



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO



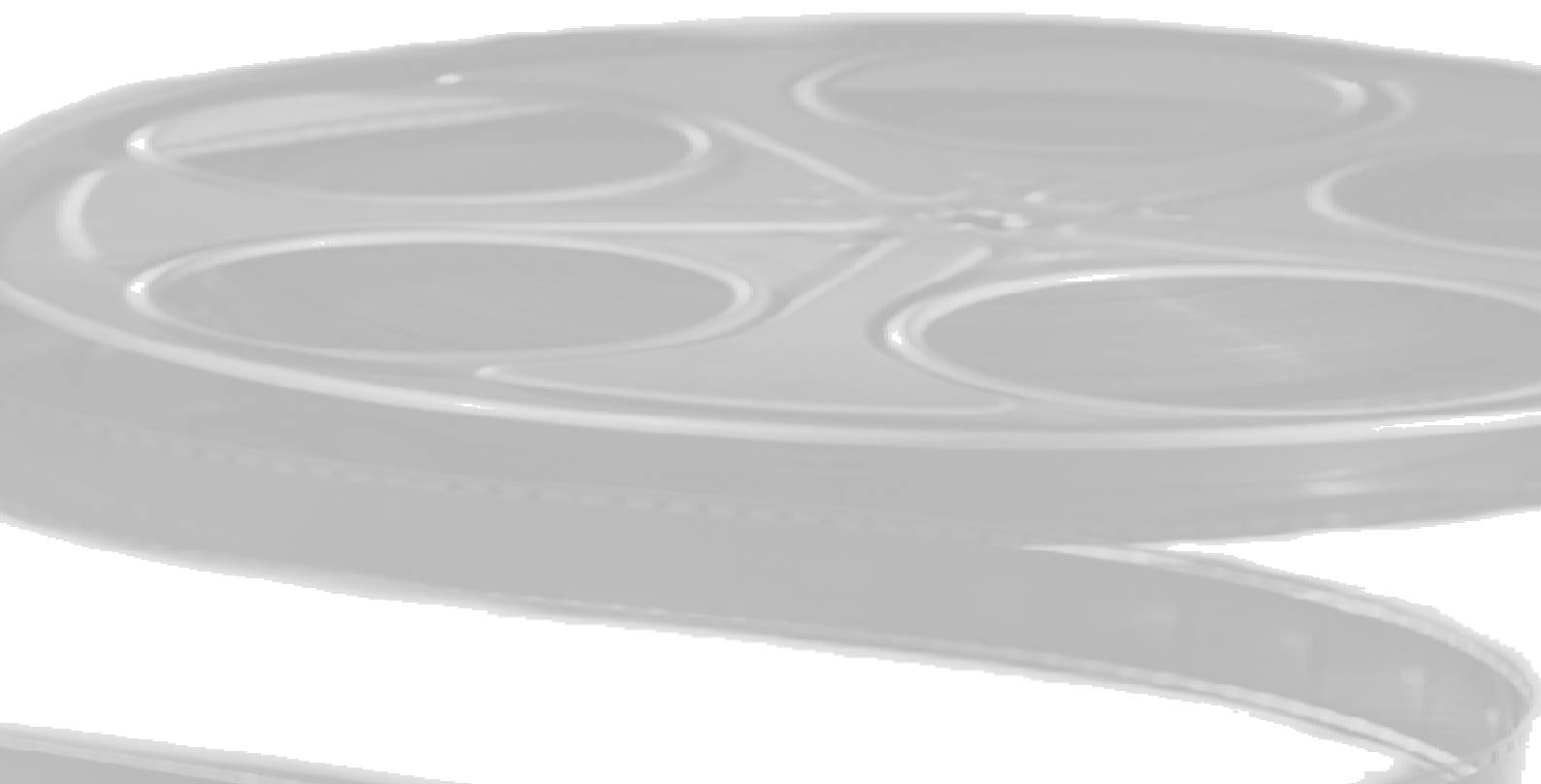
FACOLTA' DI SCIENZE
DELLA FORMAZIONE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO



**Master Universitario di 1° livello
per**

Analisti di produzione cinematografica e televisiva

ed. 2009



Contesto

Torino è da sempre città-laboratorio nei più svariati ambiti culturali e produttivi.

Ormai da diversi anni, grazie all'intraprendenza delle istituzioni e alla sensibilità degli enti locali, si pone come anticipatrice di una serie di percorsi professionali trasversali nel settore dell'audiovisivo e del sistema cinema.

