

I FESTIVAL - rassegne musicali, tra industria e rapporto con la città

Data: 9 febbraio 2019 | Autore: Redazione



MASTER IN COMUNICAZIONE MUSICALE

Open lecture

I FESTIVAL – COME FUNZIONANO OGGI LE RASSEGNE MUSICALI, TRA INDUSTRIA E RAPPORTO CON LA CITTÀ

FILIPPO DEL CORNO - ASSESSORE ALLA CULTURA - COMUNE DI MILANO

LUCA DE GENNARO - HEAD OF TALENT & MUSIC - MTV/VH1 E

CURATORE ARTISTICO MILANO MUSIC WEEK

LUCA DI CATALDO - PRODUCTION & TOUR MANAGER - PONDEROSA

ELENA PANTERA - UFFICIO STAMPA - PANTAREI 3.0

MODERA GIANNI SIBILLA

DIRETTORE DIDATTICO MASTER IN COMUNICAZIONE MUSICALE

INGRESSO LIBERO FINO A ESAURIMENTO POSTI



Università Cattolica del Sacro Cuore



ALMED
ALTA SCUOLA IN MEDIA
COMUNICAZIONE E SPETTACOLO



Giovedì 5 settembre 2019
Via Carducci, 28 - Aula C012
Ore 17.30

MILANO, 2 SETTEMBRE - Giovedì 5 settembre alle ore 17.30 il Master in Comunicazione Musicale, promosso dall'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, organizza una open lecture sul tema "I FESTIVAL – come funzionano oggi le rassegne musicali, tra industria e rapporto con la città".

L'appuntamento è presso la sede di via Carducci, 28 (aula C012), ingresso libero fino ad esaurimento posti.

L'incontro, pensato per gli interessati al settore del music business, addetti ai lavori ed ex-studenti e rivolto ai futuri alunni del Master come introduzione al corso in partenza a novembre, sarà incentrato sui live, con particolare riferimento ai Festival e a come negli anni sono cambiati percezione e funzionamento. Si partirà dai grandi eventi per poi approfondire le rassegne musicali legate alle metropoli, che hanno la capacità di far lavorare insieme l'industria musicale e il sistema delle città.

La lezione sarà tenuta da tre docenti del master, esperti professionisti nel settore musicale: Luca De Gennaro (Head of Talent & Music MTV/VH1 - Curatore Artistico Milano Music Week), Elena Pantera (Ufficio Stampa Pantarei 3.0) e Luca Di Cataldo (Production & Tour Manager Ponderosa), che racconteranno rispettivamente l'aspetto artistico, comunicativo e produttivo dei Festival. Modererà l'incontro il direttore didattico del Master Gianni Sibilla e interverrà l'Assessore alla Cultura del Comune di Milano Filippo Del Corno, per parlare del lavoro nelle rassegne musicali da Piano City alla

Milano Music Week.

«In questi anni Milano ha sviluppato anche in ambito musicale nuovi formati di iniziative culturali diffuse nel territorio, con forme innovative di partecipazione e inclusione – dichiara l'Assessore alla Cultura Filippo Del Corno – Piano City o Milano Music Week sono degli straordinari strumenti per conoscere la città, valorizzare la filiera musicale della città e accompagnare positivamente la trasformazione culturale e sociale dei quartieri di Milano».

Il Master, promosso dall'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore presso la sede di Milano, è rivolto a laureati e laureandi di qualsiasi facoltà (e/o titolo equipollente, es. diplomati al conservatorio) che desiderano conoscere le dinamiche e le professioni della comunicazione nel mondo della musica, fornendo una visione d'insieme sul music business attraverso lezioni, laboratori, project work e stage.

«L'obiettivo di questo Master è quello di formare professionisti che abbiano non solo le competenze tecniche per comunicare la musica, ma soprattutto gli strumenti culturali per comprendere e gestire le implicazioni del profondo e continuo cambiamento del settore – racconta Gianni Sibilla, direttore didattico del Master – La nostra più grande soddisfazione è di avere contribuito a formare una nuova generazione di operatori della musica, professionisti che sono diventati bravi quanto e più dei loro docenti».

Confermandosi negli anni come il percorso più valido nella formazione alle professioni del settore musicale per la sua particolare attenzione all'aggiornamento e all'innovazione, Il Master in Comunicazione Musicale continua a formare a 360° i suoi studenti, portando in cattedra professionisti del settore, docenti universitari, artisti e un numero sempre maggiore di ex alunni del Master, chiamati a testimoniare e a tenere lezioni sulle case history delle aziende in cui ora lavorano.

«Il dialogo con il mondo delle imprese è un tratto distintivo dei percorsi di alta formazione di ALMED – spiega Mariagrazia Fanchi, direttrice ALMED – I risultati raggiunti negli anni dal Master in Comunicazione Musicale sono la prova della bontà di un modello che vede le imprese e l'accademia confrontarsi in modo costante sui contenuti, sui profili professionali, sulle hard e soft skill, sulle sfide che il mercato nazionale e internazionale lancia, formando una nuova generazione di professionisti capaci di promuovere l'innovazione e di guidare il cambiamento».

Il percorso prevede un periodo di stage finalizzato all'inserimento formativo dello studente nel mondo del lavoro, sia presso aziende convenzionate, con cui il Master ha maturato una consolidata collaborazione negli anni, sia presso nuove realtà, ricercate ogni anno in base all'andamento del mercato musicale. Le percentuali di placement si attestano tra il 66% e il 90% a soli sei mesi dal termine delle lezioni.

Quest'anno il termine per la presentazione delle domande di ammissione è fissato per il 14 ottobre, mentre i colloqui di selezione si svolgeranno il 24 e 25 ottobre. I candidati verranno valutati in base al voto di laurea, pertinenza del curriculum vitae e della tesi finale del corso e il colloquio motivazionale. Al termine delle procedure di ammissione verrà pubblicata sul sito di ALMED una graduatoria con la lista di ammessi e i candidati idonei ma non ammessi che verranno contattati in caso di rinunce. Le due borse di studio messe a disposizione dal Master saranno attribuite ai candidati con il punteggio più alto in graduatoria.

Strutturato in 1500 ore distribuite nell'anno accademico, il Master in Comunicazione Musicale è dedicato allo studio dell'industria della musica pop e al suo rapporto con il mondo della comunicazione e dei media. In 18 anni sono stati selezionati quasi 450 studenti, svolte oltre 7500 ore di lezione - incontri con gli operatori del settore, laboratori e lezioni sulla discografia, distribuzione,

promozione e marketing - e attivato quasi 450 stage.

Articolo scaricato da www.infooggi.it

<https://www.infooggi.it/articolo/i-festival-rassegne-musicali-tra-industria-e-rapporto-con-la-citta/115840>

