

ORDINAMENTO MASTER

Art. 1 – Informazioni generali

1	Denominazione	Master in Management, Marketing e Comunicazione della Musica (MMCM)
2	Denominazione in Inglese	Master in Music Management, Marketing and Communication
3	Livello	Primo
4	Dipartimento	Comunicazione e ricerca sociale
5	Facoltà	Scienze politiche sociologia comunicazione
6	Codice Master	31527
7	Area tematica	Area sociale, economica, giuridica
8	Tipologia	universitario
9	Eventuali strutture istituzionali partner	///
10	Sede delle attività didattiche	Roma (RM)
11	Durata	Annuale
12	CFU	60

Articolo 2 – Informazioni didattiche

13	Obiettivi formativi	<p>Il Master intende fornire una conoscenza completa dell'Industria Musicale, analizzandone gli aspetti economici, giuridici, organizzativi e comunicativi. Il corso propone un piano formativo altamente professionalizzante, elaborato attraverso il confronto con associazioni di categoria e rappresentanti dei diversi settori del Music Business e aggiornato alle più recenti tendenze e innovazioni, tecnologiche e di processo, responsabili delle trasformazioni riguardanti sia le modalità di gestione, marketing e comunicazione dei diversi assett musicali, sia - di conseguenza - le professionalità richieste nel settore.</p> <p>Grazie al coinvolgimento nell'attività didattica di un</p>
-----------	----------------------------	---

		numero considerevole di addetti ai lavori, provenienti dalle realtà di maggior successo e più innovative, il Master formerà futuri professionisti che sappiano orientarsi in un settore in continua e rapida evoluzione e intuirne nuove direzioni di sviluppo.
14	Risultati di apprendimento attesi	Lo studente possiederà una conoscenza approfondita dei modelli di business e dei processi di gestione, marketing e comunicazione che articolano e connettono i diversi comparti del sistema musicale e fra di essi (editoria, live, musica registrata), toccando aspetti quali management artistico, licensing e rights management, project management, fund raising e sponsorizzazione, media promotion, distribuzione fisica e digitale, nuovi servizi e piattaforme. Grazie alle attività laboratoriali in aula e alle esperienze di stage maturate nei contesti organizzativi, lo studente sarà in grado di affacciarsi al mondo del lavoro con una preparazione completa, in grado di supportarlo in ruoli che operino sia sul piano strategico che operativo.
15	Settori Scientifico Disciplinari	SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi; SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese; IUS/04 Diritto commerciale
16	Numero minimo	10
17	Numero massimo	15
18	Uditori ammissibili	Si
19	Corsi Singoli	"Diritti e adempimenti" (Modulo IV, specialistico)
20	Obbligo di Frequenza	75%
21	Lingua di erogazione	Italiano

Articolo 3 – Fonti di finanziamento del Master

22	Importo quota di iscrizione	€ 5.000
23	Articolazione del pagamento	due rate di pari importo

Articolo 4 – Informazioni organizzative previste



24	Risorse logistiche	Aula Master con postazioni pc; biblioteca e sala lettura con connessione wi-fi.
25	Risorse di tutor d'aula	n.d.
26	Risorse di personale tecnico-amministrativo	1
27	Risorse di docenza di ruolo Sapienza	6
28	Risorse di docenza a contratto	n.d.