



Master Economia della Cultura: Politiche, Governo e Gestione XVIII edizione a.a. 2017-2018

Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Master in Economia della Cultura dell’Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”, Dipartimento di Management e Diritto per formare e riqualificare **figure professionali** che operano nella **gestione dei beni, delle attività e dei servizi culturali**.

La **figura del manager culturale** è sempre più ricercata nelle Istituzioni, è necessaria una formazione specialistica che unisca capacità economico-gestionali, conoscenze umanistiche e competenze specifiche di settore.

Coordinatore del Master è il **Prof. Alessandro Hinna**

2 indirizzi specialistici:

- **Economia della Cultura: Politiche, Governo e Gestione**
- **Economics of Culture: Policy, Government and Management (in lingua inglese).**

- ✓ 1 anno accademico
- ✓ **modalità blended** (513 ore di didattica mista, di cui 126 in presenza): una parte di didattica a distanza attraverso la **piattaforma e-learning** e una parte in presenza di **lezioni frontali**
- ✓ una formula didattica accessibile anche ai professionisti
- ✓ tematiche organizzate in **sette moduli didattici** tenuti da docenti universitari e da esperti e operatori del settore
- ✓ seminari di approfondimento, laboratori e **gruppi di lavoro**
- ✓ possibilità di **tirocinio** presso Enti e Istituzioni di settore
- ✓ sviluppo di un **project work** finalizzato all’utilizzo concreto degli strumenti appresi durante il percorso.

Obiettivi: Perché questo Master?

Il Master MaEc si propone di formare e riqualificare figure professionali nei differenti campi dell’economia e della gestione dei beni, delle attività e dei servizi culturali, attraverso una particolare sintesi di contenuti propri dell’analisi socio-economica, delle pratiche di governo e gestione aziendale, del diritto amministrativo e della progettazione integrata in campo culturale.

Il Master offre quindi un percorso formativo innovativo di tipo interdisciplinare, definito dai seguenti ambiti di conoscenza:

- contenuti e strumenti fondamentali dell'economia della cultura;
- contenuti e strumenti fondamentali della economia aziendale applicata alla organizzazione e gestione dei beni, delle attività e dei servizi culturali;
- elementi di legislazione e regolazione nazionale e comunitaria in materia di gestione e produzione di beni, attività e servizi culturali;
- assetti istituzionali e forme di partenariato tra settore pubblico e privato per la gestione dei beni e delle attività culturali;
- modelli di programmazione e controllo, direzione e sviluppo delle risorse umane, marketing e fund raising applicati al sistema dei beni, delle attività e dei servizi culturali;
- modelli di project financing applicato alla gestione dei beni e dei servizi culturali;
- modelli e metodologie di lavoro legati allo sfruttamento delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni;
- modelli di design e project management in campo culturale ed artistico;
- contenuti e strumenti per l'analisi e la progettazione di aziende e servizi della filiera del turismo a base culturale;
- logiche e sistemi di finanziamento di matrice pubblica per i progetti e le aziende culturali, approcci di programmazione e di valutazione, criteri di monitoraggio e rendicontazione delle politiche e dei programmi, con un particolare sguardo alla dimensione europea e al quadro delle politiche culturali e delle politiche di coesione in ambito culturale per il periodo 2014-2020 (approfondendo la Strategia Europa 2020, la Strategia Creative Europe e le successive ricadute in termini di programmi operativi e linee di finanziamento attive sul territorio nazionale).

Nell'ambito dell'indirizzo internazionale, presso l'Università di Roma "Tor Vergata", è inoltre organizzata la Summer School on the Economics of Culture: un programma intensivo di lezioni, seminari e laboratori, studiato per incontrare nuove esigenze di approfondimento culturale e interdisciplinare avvalendosi del confronto internazionale di docenti e utenti.