Il Master per **Analisti di produzione cinematografica e televisiva** attiva sinergie operative tra università e partner territoriali e istituzionali al fine di favorire l'occupabilità dei neolaureati nel settore dell'audiovisivo e della produzione attraverso un percorso universitario di 1° livello altamente professionalizzante.

Il Master fornisce a giovani neolaureati - grazie a un **piano di studi** fortemente **caratterizzante** e adeguato alle nuove richieste dell'attuale mercato dell'audiovisivo - competenze approfondite su aspetti teorici, metodologie, contenuti e funzionamento del sistema di produzione a livello nazionale e internazionale.

L'approccio innovativo nella didattica si fonda sulla **trasversalità** tra diversi ambiti quali produzione, sceneggiatura, conservazione, analisi di fattibilità, gestione economico-finanziaria, marketing, strategie di produzione e investimento, utilizzo delle nuove tecnologie multimediali.

Il master, nato dall'iniziativa di docenti del Dipartimento DAMS della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Torino e della SAA - Scuola di Amministrazione Aziendale dell'Università degli Studi di Torino - è stato progettato con il contributo di docenti provenienti da importanti università nazionali (Università Cattolica Milano, Università degli Studi di Bologna), nonché specialisti ed esperti del settore del cinema/audiovisivo (Museo del Cinema di Torino, Film Commission Torino Piemonte, Film Commission Apulia).

E' caratterizzato da un percorso di studi assolutamente unico a livello nazionale che si pone l'obiettivo di fornire ai giovani neolaureati in discipline umanistiche, economiche, giuridiche, tecniche, una preparazione di carattere interdisciplinare che, supportata da un significativo periodo di **stage**, li formi ad operare con competenza e flessibilità nei **settori della produzione cinematografica e audiovisiva** per ricoprire ruoli anche diversi a seconda del background e degli interessi dei partecipanti.

La preparazione professionale conseguita dopo il master si contraddistingue per la forte interdisciplinarietà: gli studenti, infatti, oltre ad acquisire e/o consolidare solide basi nei settori scientifici disciplinari del cinema e dell'audiovisivo, maturano, nel corso dell'anno di formazione, competenze economico/gestionali e di produzione che li mettono nella condizione di effettuare valutazioni di fattibilità dei progetti, analisi di carattere finanziario ed economico per investire su progetti e prodotti di cui sono in grado di determinare e comprendere la portata dal punto di vista culturale e commerciale.

Bisogni formativi e figura professionale

Il percorso di Master è nato da una attenta analisi del panorama della produzione audiovisiva e dello stato dell'arte di questo settore a livello nazionale ed europeo e si ispira alla formazione di figure professionali già ampiamente diffuse nel mondo anglosassone e di cui oggi, anche in Italia, matura l'esigenza.

La figura professionale in uscita dal Master, che può definirsi come **commissioning editor** o **analista della produzione**, può agire in vari ambiti:

- **Case di produzione cinematografica e televisiva** - partecipa alle diverse fasi di produzione di un film, di un documentario o più in generale di un prodotto audiovisivo
- **Televisione** - è l'interfaccia tra la rete televisiva e le case di produzione indipendenti. Esplicita le linee guida per i nuovi programmi, riceve e valuta proposte di programmi, tra cui scegliere quelle da appaltare o co-produrre o acquistare, seguendone poi la fase realizzativa.
- **Istituti bancari e fondazioni** - è il referente che valuta le potenziali modalità di intervento dell'istituto di credito nell'ambito della promozione e/o della produzione di formati cinematografici e audiovisivi.
- **Impresa** - è il responsabile della valutazione della fattibilità e del carattere strategico di particolari formati audiovisivi (dai formati brevi ai supporti multimediali) riferiti alle attività della comunicazione d'impresa.
- **Enti istituzionali** - è la figura che valuta le potenzialità strategiche, economiche e culturali rappresentate dalle produzioni audiovisive in relazione alla mission dell'Ente locale o istituzionale rappresentato.

Oltre alle competenze specifiche riferite alla figura dell'analista di produzione, i partecipanti al Master sono preparati a svolgere attività affini, tra cui, ad esempio, lo script editor, l'assistente di produzione e, più in generale, a ricoprire tutte quelle funzioni che richiedono competenze specifiche nel processo produttivo riferito ai formati audiovisivi.

