

AZIENDE PARTNER

Tra le aziende che forniscono docenti, testimonial o che hanno previsto di ospitare gli studenti per stage:

- Comedy Central Italia
- Endemol Italia
- La7
- Magnolia
- Mediaset
- MTV Italia
- Neonetwork
- Nickelodeon Italia
- Sat 2000
- Slinky Pictures
- TNS-Infratest Italia

MODALITÀ DI AMMISSIONE

La domanda di ammissione dovrà essere inviata **entro il 24 ottobre 2008**.

Per iscriversi è necessario compilare la domanda di ammissione on-line e seguire le indicazioni del sito.

È possibile partecipare alle procedure di selezione di più di un Master; in tal caso occorre produrre una domanda per ognuno dei Master cui si fa richiesta di partecipazione.

In caso di ammissione a più di un Master occorre optare per uno solo di essi.

PROCEDURE E CRITERI DI AMMISSIONE

La prima selezione dei candidati avviene in base ai materiali inviati.

Tale selezione tiene conto dei seguenti elementi di valutazione:

- voto di laurea;
- pertinenza del curriculum vitae et studiorum e della tesi alle finalità del corso.

Gli studenti che, in base a tale preselezione, vengono ammessi ai colloqui di ammissione riceveranno comunicazione dalla Segreteria su data, ora e luogo dei colloqui stessi.

I colloqui vengono effettuati tra la fine di ottobre e la prima settimana di novembre 2008, e comportano un'ulteriore selezione in base alle specifiche attitudini e motivazioni manifestate dal candidato.

Nei colloqui di ammissione verranno discussi i titoli presentati all'atto di iscrizione alle selezioni (curriculum universitario, eventuali pubblicazioni e/o esperienze nel settore) e verrà valutata l'idoneità specifica ai contenuti e al programma formativo del corso.

Il numero massimo degli ammessi è fissato in 25 persone.

La Commissione selezionatrice si riserva di variare il numero degli ammessi entro il limite del 20% del numero di posti massimo previsto.

Al termine delle procedure di ammissione viene stilata una graduatoria che prevede una lista di ammessi e una lista di riserve da contattare nel caso qualcuno degli ammessi comunichi la propria rinuncia.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE

Gli studenti ammessi alla frequenza delle lezioni del Master riceveranno comunicazione scritta e dovranno confermare la loro partecipazione e procedere all'immatricolazione presso l'Ufficio Master entro la data che sarà pubblicata sul sito, pena decadenza dell'ammissione.

Le tasse annuali ammontano a € 6.000 euro

È attiva una convenzione con Banca Intesa per la concessione di prestiti d'onore finalizzati alla copertura dei corsi di partecipazione; ulteriori informazioni sul sito www.intesabridge.it

INFORMAZIONI E CONTATTI

Per informazioni di carattere amministrativo:

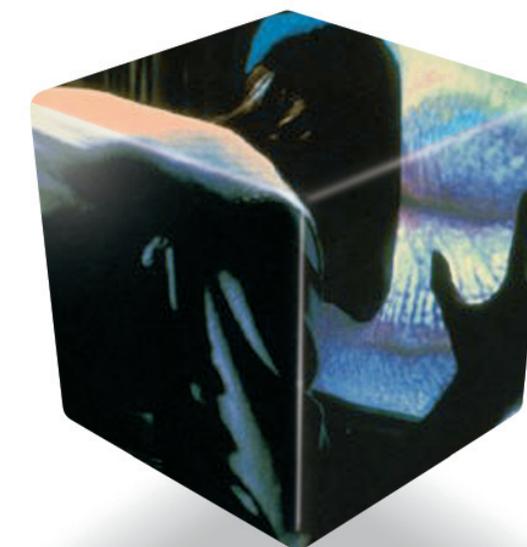
Ufficio Master
Università Cattolica del Sacro Cuore
Via Carducci 28/30
20123 Milano
tel. 02 7234 3860
fax 02 7234 5202
e-mail: master.universitari@unicatt.it

Per informazioni sull'organizzazione e la didattica è possibile contattare via e-mail l'organizzazione del MAPpt all'indirizzo: mappt.almed@unicatt.it

ALMED - Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo
Via S. Agnese, 2 - 20123 Milano
tel. 02 7234.2814 - 2840 - fax 02 7234.2815
e-mail almed@unicatt.it
www.unicatt.it/almed

