



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO



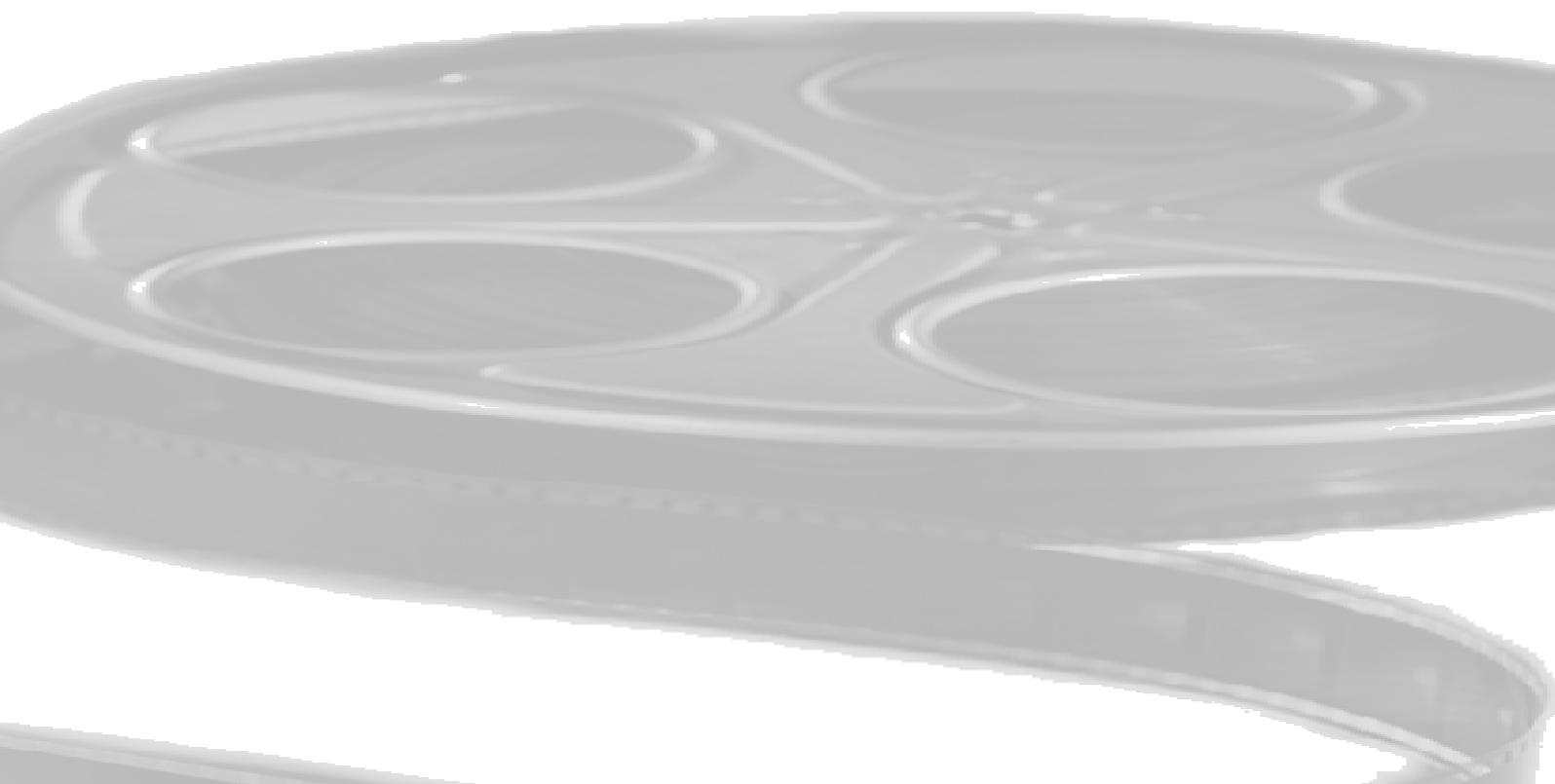
FACOLTA' DI SCIENZE  
DELLA FORMAZIONE  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO



**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			
<b>Totale</b>	<b>75</b>	<b>375</b>	<b>250</b>	<b>750</b>

## 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)**.

## Aree 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 € 7.300<sup>1</sup> (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](mailto:master.saa@unito.it) - [www.saa.unito.it](http://www.saa.unito.it)

---

<sup>1</sup> 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.