Contenuti formativi

I macro contenuti affrontati durante la formazione in aula vertono su:

- Analisi degli scenari audiovisivi e multimediali contemporanei (tendenze, tipologie dei prodotti, canali di diffusione)
- Modalità di indagine sugli ambiti e i meccanismi di fruizione dei vari formati audiovisivi
- Sistemi di valutazione delle potenzialità e l'efficacia di un progetto audiovisivo in relazione alle caratteristiche del pubblico e del mercato
- Valorizzazione commerciale e culturale dei prodotti nelle varie reti distributive

Il master è caratterizzato da un percorso formativo modulare (secondo lo schema che segue) e all'interno del quale saranno sviluppati i contenuti di dettaglio dei singoli insegnamenti:

MODULO	CFU	Struttura del credito		
		N. ore di lezione frontale	N. ore didattica alternativa	N. ore studio individuale
Introduzione ai contesti e alle strategie del panorama audiovisivo contemporaneo	10	75	25	150
Forme linguaggi e modelli dei prodotti audiovisivi	10	50	50	150
Analisi della sceneggiatura	10	50	50	150
Tecniche e processi produttivi di distribuzione	10	75	50	125
Nuove tecnologie e formati	9	75	50	100
Analisi economica e marketing strategico	6	50	25	75
Tirocinio	14			
Prova finale	6			
Totale	75	375	250	750

Metodologie didattiche

Il Master prevede differenti prassi formative, dalla lezione frontale ai lavori di gruppo, dalle conferenze con esperti, ai workshop, alle progettazioni simulate, ponendo particolare attenzione all'interattività tra docenti e studenti e all'utilizzo dei media digitali.

E' previsto un coordinamento didattico tra le aree e le discipline del Master, con tutor d'aula e l'erogazione costante di esercitazioni che permettano a ciascuno studente di configurare il proprio portfolio di analisi e progettazioni, utile per una valutazione modulare lungo tutto il percorso formativo, attraverso strumenti didattici complementari, centrati sulle caratteristiche e l'evoluzione dei contesti reali.

Le attività didattiche sono inoltre sviluppate con l'ausilio di:

- Case studies
- Workshop
- Esercitazioni di gruppo e role playing
- Project work
- Stage

Profilo dei docenti e Comitato Scientifico

Il corpo docente del Master è costituito da docenti universitari delle Università degli Studi di Torino, Università degli Studi di Bologna e Università Cattolica Sacro Cuore di Milano, da esperti nel campo dei linguaggi, dei prodotti e dei formati audiovisivi, professionisti di pluriennale e consolidata esperienza nell'ambito della produzione e della promozione dei prodotti audiovisivi.

Direttore del Master:

Prof. Giulia Carluccio – Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino

Comitato Scientifico del Master:

Giaime Alonge (Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino)

Alberto Barbera (Direttore Museo del Cinema Torino)

Valter Cantino (Facoltà di Economia - Università degli Studi di Torino)

Giampaolo Caprettini (Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino)

Giulia Carluccio (Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino)

Francesco Casetti (Facoltà di Lettere e Filosofia - Università Cattolica Sacro Cuore di Milano)

Stefano Della Casa (Presidente Film Commission Torino Piemonte)

Oscar Iarussi (Presidente Apulia Film Commission),

Liborio Termine (Facoltà di Lingue e Letterature straniere - Università degli Studi di Torino)

Michele Marangi (critico cinematografico esperto didattica degli audiovisivi)

Umberto Mosca (critico cinematografico - esperto didattica degli audiovisivi)

Peppino Ortoleva (Facoltà di Lettere e Filosofia - Università degli Studi di Torino)

Guglielmo Pescatore (Facoltà di Lettere e Filosofia - Università degli Studi di Bologna)

Franco Prono (Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino)

Silvia Sandrone (Direttore - Antenna Media Torino)

Federica Villa (Facoltà di Scienze della Formazione - Università degli Studi di Torino)

Destinatari e selezione

Il master, caratterizzato da una forte interdisciplinarietà e con lo sviluppo di diversi ruoli professionali, si rivolge a laureati (di I e II livello o laurea vecchio ordinamento) con formazione maturata in ambiti disciplinari diversi, non solo quindi specificatamente cinematografici, letterari, artistici, musicali e dello spettacolo, ma anche economici, giuridici, e di ingegneria del cinema.

