



ORDINAMENTO MASTER

Art. 1 – Informazioni generali

1	Denominazione	Management di Sport, Spettacolo e Arti Performative (MaSSAP).
2	Denominazione in Inglese	Performing Arts, Show and Sport Management
3	Livello	Primo
4	Dipartimento	Management
5	Facoltà	Economia
6	Codice Master (solo in caso di rinnovo)	30925
7	Area tematica	Area sociale, giuridica, economica
8	Tipologia	universitario
9	Eventuali strutture istituzionali partner	no
10	Sede delle attività didattiche	Roma/Latina
11	Durata	Annuale
12	CFU	60

Articolo 2 – Informazioni didattiche

13	Obiettivi formativi	Il Master propone un approfondimento sui profili economico-aziendali e manageriali delle attività/industrie sportive e culturali. Scopo principale dell'iniziativa formativa è lo sviluppo di una sensibilità aziendalistica, di capacità manageriali e di un'ottica mercatistica e strategico-competitiva in coloro che già operano o che desiderano operare professionalmente nei campi dello sport (dilettantistico e professionistico), dello spettacolo e delle arti performative. Di conseguenza, il Master si prefigge di trasferire conoscenze tecnico-specialistiche e di stimolare competenze e abilità di tipo aziendalistico, manageriale, finanziario ed economico-tecnico, le quali si configurano come aspetti complementari e
----	----------------------------	---



	integrativi – ma non già secondari, marginali o trascurabili – rispetto agli elementi centrali (quali doti, talenti e sensibilità intellettuali, artistiche e umanistiche ovvero fisiche, sportive e motivazionali) tipicamente qualificanti le iniziative sportive, culturali e performative. La combinazione del predetto sostrato artistico-umanistico ovvero tecnico-sportivo con conoscenze e abilità squisitamente aziendalistiche, manageriali e finanziarie, oltre a essere indicativa di una forma mentale e di una professionalità lavorativa superiori, appare consistente e in linea con i caratteri strutturali e le tendenze evolutive più recenti delle industrie culturali, performative e sportive di riferimento. In effetti, lo sviluppo di sensibilità e competenze economico-aziendalistiche, manageriali e finanziarie accanto ai fondamentali e imprescindibili profili artistico-umanistici ovvero tecnico-sportivi a base dei settori delle arti performative, dello sport e dello spettacolo risulta particolarmente congeniale e coerente con l'odierno panorama delle economie occidentali e a industrializzazione matura e con le traiettorie evolutive osservabili nel più recente passato e prefigurabili nei prossimi tempi. In tale quadro, le industrie sportive, performative e culturali risultano esposte tanto a fenomeni e processi di portata generale – come i profondi cambiamenti (socio-demografici, culturali, di consumo, organizzativi, ecc.) ovvero le sfide e possibilità legate all'avvento delle nuove tecnologie digitali – quanto ad altri aspetti più peculiari (quali: particolare sensibilità a cicli o congiunture economiche; minore elasticità diretta del prezzo; significativa marginalità; ambivalente rapporto con prodotti sostitutivi/sucedanei; ecc.). L'allievo sarà quindi sollecitato e orientato verso la combinazione e conciliazione degli elementi contenutistici propriamente destrutturati, umanistici, tecnico-sportivi o extra-economici tipici dei settori d'attività considerati (arti performative, spettacolo, sport) – elementi che non rientrano nel programma formativo di questo Master – con la crescente domanda di doti e capacità di orientamento strategico, di conduzione manageriale e di controllo anche finanziario delle stesse attività. Pertanto, vigilanza ambientale anche in senso competitivo, analisi e profilazione del pubblico di riferimento (peraltro sempre più differenziato e cangiante), pianificazione e monitoraggio dell'investimento delle risorse e dei risultati attesi, logica del servizio, ottica di progetto, gestione per eventi, prefigurazione dell'esperienza dell'avventore/fruitori, sviluppo di attività economiche accessorie o complementari (<i>gadget, merchandise, souvenir, hospitality</i>, sviluppi immobiliari, turismo), utilizzo delle emergenti opportunità <i>social</i> e <i>crowd</i>
--	--



		tanto nella funzione di produzione quanto nella comunicazione istituzionale e al pubblico, nonché gestione delle persone coinvolte nell'organizzazione aziendale e della loro motivazione e concentrazione sono solo alcuni dei versanti tematici verso i quali sono orientati gli obiettivi formativi del Master.
14	Risultati di apprendimento attesi	Sono attesi i seguenti principali risultati di apprendimento: 1) proprietà linguistica in materia di gergo economico-tecnico, aziendalistico e finanziario; 2) capacità di analisi critica di problematiche e fenomeni aziendali; 3) capacità di valutazione bilanciata di costi e benefici attesi da una decisione o corso d'azione, anche in ottica multi-stakeholder e con attenzione al rapporto tra singola realtà produttrice e contesto territoriale di riferimento; 4) alfabetizzazione economica, aziendalistica e finanziaria (conoscenza delle nozioni fondamentali in tema di amministrazione, finanza e controllo aziendale); 5) adeguato orientamento in ordine ai fondamenti di strategia, organizzazione e gestione d'impresa; 6) adeguata conoscenza di principi e tecniche di produzione/erogazione di servizi; 7) adeguata conoscenza di principi e tecniche di pianificazione e gestione dei progetti; 8) adeguata conoscenza di principi e tecniche di pianificazione e gestione degli eventi; 9) adeguata conoscenza di principi e tecniche di comunicazione interpersonale e organizzativa/aziendale; 10) consapevolezza circa l'impiego di logiche reticolari e multi-canale nell'impostazione, realizzazione e diffusione di eventi sportivi o artistici; 11) attenzione ai profili di gestione di risorse umane altamente differenziate (talenti versus altre professionalità) e dei profili etnografici e culturali su scala sovranazionale/globale; 12) consapevolezza in ordine a forme di co-creazione di valore economico legate ad attività collaterali e al coinvolgimento del cliente o supporter (es. gadgetting, merchandising, memorabilia, collezionismo, iniziative di tipo "raduno" o "club", collaborazioni artistiche da remoto ovvero e-sport).
15	Settori Scientifico Disciplinari	Secs-p/07 – economia aziendale Secs-p/08 – economia e gestione delle imprese Secs-p/09 – finanza aziendale Secs-p/10 – organizzazione aziendale Secs-p/13 – scienze merceologiche Ius/04 – diritto commerciale Ius/05 – diritto dell'economia Ius/07 – diritto del lavoro Ius/12 – diritto tributario



		lus/14 – diritto dell'Unione Europea M-ggr/02 – geografia economico politica M-psi/06 – psicologia del lavoro e delle organizzazioni.
16	Numero minimo	10
17	Numero massimo	40
18	Uditori ammissibili	si
19	Corsi Singoli	tutti
20	Obbligo di Frequenza	75%
21	Lingua di erogazione	italiano

Articolo 3 – Fonti di finanziamento del Master

22	Importo quota di iscrizione	€ 2.300,00
23	Articolazione del pagamento	unica rata

Articolo 4 – Informazioni organizzative previste

24	Risorse logistiche	Aule, laboratorio informatico, biblioteca e spazi disponibili presso il Dipartimento di Management in Roma ovvero presso il Polo didattico della Facoltà di Economia in Latina.
25	Risorse di tutor d'aula	n.d.
26	Risorse di personale tecnico-amministrativo	4
27	Risorse di docenza di ruolo Sapienza	7
28	Risorse di docenza a contratto	n.d.