ALMED  **Università
Cattolica
del Sacro
Cuore**

**ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO**



Master Universitario di II Livello

MAPpt - Analisi e Progettazione del prodotto televisivo

Direzione: Andrea Bellavita, Matteo Scortegagna

Direzione scientifica: Ruggero Eugeni

Consiglio direttivo: Piermarco Aroldi, Andrea Bellavita, Giorgio Gori, Alberto Rossini, Matteo Scortegagna, Marina Villa, Nicoletta Vittadini

Coordinamento didattico e tutor di stage: Alice Cati, Glenda Franchin

In collaborazione con:



360PLYMCKER



Master 2008-2009



DUE DOMANDE, UNA RISPOSTA

MAPpt forma professionisti del sistema televisivo in grado di seguire l'intero ciclo di vita del prodotto: dall'identificazione del bisogno alla progettazione e realizzazione, fino all'analisi dell'efficacia e della funzionalità.

MAPpt offre una risposta unitaria alle due domande fondamentali del mercato professionale televisivo, perchè guarda non soltanto alle necessità dei neo-laureati pronti ad entrare nel mondo del lavoro, ma anche a quelle delle aziende, che sempre più spesso richiedono figure professionali con un profilo già adeguatamente formato:

- fornisce **ciò di cui un giovane professionista ha bisogno**: la conoscenza del sistema in cui si troverà ad operare
- fornisce **ciò di cui un'azienda ha bisogno**: una competenza preliminare solida da impiegare *subito* nei processi produttivi

L'obiettivo principale del Master è di fornire un *know how* di alto livello qualitativo e settoriale, che possa essere utilizzato dagli studenti una volta inseriti all'interno del sistema lavorativo, per ottenere risultati di eccellenza.

La formazione è affidata a docenti universitari e a professionisti del settore, tutti provenienti dai massimi livelli delle aziende partners, che hanno partecipato attivamente all'ideazione e all'organizzazione del progetto.

Il Master forma figure professionali che operano nell'ambito del *television managing*, con particolare attenzione per i settori di ricerca, acquisto prodotti e programmazione e della consulenza di mercato. Le competenze acquisite consentono di ricoprire le seguenti posizioni:

- responsabile *product acquisition* (selezione e acquisizione di prodotti e format)
- responsabile *product programming* (programmazione dei prodotti e costruzione del palinsesto)
- responsabile *research* (dipartimento ricerca e sviluppo)
- responsabile *marketing*
- analista di prodotto

TARGET

MAPpt è un Master Universitario di 2° livello, e si rivolge a studenti italiani e stranieri in possesso di Laurea Specialistica (o equivalente) di qualsiasi Facoltà.

La proposta formativa di MAPpt è pensata per quanti, dopo aver conseguito una formazione accademica approfondita, siano interessati a sviluppare competenze specifiche nella progettazione e nella gestione di prodotti televisivi, attraverso un contatto diretto con docenti universitari e professionisti. Il Master, attraverso una serie di workshop e studi di caso, offrirà inoltre ai partecipanti la possibilità di testare fin da subito le proprie capacità e predisposizione ad operare in questo settore professionale.

STRUTTURA DIDATTICA

La struttura formativa è suddivisa in cinque differenti moduli, che riflettono i cinque momenti costitutivi del ciclo di vita del prodotto televisivo:

- analisi dello scenario di riferimento
- reperimento del prodotto
- progettazione del prodotto
- collocazione del prodotto
- analisi del prodotto

Ad essi si affianca un'esercitazione orizzontale, che consente agli studenti di elaborare nel corso del master un progetto realizzabile.

La formazione prevede insegnamenti teorici, laboratori, workshop e incontri con gli operatori del settore, e si completa di uno stage professionale presso una delle aziende partner o presso altre aziende del settore, e una prova finale. Il corso è annuale, e le lezioni si svolgono da novembre 2008 fino a maggio 2009.

Il calendario prevede una media di 30 ore settimanali; la didattica è organizzata in cinque incontri settimanali, con impegno full time.

La frequenza è obbligatoria.