Una prima selezione dei candidati avverrà sulla base dell'analisi dei **titoli** e del **curriculum vitae** e sarà effettuata dal Comitato Scientifico del Master.

I candidati ritenuti idonei saranno successivamente chiamati ad un **colloquio motivazionale**.

Struttura e durata

Il Master prevede una attività di formazione in aula con struttura modulare suddivisa per aree tematiche, per un impegno in aula di circa 40 ore settimanali per 5 mesi (marzo - settembre 2009)

La durata complessiva del master è **12 mesi** (comprensivi di formazione in aula, laboratori, workshop e stage) così strutturati:

625 ore di didattica (lezioni frontali, didattica alternativa, workshop di approfondimento)

350 ore di formazione in stage

150 ore di preparazione tesi finale

La frequenza al master consente l'acquisizione di **75 Crediti Formativi Universitari (CFU)**.

Arete tematiche

Di seguito vengono presentate le aree di studio che caratterizzano il Master.

I percorsi attivati all'interno di ciascuna area prevedono l'intreccio costante tra contributi teorici e contributi operativi, alternando le lezioni tenute da docenti universitari a quelle di esperti e professionisti dei vari settori che contribuiranno lavorando su specifici casi di studio.

A) INTRODUZIONE AI CONTESTI E ALLE STRATEGIE DEL PANORAMA AUDIOVISIVO CONTEMPORANEO -10 CFU -

Il modulo, propedeutico a tutto il percorso di master, offre una panoramica su contesti (es. televisione, cinema, documentario d'impresa), formati (lungometraggi, cortometraggi, clip, spot, ecc) e generi audiovisivi (fiction, documentari, prodotti informativi).

Le lezioni sono strutturate con percorsi di analisi e studio al fine di allineare le competenze in entrata e fornire gli strumenti introduttivi al corso per affrontare i moduli successivi, intrecciando due livelli complementari:

- a) gli elementi di base per la conoscenza e la valutazione dei linguaggi e delle forme narrative degli audiovisivi;
- b) le competenze utili ad affrontare gli aspetti economici, finanziari e legislativi inerenti alla produzione degli audiovisivi.

B) FORME, LINGUAGGI E MODELLI DEI PRODOTTI AUDIOVISIVI -10 CFU -

Obiettivo del modulo è lo studio campione di alcuni momenti della storia dell'audiovisivo in relazione al contesto produttivo e ricettivo: elementi di successo o fallimento di particolari prodotti (es. *Easy Rider* e *I cancelli del cielo*, *Un sogno lungo un giorno* e *Forrest Gump*; *Quelli della notte* e *Matrioska*; *Il grande fratello* e *La fattoria*); il successo, il declino e il rilancio di alcuni generi narrativi (es. il musical, il western, il noir).

Insegnamenti:

Teoria e tecnica della narrazione audiovisiva

Forme e stili del cinema contemporaneo

Forme seriali, di genere e standard produttivi

Ideazione e pianificazione realizzativa del cortometraggio e del documentario

Analisi di fattibilità: location e casting

C) ANALISI DELLA SCENEGGIATURA - 10 CFU -

Modelli e strutture del racconto per immagini: criteri per valutare le potenzialità e l'efficacia comunicativa di una sceneggiatura in relazione ai vari formati audiovisivi e alle loro specifiche finalità.

Insegnamenti:

Le fasi della sceneggiatura

Modelli e tipologie di scrittura

Tecniche di scrittura

Lettura e analisi di soggetti e sceneggiature

D) TECNICHE E PROCESSI PRODUTTIVI DI DISTRIBUZIONE - 10 CFU -

Modalità di indagine sugli ambiti e i meccanismi di fruizione, analisi delle audiences, studio dei target, efficacia dei formati rispetto agli obiettivi comunicativi.

Analisi dei formati più diffusi e rappresentativi, delle tendenze, delle tipologie dei prodotti e dei canali di diffusione.

Insegnamenti:

Teoria e tecnica della produzione cinematografica

Promozione e distribuzione cinematografica

Tecniche di analisi del mercato audiovisivo

Ufficio stampa per il cinema

Ruolo e funzioni della critica cinematografica

Product placement

Marketing del territorio

Analisi del pubblico e dei dati di consumo

E) NUOVE TECNOLOGIE E FORMATI - 9 CFU -

Percorso di definizione e valutazione delle nuove prassi comunicative espresse nei new media: potenzialità del web, l'universo dei videogame, i videoclip tra marketing e sperimentazione artistica.

