

PIANO FORMATIVO

Master universitario di Primo livello in

Cinema, Serie Tv, Format: sceneggiatura, produzione, marketing

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Anno accademico | 2024-2025 |
| 2 | Direttore | Prof. Andrea Minuz |
| 3 | Consiglio Didattico Scientifico | Prof. Mauro Di Donato Prof. Andrea Minuz Prof. Damiano Garofalo Prof. Stefano Locatelli Prof. Emanuele Senici |
| 4 | Delibera di attivazione in Dipartimento | 27/03/2024 |
| 5 | Data di inizio delle lezioni | 28/02/2025 |
| 6 | Calendario didattico | Il calendario definitivo viene comunicato all'inizio del Master. Normalmente le lezioni hanno la durata di 3 o 4 ore e si svolgono quattro giorni a settimana. |
| 7 | Eventuali partner convenzionati | Palomar s.r.l. (società di produzione cinematografica e televisiva) |
| 8 | Requisiti di accesso | <p>Il Master è rivolto a laureati e professionisti in possesso di una laurea (almeno di primo livello) appartenente a una qualsiasi delle classi di laurea, senza alcun vincolo di Facoltà di provenienza. Possono accedere al Master studenti in possesso di titoli accademici affini rilasciati in base ad ordinamenti previgenti (preferibilmente in Storia dell'arte e spettacolo, Lettere e DAMS), studenti provenienti dalle Accademie di Belle Arti e dall'Accademia d'Arte Drammatica "Silvio d'Amico" e studenti provenienti dal conservatorio (reparto AFAM del Miur). Infine, possono accedere al Master studenti in possesso di titoli accademici rilasciati da Università straniere, preventivamente riconosciuti equipollenti dal Consiglio Didattico Scientifico del Master al solo fine dell'ammissione al corso e/o nell'ambito di accordi inter-universitari di cooperazione e mobilità. Possono altresì accedere al Master anche i possessori di una Laurea conseguita in Italia in base al sistema previgente alla riforma universitaria del D.M. 509/99 equiparata ad una delle classi suindicate, come da tabella ministeriale https://www.cun.it/uploads/3852/par_2009_04_23.pdf?v=).</p> <p>In generale è richiesta allo studente una grande elasticità e flessibilità, capacità organizzativa, conoscenza del mercato audiovisivo e disponibilità e attitudine al lavoro di squadra. Per questo sono richieste non solo conoscenze specifiche del settore, o una preparazione culturale legata</p> |



| | | |
|-----------|--|--|
| | | agli studi sul cinema e i media, ma è auspicabile anche un'esperienza concreta nel mondo del lavoro. |
| 9 | Prova di selezione | Prevista |
| 10 | Sede attività didattica | Dipartimento di Storia, Antropologia, Religioni, Arte, Spettacolo, Ex Vetriere Sciarra, Via dei Volsci 122 - Roma |
| 11 | Stage | Lo stage non è obbligatorio, tuttavia lo studente verrà seguito e consigliato nella ricerca di uno stage presso una società di produzione o realtà professionali dell'audiovisivo legate al marketing e alla distribuzione. Per il raggiungimento dei suoi obiettivi formativi, il Master ha intessuto collaborazioni e partnership con professionisti e con aziende, pubbliche e private, attivi nel campo dei media e dell'industria culturale che hanno dato il loro contributo alla docenza, tra cui: Mibact, Direzione generale cinema, Istituto Luce, Indiana Production, Fremantle, Onemore Pictures, Sky, Fandango, Briciola TV, Borotalco, Stemal, Discovery, Fondazione cinema per Roma, Magnolia, Kimera, Rai Cinema, Grønlandia, Fabula Pictures, 10D Film, Nightswim, Saggiatore, ecc.. |
| 12 | Modalità di erogazione della didattica | in presenza infrasettimanale |
| 13 | Finanziamenti esterni, esenzioni, agevolazioni o riduzioni di quota | No |
| 14 | Contatti Segreteria didattica | Indirizzo Stanza n. 304 (Terzo piano), Ex Vetriere Sciarra, Via dei Volsci 122 – Roma Telefono 06 4969 7078 e-mail master.spettacolo@uniroma1.it |

Piano delle Attività Formative

Il Piano formativo è redatto considerando che le attività didattiche frontali e le altre forme di studio guidato o di didattica interattiva devono essere erogate per una durata non inferiore a 300 ore distribuite, di norma, nell'arco di almeno 6 mesi.

Il Piano formativo può prevedere che il Master sia erogato in tutto o in parte utilizzando forme di didattica a distanza o in lingua diversa dall'italiano.

Il numero minimo di Cfu assegnabile ad una attività è 1 e non è consentito attribuire Cfu alle sole ore di studio individuale.

