

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	nd
10	Sede delle attività didattiche	Roma
11	Durata	Annuale
12	CFU	60

Articolo 2 – Informazioni didattiche

13	Obiettivi formativi	<p>Istituito nel 2003, il master ha mantenuto negli anni la vocazione alla formazione di competenze professionali allineate alle traiettorie di sviluppo dell'industria musicale. Tale obiettivo viene perseguito attraverso il confronto con le associazioni di categoria e i rappresentanti dei diversi settori del music business, coinvolti nella definizione del progetto formativo, nella didattica e nell'offerta di stage.</p> <p>Adottando un approccio critico e sistemico, il corso prepara alla gestione, al marketing e alla comunicazione dei diversi asset musicali (artisti, opere, eventi, registrazioni, diritti), considerando aspetti economici, giuridici e organizzativi, al fine di formare professionisti in grado di orientarsi</p>
-----------	----------------------------	--



		efficacemente in un settore in continua e rapida evoluzione.
14	Risultati di apprendimento attesi	A differenza di altri corsi, il Master MMCM ha sempre mantenuto un focus distintivo sulla gestione, il marketing e la comunicazione dei diversi asset musicali (artisti, opere, eventi, registrazioni, diritti correlati). Al termine del corso lo studente possiederà una conoscenza approfondita del contesto normativo, delle economie, degli assetti organizzativi, degli standard contrattuali e dei modelli di business, che articolano e connettono i diversi comparti dell'ecosistema musicale (editoria, live, musica registrata, management artistico), nonché possiederà le competenze in grado di consentirne l'inserimento professionale nell'ambito delle attività di management e branding artistico, licensing editoriale, A&R e product management, rights management, gestione del catalogo, produzione di tour e organizzazione di eventi, booking, sponsorship e fund raising, media e digital promotion, ufficio stampa.
15	Numero minimo	10
16	Numero massimo	15
17	Uditori ammissibili	No
18	Corsi Singoli	NO
19	Obbligo di Frequenza	75%
20	Lingua di erogazione	Italiano

Articolo 3 – Fonti di finanziamento del Master

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