Insegnamenti:

Teoria e tecnica della produzione digitale

Prodotti audiovisivi e web

Produzione video di promozione del territorio

Produzione videogame e videoclip musicali

Analisi della comunicazione pubblicitaria

F) ANALISI ECONOMICA E MARKETING STRATEGICO - 6 CFU -

Analisi e valutazione di fattibilità di un progetto:

- elementi di gestione economico-finanziaria di progetto
- gestione di budget
- business planning
- fund raising
- aspetti commerciali d'impresa

Definizione delle strategie per una diffusione mirata ed efficace dei vari prodotti audiovisivi. Implementazione delle competenze utili per costruire network sul piano finanziario, commerciale e culturale volti alla distribuzione dei prodotti stessi.

Costi e borse di studio

Il costo del master è di € 7.300¹ (pagabile in tre rate).

I partecipanti possono usufruire del **"prestito d'onore"** che consiste in un'apertura di credito messa a disposizione da Intesa-SanPaolo.

Al fine di favorire la frequenza ad alcuni corsi post- universitari, alcune Regioni bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti: si invitano gli studenti interessati a prendere contatto con gli enti regionali preposti.

I partner del master potranno mettere a disposizione eventuali borse di studio per studenti particolarmente meritevoli a parziale o totale copertura delle spese.

Valutazione finale e titolo conseguito

Al termine del master viene rilasciato il titolo di **Master Universitario di I livello dell'Università degli Studi di Torino in "Analista di produzione cinematografica e televisiva"**

Per conseguire il master sono necessari:

- la presenza ad almeno il 70% delle ore di lezione
- il superamento di tutti gli esami e delle verifiche previste. I docenti responsabili dei moduli definiscono le modalità di esame più adeguate rispetto ai contenuti e alle metodologie didattiche proposte nei singoli corsi. Tutti i moduli del Master, che comportano l'acquisizione di crediti, prevedono verifiche con voti in trentesimi.
- Svolgimento e completamento dello stage aziendale con tesi finale da parte del partecipante: al termine dello stage obbligatorio, lo studente stende il progetto di tesi di master realizzato all'interno della realtà di stage e con la supervisione di un tutor accademico. Il periodo di tirocinio dà diritto a **14 CFU** e il progetto finale, se valutato positivamente, a **6 CFU**.

Il Master consentirà di acquisire complessivamente **75 crediti formativi universitari (CFU)**.

I laureandi avranno diritto ad ottenere il Diploma di Master Universitario qualora si laureino entro e non oltre l'ultima sessione di laurea dell'a.a. 2007/08.

Le lezioni del Master si tengono presso la sede della SAA - Via Ventimiglia, 115 - 10126 Torino.

Alcune attività di laboratorio e workshop saranno svolte presso il Laboratorio Multimediale "G. Quazza" Facoltà di Scienze della Formazione - Via S. Ottavio, 20 - 10124 Torino

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI:

Coordinamento Master SAA

Dott. Damiano Cortese +3901163991

master.saa@unito.it - www.saa.unito.it

¹ Tale quota comprende la contribuzione destinata all'Amministrazione Centrale dell'Università degli Studi di Torino ai sensi del Regolamento Tasse e Contributi per l'a.a. 2008-2009.



Servizi agli studenti

La SAA è organizzata come un campus universitario dotato di numerosi servizi a disposizione di tutti gli studenti che frequentano i corsi.

Aule informatiche

Con **104 postazioni-studente** la SAA mette a disposizione degli studenti iscritti ai corsi aule e laboratori informatici, dotate di personal computer, accesso alla rete internet e stampanti a supporto delle lezioni svolte nel master (con orario di apertura anche serale).

Presso la scuola è disponibile la connessione wireless.

Centro Linguistico (Self Access Centre)

La SAA, nell'intento di promuovere tra i suoi studenti l'acquisizione di competenze linguistiche di elevato livello qualitativo, ha istituito al suo interno un **Centro Linguistico Multimediale** (SAC Self-Access Centre). Il centro è fornito di numerose risorse (libri, audiocassette, videocassette, DVD, CD-ROM, ecc) organizzate al fine di permettere agli utenti di apprendere in autonomia le lingue straniere, con l'assistenza di consulenti linguistici (gli Helper).

L'accesso al SAC è gratuito per tutti gli studenti iscritti ai corsi della SAA.

