni, aziende creative (ufficio stampa, organizzazione, segreterie artistiche, road management). Possibilità di operare come consulente presso agenzie artistiche, aziende territoriali, enti pubblici e privati che si occupano di organizzazione eventi. Competenza a ricoprire il ruolo di ufficio stampa presso musei, enti pubblici e privati che abbiano come *mission* aziendale la divulgazione e promozione del prodotto artistico.

**Tassa esame di ammissione:** €100.00

**Quota di iscrizione:** € 1.500 ripartita in due rate



Direttore del Corso  
M<sup>o</sup> Elsa Evangelista

Conservatorio di Musica San Pietro a Majella  
Via S. Pietro a Majella 35 – 80138 NAPOLI  
Tel . 0815644411 – fax 0815644415  
<http://www.sanpietroamajella.it/>

Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca

Conservatorio di Musica San Pietro a Majella  
di Napoli

Istituzione di Alta Formazione Artistica e Musicale

SAN PIETRO A MAJELLA  
Conservatorio in Napoli



*Master Biennale di Primo Livello  
in  
Comunicazione e Management  
delle  
Imprese culturali*

A.A. 2014 - 2015

## Master Biennale di Primo Livello in Comunicazione e Management delle Imprese culturali

PRIMA ANNUALITÀ			
Insegnamenti	esami	c. f. u.	ore
Elementi di Storia della musica- del teatro e dello spettacolo	1	5	30
Tecniche della comunicazione	1	15	90
Legislazione dei beni culturali (situazione nazionale e interna- zionale)	1	5	30
Sociologia della musica	1	5	30
Progettazione ed organizzazione di eventi musicali (di spettacolo)	1	10	60
Produzione,distribuzione e pro- mozione	1	10	60
Fondamenti di marketing (il prodotto culturale)	1	5	30
Laboratorio - Costruzione ufficio stampa	1	5	40
<b>TOTALE CREDITI</b>	-	60	370

SECONDA ANNUALITÀ			
Insegnamenti	esami	c. f. u.	ore
Elementi di Storia dell'arte (med.cont.o med. cont.)	1	5	30
Economia e gestione dello spetta- colo	1	5	30
Marketing della imprese culturali	1	8	48
Fund raising nelle imprese cultura- li	1	6	36
Teorie e tecniche del linguaggio televisivo e della carta stampata	1	6	36
Lingua straniera	1	5	30
Informatica	1	5	40
Laboratorio Cultural Project Management	1	5	40
Tirocinio (presso festival indicati dal direttore del corso)	1	10	80
Prova finale		5	
<b>TOTALE CREDITI</b>	-	60	370

Il Master in Comunicazione e Management delle Imprese Culturali ha l'obiettivo di fornire conoscenze approfondite e specifiche nell'ambito dell'organizzazione, gestione e promozione di beni culturali nel senso più esteso del termine

### Contenuti

Economia e management dell'arte e della cultura;  
Networking management e distretti culturali;  
Analisi ed evoluzioni delle organizzazioni culturali;  
Criteri e processi di valorizzazione dei beni artistico-culturali;  
Analisi delle caratteristiche distintive dei beni artistico-culturali e dei vincoli e delle possibilità della loro gestione;  
Strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media;  
Progettazione, organizzazione e gestione di eventi artistici e culturali;  
Valorizzazione promozione e commercializzazione dell'offerta artistico-culturale;  
Governare e gestione delle istituzioni dell'arte e della cultura: politiche, programmi, strategie;  
Elementi di marketing e di comunicazione integrata e allargata;  
Strategie di interazione con le comunità di fruitori;  
Rapporto arte-cultura/territorio/contesto;  
Funzione del simbolo della cultura e dell'arte;  
Rapporto organizzazioni artistiche e culturali/società;  
Erogazione di servizi centrati sull'immateriale e l'intangibile;  
Sense making, Self management e Team working;  
processi organizzativi e metodi.

### Struttura del corso

Il corso intende formare figure in grado di utilizzare politiche di management tipicamente aziendali per promuovere la valorizzazione dei Beni Culturali attraverso progetti e interventi in grado di interagire e collaborare sia con enti pubblici che privati. Il corso si articola in vari ambiti di ricerca ed applicazione: gli allievi saranno introdotti agli elementi fondamentali del marketing e della comunicazione nel campo dell'arte e della cultura e agli strumenti per l'analisi dei processi di scambio tra istituzioni culturali e mercati di riferimento. Verranno presentati e approfonditi metodi di promozione, comunicazione e valorizzazione di beni e patrimoni artistici e culturali. Saranno affrontati gli approcci e le tecniche di commercializzazione degli eventi e dell'offerta artisti-

co e culturale e approfondire le strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media. Si affronterà il project management per definire azioni e progetti innovativi nel marketing culturale e verranno individuate modalità e tecniche di progettazione, organizzazione e gestione di eventi. Modelli di management e sviluppo organizzativo negli eventi e nelle istituzioni dell'arte e della cultura. L'attenzione verrà posta sulla valorizzazione delle risorse umane all'interno delle organizzazioni artistiche e culturali, mettendo a fuoco le relazioni interne all'azienda e le possibilità collegate al team working. seguirà approfondimento delle caratteristiche dei processi di produzione di teatri, festival, eventi e manifestazioni. Creazione all'interno del Conservatorio di un Ufficio Stampa e Immagine - interamente formato da allievi, alla diretta dipendenza della Direzione - che promuova la mission dell'istituto in Italia e all'estero. Durante il corso è previsto un mese di stage presso festival nazionali e internazionali, per ulteriori ore di formazione; questa fase include l'elaborazione di un progetto finalizzato a sviluppare sul campo le competenze acquisite durante la fase d'aula.

### Requisiti di ammissione

Diploma di Conservatorio o Diploma di Istituto Musicale Pareggiato congiunto a Diploma di scuola media superiore, o titolo equivalente conseguito all'estero;  
Laurea triennale conseguita in un corso di laurea afferente alle classi V (Lettere), XI (Lingue e culture moderne), XIII (Scienze dei beni culturali), XVIII (Scienze dell'educazione e della formazione), XXIII (Scienze e tecnologia delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda), XXIX (Filosofia), XL (Tecnologie per la conservazione e il restauro dei beni culturali) o titolo equivalente conseguito all'estero, congiunta a documentate attestazioni di competenze musicali  
Laurea quadriennale rilasciata da una facoltà di Lettere, Filosofia, Beni culturali, Musicologia, Discipline delle arti, della musica e dello spettacolo, congiunta documentate attestazioni di competenze musicali.