Il valore aggiunto del MaEC

Il MaEC si distingue nel panorama dell'offerta formativa post laurea nazionale, in ambito di economia e gestione della cultura, per tre caratteristiche:

- la modalità mista distanza/presenza, che permette di partecipare al master in parallelo allo svolgimento di altra attività lavorativa,
- la capacità di offrire occasioni professionali in aziende pubbliche e private dislocate su gran parte del territorio nazionale,
- la capacità di sfruttare al meglio la tecnologia di formazione a distanza per rivolgersi al mercato con prezzi assai contenuti, pur garantendo contenuti didattici di alta qualità e una comunità di docenti di particolare eccellenza e notorietà.

Le caratteristiche della XVIII edizione

Il MaEC nasce nel 2000 dall'impegno del CEIS (Centre for Economic and International Studies) dell'Università di Roma "Tor Vergata" e giunge oggi alla sua XVIII edizione, afferendo prima al Dipartimento di Economia e Finanza dell'Università di Roma "Tor Vergata" e, ad oggi, al **Dipartimento di Management e Diritto**.

Diciotto anni non sono pochi. Sono anzi moltissimi per un settore che proprio nell'ultimo decennio ha visto allargare, in Italia come in Europa, il proprio spettro semantico, includendo nella propria

geografia non solo il più tipico settore “core” delle arti visive, dello spettacolo dal vivo e del patrimonio storico-artistico (al quale il MaEC principalmente si riferisce), ma anche filiere produttive un tempo considerate “lontane” e che lontane in realtà non lo sono e non lo sono mai state, avendo l’esperienza culturale quale elemento caratterizzante e/o funzionale della loro esistenza. Sono queste, cioè, le industrie creative (design, architettura, pubblicità) e le industrie culturali (video, film, videogiochi, musica, libri e stampa, televisione e radio). E’ questa dunque la nuova polifonia di un “sistema di offerta culturale integrato” che non è più oggetto esclusivo di politiche di welfare ma ambito di applicazione di politiche industriali, chiamando in causa problemi del tutto originali di scambio, assimilazione, ibridizzazione di mondi “simili ma “diversi”, lasciando intuire spazi occupazionali originali e forse consistenti.

I due obiettivi principali di questa XVIII edizione sono quindi la “contaminazione” tra i molteplici ambiti in cui il settore della cultura va dispiegandosi e “l’occupabilità” dei partecipanti al MaEC.

Per favorire la contaminazione, si è rafforzata la rete di soggetti convenzionati con il Master per lo svolgimento di stage e di tirocini formativi in grado di inserire i candidati nel mondo del lavoro e dare loro la possibilità di farsi spazio, attraverso le competenze acquisite durante il corso, nell’articolato e sempre più vasto settore dei beni e delle attività culturali.

L’obiettivo di occupabilità dei discenti “giustifica” l’attenzione che la XVIII edizione del Master intende rivolgere alle esperienze pratiche nell’ambito degli incontri in presenza. Il MaEC intende promuovere e incentivare attività di tipo pratico attraverso l’attivazione di laboratori specifici ed esercitazioni capaci di riprodurre casi studio sui quali potersi applicare.

“Contaminazione” e “Occupabilità” ci suggeriscono, infine, di spingere l’attenzione del MaEC oltre i confini del dibattito nazionale per approfondire le politiche culturali internazionali, nel quadro attualmente delineato dal nuovo programma Creative Europe, appunto (dedicato ai settori culturali e creativi e sempre più orientato ad una logica “industriale”) e dai fondi strutturali 2014-2020, soprattutto alla luce dei nuovi scenari europei riguardanti gli ambiti e i settori delle industrie creative. Da qui, la nascita del modulo didattico: Progettazione Finanziata.