In caso di attività (moduli) che prevedano più Settori Scientifici Disciplinari sono indicati dettagliatamente il numero di Cfu per ognuno di essi.

| Denominazione attività formativa | Obiettivi formativi | Docente | Settore scientifico disciplinare (SSD) | CFU | Tipologia | Verifica di profitto (Se prevista, e modalità) |
|----------------------------------|---|---|--|-----|--|--|
| Parte I: Sceneggiatura | <p>I moduli introduttivi hanno come obiettivo quello di portare gli studenti che compongono la classe ad un livello omogeneo, fornendogli gli strumenti di base necessari ad affrontare i moduli successivi. Tra gli argomenti trattati: la struttura in tre atti, la costruzione dei personaggi, la scrittura dei dialoghi, il tempo narrativo. ***</p> <p>I moduli affidati a professionisti del settore approfondiranno invece aspetti relativi alla pratica dell'adattamento, del pitch, alla scrittura per il cinema e la televisione (la costruzione di format tv e della narrazione seriale), il mestiere dello script</p> | Prof. Andrea Minuz + professionisti (docenti a contratto) | L-ART/06 | 20 | Lezioni, Esercitazioni, Seminari | <p>Prevista</p> <p>Test valutativi + Sviluppo di una sceneggiatura</p> |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|--|--|-----------|---|----------------------------------|---|
| | editor. Sono previsti dei focus sulla scrittura di documentari e di commedie romantiche. Si terrà poi un modulo interamente laboratoriale in cui gli studenti saranno chiamati a realizzare un progetto di scrittura originale. | | | | | |
| Parte II: Marketing e comunicazione | I moduli relativi a questa seconda parte intendono fornire conoscenze e competenze nell'ambito del settore distributivo e promozionale dell'audiovisivo. In particolare, professionisti del settore analizzeranno con la classe le strategie di lancio e posizionamento del film e l'ideazione e produzione degli asset creativi. Gli studenti saranno chiamati a lavorare sull'ipotetico lancio di un film, dalla definizione del titolo, ad un brief su trailer e poster, fino all'individuazione di strategia, posizionamento e data di release. Verranno inoltre approfonditi concetti quali: narrazione transmediale, media franchise, campagna di comunicazione integrata, viral marketing, sviluppo di untold stories e spin off. | Prof. Damiano Garofalo + Emanuele Senici + professionisti (docenti a contratto). | L -ART/06 | 8 | Lezioni, Esercitazioni, Seminari | Non prevista Fare clic o toccare qui per immettere il testo. |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|--|-----------|----|----------------------------------|--------------------------|
| Parte III: Produzione e finanza | <p>Nella terza parte del Master gli studenti entreranno in contatto con il processo di produzione di contenuti audiovisivi. In particolare, saranno approfondite le fasi di sviluppo dei progetti (il budget, le riprese e la post - produzione). Con focus su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mercato. • finanziamento. • canali di distribuzione, online e offline. • economia dei festival. • coproduzioni e mercato estero. <p>***</p> <p>In una fase successiva è previsto un modulo di Diritto e Legislazione del prodotto audiovisivo in cui verranno affrontati elementi di diritto d'autore, le principali leggi che governano il settore audiovisivo italiano e gli aspetti fiscali e previdenziali dei lavoratori dello spettacolo (contrattualistica del settore audiovisivo) Inoltre verrà approfondito il ruolo svolto dalle Istituzioni (Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Siae, Eurimages, ecc.) e dalle associazioni di categoria (Anica, Agis, 100autori, ecc).</p> | Prof. Mauro Di Donato + Stefano Locatelli + professionisti (docenti a contratto) | L -ART/06 | 20 | Lezioni, Esercitazioni, Seminari | Prevista Test valutativi |
|---------------------------------|--|--|-----------|----|----------------------------------|--------------------------|

| | | | | |
|------------------------|---|-------------------|-----------|--|
| Tirocinio/Stage | Lo stage non è obbligatorio, tuttavia lo studente verrà seguito e consigliato nella ricerca di uno stage presso una società di produzione o realtà professionali dell'audiovisivo legate al marketing e alla distribuzione. Al di là dei moduli didattici verranno organizzati incontri e seminari con professionisti del settore. | SSD non richiesto | 10 | <i>Soggetti ospitanti, sedi e organizzazione</i> |
| Prova finale | Al termine del Master è richiesto ai partecipanti di presentare un progetto da discutere davanti alla commissione d'esame. Il progetto può essere compreso in una delle seguenti categorie: <ul style="list-style-type: none"> • Film per il cinema, di qualsiasi genere (compreso il documentario e l'animazione) • Serie TV, di qualsiasi formato • Web Series • Format TV | SSD non richiesto | 2 | <i>Elaborato, tesi, project work ecc.</i> |
| TOTALE CFU | | | 60 | |