Presso la SAA è inoltre possibile sostenere corsi di preparazione per le seguenti certificazioni internazionali:

- TOEFL
- BEC
- First Certificate
- Diplomi D.E.L.F. e D.A.L.F (francese)
- DELE

Biblioteca

La biblioteca della SAA oltre ad un patrimonio di circa **30.000 volumi** raccoglie e conserva una vasta raccolta di letteratura grigia ovvero la letteratura non convenzionale composta da rapporti tecnici, documenti di discussione, lavori di atti di convegni e conferenze, alcune pubblicazioni ufficiali, pubblicazioni interne di autorità locali, enti o industrie che non possono essere acquistati attraverso i normali canali commerciali.

La biblioteca dispone di oltre **450 testate periodiche, italiane e straniere, di cui circa 250** in corso.

Circa la metà dei periodici è disponibile sia in forma cartacea che elettronica e può essere consultata dai computer posti in biblioteca a disposizione degli utenti.

Studenti e docenti SAA sono ammessi direttamente al prestito dei testi della biblioteca

Jobplacement

Il servizio di jobplacement che garantisce il diretto collegamento tra formazione universitaria e mondo del lavoro è gestito direttamente dalla scuola.

Per ogni studente iscritto a master che prevedono un periodo di tirocinio curriculare, il servizio jobplacement cura la valutazione delle offerte stage e la collocazione presso realtà aziendali e produttive in linea con il percorso formativo e con le inclinazioni e gli interessi degli studenti.

La SAA gestisce un database di oltre 160 aziende ed enti partner di stage.

Relazioni interuniversitarie

La SAA crea e mantiene contatti con Università partner in tutto il mondo concludendo accordi che prevedono la cooperazione a vari livelli, attraverso lo scambio di studenti e docenti, progetti di ricerca comuni e collaborazione didattica.

Oltre che in Italia, i diplomati SAA hanno l'opportunità di proseguire i propri studi all'estero, presso alcune Università inglesi, francesi o statunitensi, seguendo un percorso abbreviato e scegliendo tra un ventaglio di possibili destinazioni.



SAA: una storia di formazione e di eccellenza

La **SAA**, Scuola di Amministrazione Aziendale dell'Università degli Studi di Torino, viene promossa e fondata a Torino nel 1957 come **prima Business School in Italia** per iniziativa delle principali realtà economiche torinesi (Banca CRT, Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Torino, FIAT, Istituto Bancario San Paolo di Torino e Unione Industriale) e del mondo accademico.

Da sempre si caratterizza per la sua capacità di anticipare i cambiamenti e rappresentare un attivo **laboratorio** per la sperimentazione e lo sviluppo di metodologie innovative per la didattica universitaria e la formazione manageriale.

La SAA, radicata nel sistema universitario e in continuo confronto con le realtà istituzionali ed imprenditoriali a livello nazionale ed internazionale, si propone con un'offerta formativa che concilia un metodo rigoroso di sviluppo delle **competenze specialistiche** con l'acquisizione di **competenze trasversali** ponendo altresì attenzione allo **sviluppo individuale** e orientando i propri studenti verso percorsi di studio e di carriera a livello nazionale e internazionale.

La connotazione interdisciplinare della scuola si concretizza nella sua offerta formativa sia **undergraduate** che **postgraduate**.

I **master post graduate** di primo livello sono realizzati con l'obiettivo di accelerare l'ingresso nel mondo del lavoro degli studenti che provengono dalla laurea triennale e che desiderano completare il percorso formativo con una esperienza ad elevato contenuto "professionalizzante".

I master garantiscono per tutti gli iscritti elevate probabilità di assunzione grazie a una selezione in ingresso rigorosa e al coinvolgimento, già nella fase selettiva, dei partner aziendali che identificano gli studenti che inseriranno in stage e a cui garantiranno una borsa di studio.

Tutti i percorsi formativi SAA scaturiscono dalla collaborazione tra Dipartimenti universitari, Imprese, Enti istituzionali che contribuiscono alla definizione del profilo ideale degli allievi e forniscono docenti, metodologie e competenze tipiche di una formazione multidisciplinare e con una visione fortemente innovativa.

I partecipanti ai master sono coinvolti in processi di assessment, in percorsi di coaching volti al supporto delle competenze individuali e delle capacità relazionali, in seminari e workshop su tematiche trasversali quali il public speaking, il team building, la leadership, il business writing.