A chi è rivolto: Target

Attraverso un percorso di didattica attiva e multidisciplinare, in grado di caratterizzare i diversi profili di riferimento, il Master fornisce gli strumenti per la gestione di progetti complessi in campo culturale e tende quindi rivolgersi a:

- giovani laureati e/o giovani professionisti che intendono inserirsi con mansioni direzionali e gestionali in enti e imprese di produzione o servizio, operanti nel settore cultura;
- singoli operatori e liberi professionisti del settore che vogliono consolidare il profilo professionale nell’ambito dell’economia e gestione dei beni e delle attività culturali;
- dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni, centrali e locali, a vario titolo coinvolti nei problemi di economia e gestione sia di singoli beni e attività culturali, sia di sistemi integrati di gestione degli stessi;
- amministratori pubblici impegnati nella definizione e gestione di programmi di sviluppo locale cultural based;
- dirigenti e manager di aziende e imprese profit e non profit attive nel settore della cultura o in settori a questa strettamente connessi (es. turismo, istruzione, sociale);
- imprenditori e imprese che intendono investire o meglio posizionarsi nel vasto sistema delle industrie culturali e creative;
- dirigenti e manager di organizzazioni del Terzo Settore impegnate nel sostegno e nello sviluppo del settore della cultura, anche tramite la partecipazione diretta alla gestione dei beni e attività culturali;

Profili in uscita e prospettive di inserimento lavorativo

Attraverso la sua offerta didattica, il Master forma:

- figure professionali dal profilo manageriale in grado di inserirsi, attraverso le competenze acquisite in gestione strategica e operativa, in organizzazioni culturali, italiane ed europee, profit e non profit, pubbliche e private;
- consulenti in grado di attivare e gestire progetti culturali;
- profili professionali che intendono inserirsi nel sempre più attuale ed “europeo” sistema dell’industria culturale e creativa;
- operatori e mediatori culturali per diversi soggetti sociali e territoriali;
- profili professionali esperti delle strategie di comunicazione in campo culturale.

Offerta formativa

Il Master, della durata di un anno accademico, è stato pensato in modalità *blended*, consta cioè di una parte di didattica a distanza, attraverso la piattaforma e-learning e una parte in presenza di seminari. Al termine della didattica, il MaEC offre due possibilità: lo svolgimento di uno stage presso enti/aziende convenzionate con il Master o la realizzazione di un project work connesso alle tematiche affrontate durante il corso.

E-learning: la piattaforma e-learning consente, attraverso la Struttura Didattica e i tutor, una cura del rapporto interpersonale ed una continua messa a punto del percorso formativo individuale. Garantisce, inoltre, alti standard di flessibilità dell’offerta didattica e permette elevate forme di collaborazione, attraverso lo scambio di idee e la discussione su problematiche proposte.

In presenza: la didattica frontale e interattiva è organizzata in sette incontri in presenza, ognuno per ogni modulo didattico del Master. Ogni incontro in presenza si struttura in più giornate consecutive. Le lezioni saranno tenute da docenti universitari, professionisti ed esperti del settore.

Contenuti didattici

Il master si articola in 7 moduli, che verranno affrontati ciascuno con una parte di formazione a distanza (e-learning) e un incontro in presenza (su più giorni).

I Moduli:

Modulo Sistema Cultura

Il primo modulo del percorso didattico è una introduzione al contesto del lavoro culturale e del patrimonio storico in Italia: le istituzioni e l’industria dei contenuti, le strutture organizzative e le professioni. Nel delineare il quadro che gli altri moduli, progressivamente, metteranno a fuoco anche da un punto di vista disciplinare, si cercherà di far emergere alcune caratteristiche peculiari del mondo della cultura e dei suoi protagonisti. La *digital heritage*, ha spostato il focus della produzione culturale sulla disponibilità di contenuti immateriali per una nuova domanda di conoscenza ma la crisi economica rischia di compromettere le opportunità che si aprono per le Istituzioni e le imprese culturali. In questo scenario s’impone la ricerca d’idee e modelli gestionali che, rispettando le specifiche esigenze di tutela, consentano innovazione in prodotti e servizi per la valorizzazione del patrimonio in stretto rapporto con il territorio.

