



PIANO FORMATIVO

Master universitario di Primo livello in

Management, Marketing e Comunicazione della Musica (MMC M)

1	Anno accademico	2024-2025
2	Direttore	Francesco D'Amato
3	Consiglio Didattico Scientifico	D'Amato Francesco, Dezi Luca, Grieco Cecilia, Ieracitano Francesca, Mattiacci Alberto, Rea Andrea, Sfodera Fabiola
4	Delibera di attivazione in Dipartimento	13/02/2024
5	Data di inizio delle lezioni	Entro la fine del mese di febbraio 2025
6	Calendario didattico	Da lunedì a venerdì, dalle 9.30 alle 13.30
7	Eventuali partner convenzionati	In corso di formalizzazione accordi di collaborazione con le associazioni di categoria: FIMI (Federazione Industria Musicale Italiana), PMI (Produttori Musicali Indipendenti), Assomusica, Assoconcerti, FEM (Federazione Editori Musicali)
8	Requisiti di accesso	Diploma di laurea triennale o titolo equiparato, senza alcun vincolo di Facoltà di provenienza.
9	Prova di selezione	Non prevista (selezione per titoli)
10	Sede attività didattica	—
11	Stage	Stage previsto per tutti i partecipanti, sedi e soggetti ospitanti da definire.
12	Modalità di erogazione della didattica	e-learning
13	Finanziamenti esterni, esenzioni, agevolazioni o riduzioni di quota	n.d.
14	Contatti Segreteria didattica	Indirizzo



		<p>Aula 211(II piano), c/o Dipartimento di Comunicazione e Ricerca sociale (CoRis), via Salaria n. 113, 00198, Roma. Telefono 0649918482 e-mail mmcm@uniroma1.it</p>
--	--	--

Piano delle Attività Formative

Denominazione attività formativa	Obiettivi formativi	Docente	Settore scientifico disciplinare (SSD)	CFU	Tipologia	Verifica di profitto)
Modulo I: Introduzione Critica all'Industria Musicale	Settori, diritti, filiere, ruoli professionali, logiche produttive, criticità, scenari e trend emergenti	Francesco D'Amato	SPS/08	2	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo II: Principi di Economia e Gestione delle Imprese	Impresa, mercato, funzioni; Internazionalizzazione e strumenti; Strumenti e Modelli.	Luca Dezi, Docente a contratto da definire	SECS-P/08	2	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo III: Principi di Marketing	Impatto del marketing sulla funzione ricavo e logiche fondamentali; Il piano marketing; Branding e Digital Disruption	Alberto Mattiacci, Cecilia Grieco, Alberto Rea, Fabiola Sfodera	SECS-P/08	2	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo IV: Data Analysis e Social Media Marketing	Data Analysis e Indicatori di Performance; Sviluppo di Strategie e Social Media Plan; Strumenti di Lavoro e Trend Emergenti	Francesca Ieracitano, Docente a contratto da definire	SPS/08 (1) SECS-P/08 (1)	2	Lezioni a distanza	Non prevista

Modulo V: Diritti e adempimenti	Diritto d'autore e Copyright; Armonizzazione internazionale; Diritti D'Autore, Diritti Connessi e gestione collettiva; Criticità e sfide legate all'AI; Adempimenti previdenziali per produzioni live e fonografiche	Docente a contratto da definire	IUS/04	3	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo VI: Artistic Management	Management Artistico, Branding, Full Rights Management, Endorsement, Sponsorizzazioni, Diritti d'immagine Sviluppo Internazionale Platform e Self-Management, Direct-To-Fan	Docente a contratto da definire	IUS/04 (1) SPS/08 (1) SECS-P/08 (1)	3	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo VII: Publishing e Rights Management	Settore, attori, mercati, prospettive e scenari Contratti editoriali, A&R e Author Development Licensing, sub-licensing, Marketing dei diritti Esercitazioni pratiche	Docente a contratto da definire	IUS/04 (1) SECS-P/08 (2)	3	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo VIII: Live Management	Settore, attori e mercati; Tour Production, Tour management, Organizzazione Eventi, Booking; Sponsorship, Fund Raising, Crowdfunding;	Docente a contratto da definire	SPS/08 (1) SPS/09 (1) IUS/04 (1) SECS-P/08 (6)	9	Lezioni a distanza	Non prevista

	Marketing e promozione Internazionalizzazione; Broadcasting e live-streaming Ticketing; Esercitazioni pratiche					
Modulo IX: Recording e Rights Management	Settore, attori e mercati; Label Management; A&R, Contrattualistica, Product Management, Marketing e Media Promotion; Digital Service, Streaming Promotion; Gestione Catalogo, Marketing e Licensing dei diritti; Export; Distribuzione Mercati intermedi e Intermediari, Music Supervising per produzioni audiovisive, DSP, Radio e Brand radio; Esercitazioni Pratiche	Docente a contratto da definire	SPS/08 (1) SPS/09 (1) IUS/04 (1) SECS-P/08 (6)	9	Lezioni a distanza	Non prevista
Modulo X: Digital Communication e Ufficio Stampa	Music Social Media Marketing, Ufficio Stampa, Unconventional Esercitazioni Pratiche	Docente a contratto da definire	SPS/08	3	Lezioni a distanza	Non prevista
Tirocinio/Stage			SSD non richiesto	14	<i>Soggetti ospitanti, sedi e organizzazione da definire</i>	
Prova finale	Project work a cura dello studente		SSD non richiesto	8	<i>Elaborato, tesi, project work ecc.</i>	
TOTALE CFU				60		