Corsi 33 CFU totali

■ Teoria e tecnica del sistema radiotelevisivo	(SPS/08)	6 CFU	40 ore
■ Immaginari medial e industria culturale	(L-ART/06)	3 CFU	20 ore
■ Analisi del mercato televisivo	(SECS-P/08)	3 CFU	20 ore
■ Program and format acquisition strategies	(SPS/08)	3 CFU	20 ore
■ Production strategies	(SECS/P-08)	6 CFU	40 ore
■ Programming strategies	(SPS/08)	3 CFU	20 ore
■ Analisi del palinsesto	(SPS/08)	3 CFU	20 ore
■ Analisi del prodotto televisivo	(L-ART/06)	6 CFU	40 ore

Laboratori 6 CFU totali

- Storia della televisione italiana e internazionale
- Teoria de generi
- Tecniche di adattamento del format
- Elementi di scrittura del format tv
- Marketing del prodotto televisivo
- Elementi di economia della produzione tv
- Diritto tv
- Ufficio stampa
- Sviluppo cross-mediale del prodotto tv
- Analisi dei dati d'ascolto
- Analisi della comunicazione di settore

Workshop

Verranno organizzati workshop tematici, dedicati all'approfondimento di particolari segmenti del sistema televisivo, o alla simulazione delle principali fasi del processo produttivo; tutti i workshop sono tenuti e gestiti da professionisti e operatori del settore:

- identificazione di un bisogno
- presentazione del progetto
- progettazione di prodotto
- organizzazione del palinsesto
- *focus on*: animazione
- *focus on*: fiction seriale
- *focus on*: nuove tecnologie

Valutazione e prova finale

Per ognuno dei corsi è previsto un esame finale, con voto in trentesimi; la modalità dell'esame può variare nei differenti corsi (colloquio orale, prove intermedie, paper work)

Lo stage e il rendimento dei workshop vengono valutati dal tutor interno e dai responsabili dei workshop.

La prova finale del Master consiste nella discussione valutativa di un paper di progettazione che consideri il ciclo di vita del prodotto televisivo secondo la scansione nei cinque moduli che strutturano l'andamento della didattica.

È possibile, previo accordo con i responsabili del Master, focalizzare il paper di progettazione su uno, o più di uno, dei moduli principali.

DOCENTI (corsi e laboratori)

- **Andrea Bellavita** (Università Cattolica di Milano)
- **Fabrizio Cacciamani** (analista televisivo)
- **Oscar Colombo** (autore televisivo)
- **Luisella Farinotti** (IULM)
- **Emanuele Finardi** (*360° Playmaker*)
- **Giorgio Grignaffini** (Vicedirettore Fiction *Mediaset*)
- **Alessandro Lostia** (Responsabile Sviluppo e Coordinamento Editoriale Programmi *La7*)
- **Rocco Moccagatta** (IULM)
- **Gianluca Nicoletti** (giornalista, scrittore, autore, conduttore radiofonico *Melog - Radio 24*)
- **Angelo Rocca** (Ricerca e Sviluppo *Magnolia*)
- **Matteo Scortegagna** (Responsabile Contenuti e Produzione *Neonetwork*)

TESTIMONI (workshop, incontri, testimonianze, case histories)

- **Enrico Aprico** (Responsabile *360° Playmaker*)
- **Paola Acquaviva** (Director Programming Entertainment Channels *Fox Italia*)
- **Massimo Bruno** (Head of Programming, Acquisition & Production *Comedy Central Nickelodeon Italia*)
- **Barnaba Costalonga** (Head of Legal & Business Affaire *MTV Italia*)
- **Fausto Colombo** (Università Cattolica, direttore OssCom)
- **Francesco Denti** (Programming Manager *FX Italia*)
- **Federico DiChio** (Direttore Operativo TV Digitale *Mediaset*)
- **Massimo Donelli** (Direttore Canale 5)
- **Giorgio Gori** (Amministratore Delegato *Magnolia*)
- **Alessandro Grieco** (Head of Programming, Acquisition & Production *Comedy Central Italia*)
- **Rebecca Manley** (*Slinky Pictures*, London)
- **Leonardo Pasquinelli** (Direttore Generale *Endemol Italia*)
- **Luca Paulli** (*Slinky Pictures*, London)
- **Mario Ravasio** (Responsabile Dipartimento Ricerche Qualitative *TNS Infratest Italia*)
- **Alberto Rossini** (Direttore Programmi *MTV Italia*)
- **Fatma Ruffini** (Direttori Programmi, Sitcom, Format *Mediaset*)
- **Raffaele Sangiovanni** (Vice President Multicanalità e Brand Management *MTV Italia*)
- **Nicola Savino** (deejay, conduttore)
- **Giorgio Simonelli** (Università Cattolica, opinionista *Tv Talk*)
- **Cinzia Squadrone** (Responsabile Marketing Editoriale, *La7*)
- **Alessandro Zaccuri** (giornalista, scrittore, conduttore *Il grande talk*)