Modulo Economico

Il modulo si propone di trattare la cultura come attività economica. L'economia della cultura considera la cultura come attività produttiva e come motore di sviluppo economico. Per cultura ci si riferisce in questo caso sia ai cosiddetti "beni culturali", sia all'attività di produzione e di comunicazione di idee, di modelli di vita, di interpretazioni del mondo e di strutture linguistiche che più generalmente caratterizzano una comunità. In questo modulo si affronteranno i temi dei comportamenti sociali e delle preferenze endogene, del mercato della cultura, del capitale sociale e dei beni pubblici locali, del governo del territorio e dello sviluppo sostenibile, del finanziamento del settore culturale e del ruolo delle istituzioni non-profit. Particolare attenzione sarà dedicata al tema della valutazione economica dei progetti anche attraverso l'analisi di specifici casi studio.

Modulo Gestionale

Il modulo gestionale ha l'obiettivo di formare i partecipanti sulle principali metodologie e tecniche di analisi e gestione aziendale applicate alle imprese ed enti culturali. In questo modulo si affronteranno i temi degli assetti istituzionali, dell'organizzazione aziendale, dei sistemi di pianificazione, programmazione e controllo di gestione, di direzione e sviluppo del personale, di rendicontazione economica e sociale. Una sezione specifica del modulo sarà dedicata alle tecniche ed altri strumenti di design e project management in campo culturale ed artistico, a partire dalla fase di ideazione, passando per quella strettamente esecutiva e di completamento. Particolare attenzione verrà dedicata alla analisi e alla progettazione delle reti culturali, analizzando finalità e funzionamento di distretti, poli, sistemi culturali, approfondendo i modelli di governance e gli elementi di complessità gestionali che li contraddistinguono. Il modulo verrà affrontato mediante lo studio di casi di eccellenza del panorama nazionale ed internazionale.

Modulo Marketing, Fund Raising e Audience Development

Obiettivo del modulo è quello di permettere ai partecipanti di sviluppare un processo di apprendimento relativamente ai concetti cardine e all'impianto metodologico del Marketing e del Fund Raising e di stimolare una capacità critica su aspetti connessi alle scelte strategiche e operative che si presentano nella gestione delle organizzazioni culturali. Particolare attenzione verrà prestata all'analisi dei contesti ambientali e competitivi, alla conoscenza dei pubblici della cultura, alla pianificazione strategica e alle potenzialità dei nuovi media sociali per il marketing, la raccolta fondi e la comunicazione. Il modulo sarà corredato da casi di studio e buone pratiche a livello nazionale e internazionale. Saranno, altresì, previste occasioni di confronto in presenza con esperti e professionisti del settore.

Modulo Giuridico

Il modulo mira ad approfondire i complessi problemi giuridici connessi alla tutela e alla valorizzazione dei beni culturali nell'ordinamento italiano. È infatti evidente che gli aspetti connessi alla gestione ed alla "governance" dei fenomeni economici devono essere ricomposti all'interno del sistema di regole e di procedure certe che presiede ai comportamenti delle pubbliche Amministrazioni nelle varie declinazioni e livelli (statale, regionale, locale) in cui esse si articolano. Saranno affrontate le seguenti tematiche: le criticità insorte con le modificazioni costituzionali del Titolo V della Costituzione, introdotte nell'anno 2001, la ricostruzione del quadro delle regole

presente nel nuovo Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio, le privatizzazioni, le dismissioni e il diritto comunitario. Il modulo è arricchito con specifici casi studio inerenti alle questioni giuridiche affrontate durante il corso e con aggiornamenti rispetto alla normativa vigente.

Modulo Cultura, turismo e sviluppo territoriale

Il modulo si pone l'obiettivo di analizzare il rapporto tra beni e attività culturali e sviluppo delle economie locali fondato sulla valorizzazione del turismo. Particolare attenzione verrà dedicata all'analisi del turismo culturale, in termini di fonti informative, metodi di programmazione, ruolo degli operatori privati e responsabilità del settore pubblico. Il modulo farà riferimento alle principali teorie in materia oltre che a casi di studio di rilievo nazionale e internazionale.

Modulo Progettazione Finanziata

Il Modulo "progettazione finanziata" si occupa di indagare le logiche e i sistemi di finanziamento di matrice pubblica per i progetti e le aziende culturali, gli approcci di programmazione e di valutazione, i criteri di monitoraggio e rendicontazione delle politiche e dei programmi, con un particolare sguardo alla dimensione europea. In questa logica, il modulo affronterà il quadro delle politiche culturali e delle politiche di coesione in ambito culturale per il periodo 2014-2020, approfondendo la Strategia Europa 2020, la Strategia Creative Europe e le successive ricadute in termini di programmi operativi e linee di finanziamento attive sul territorio nazionale.

Workshop e laboratori

Ad integrazione del percorso formativo del Master, sono previste attività facoltative di studio, incontro e discussione di specifiche tematiche riguardanti i diversi comparti del settore delle industrie culturali e creative, creando quindi occasioni di approfondimento specifico nei settori del design, dell'artigianato, dell'audio-visivo, della musica, dell'editoria, del patrimonio storico-artistico, delle *performing arts* e delle arti visive.

Project work: sono realizzati dai professionisti iscritti al Master in collaborazione con i docenti del corso, con le istituzioni culturali al fine di favorire momenti di connessione operativa con le imprese e i centri di formazione delle professioni culturali. Dalla piattaforma e-learning è inoltre possibile accedere all'area dedicata ai progetti culturali e visualizzare alcuni dei project work realizzati nelle precedenti edizioni.

Placement: La rete di enti a livello nazionale

È obiettivo del Master sostenere il delicato processo di placement dei giovani specializzandi.

In questa logica, il Master intende creare un collegamento tra enti/aziende di un territorio e laureati dallo stesso territorio provenienti, questi ultimi interessati, molto spesso, a voler dipanare i frutti dell'investimento formativo a favore delle economie locali dei loro contesti di origine. A questo scopo ogni anno viene costruito un panel di enti e aziende ospitanti, dislocate nelle varie regioni d'Italia, interessati al progetto formativo del MaEC, e, quindi, attivi in settori e servizi che necessitano professionalità tipiche o prossimi ai profili di competenza in uscita del Master.

Stage

Il Master ha da sempre considerato lo stage come una preziosa opportunità formativa, oltre che di placement. Proprio per questo, negli anni si è molto investito nella “qualità” e non solo nella “quantità”, nella “relazione” e non solo nella “contrattazione” con enti ed aziende dove i partecipanti del MaEC potranno svolgere lo stage.

Project work

Il project work è pensato per chi è già occupato, ed offre la possibilità di applicare tecniche e conoscenze maturate nel corso del Master nell’ambito di un progetto di ricerca/consulenza, finalizzato alla redazione di un elaborato finale.

Il project work, in questa logica, offre il vantaggio:

- per il discente, di poter affrontare tematiche connesse alla propria esperienza lavorativa,
- per l’azienda o ente di appartenenza di beneficiare di una attività di studio, ricerca e consulenza negli ambiti di interesse.

Durante la realizzazione del project work, ogni corsista sarà seguito da un docente responsabile, assegnato in funzione della materia trattata.

Tutor e docenti

I tutor della sezione didattica sono sempre disponibili per il supporto al percorso formativo; un team di docenti/ricercatori svolge con continuità l’assistenza specialistica nelle aree disciplinari. I docenti del Master provengono dal mondo della ricerca, dunque dal mondo accademico, dal mondo della consulenza e degli operatori privati e dal settore degli Enti pubblici.

Sono previste 5 Borse di studio INPS a favore dei dipendenti della pubblica amministrazione iscritti alla Gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali a totale copertura della quota di iscrizione.

Il Master prevede inoltre riduzioni riservate per i dipendenti della PA.

Per tutte le informazioni www.uniroma2.it www.maec.uniroma2.it

Contatti: beniculturali@economia.uniroma2.it Tel 06/72595647



Master in Economia della Cultura – Tor Vergata