



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA, ARTIGIANATO, AGRICOLTURA
DI TRENTO



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO



Fondazione Lorisio di Rovereto

Master of Art and Culture Management

Gestione delle istituzioni
e degli eventi dell'arte e della cultura

19 novembre 2003

19 novembre 2004

In partnership con
Museo di Arte Moderna e Contemporanea
di Trento e Rovereto



Con il patrocinio di
Accademia Nazionale di Arte Drammatica
"Silvio D'Amico" - Roma

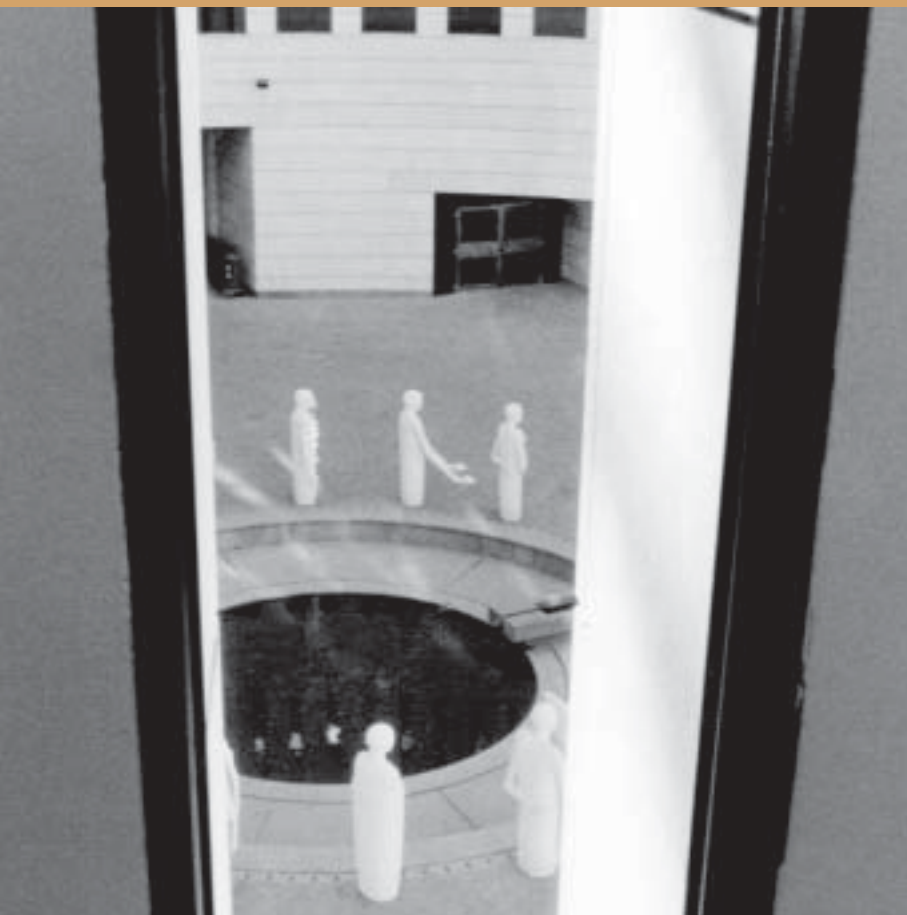
Con il sostegno di



Provincia Autonoma
di Trento



Comune di Rovereto



1	l'ambiente di apprendimento
2	a chi si rivolge il master
3	il contesto di riferimento
4	le competenze sviluppate
5	il metodo formativo
6	l'articolazione del percorso
7	i contenuti
13	la comunità dei docenti e la partnership
14	le modalità di adesione e di frequenza
16	i soci fondatori e le attività di tsm

tsm-Trento School of Management, Consorzio costituito dalla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Trento, dall'Università degli Studi di Trento e dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto, è una scuola di alta formazione per lo sviluppo di competenze manageriali innovative per la gestione di imprese, istituzioni e sistemi locali.

tsm è un ambiente di crescita, incontro e formazione, che supporta i percorsi di sviluppo delle persone in una prospettiva di life-long learning, la cui vocazione internazionale è garantita dalle partnership con Università, Istituzioni e aziende straniere che danno vita a

Relazioni con manager e docenti di importanti imprese e istituzioni nel mondo

Periodi di studio presso centri di studio e di ricerca

Placement in azienda

Visite e workshop con imprese, istituzioni e partner di rilevante interesse

La possibilità di studiare in Trentino, può diventare l'occasione per sperimentare una realtà che è un dinamico laboratorio economico e sociale, espressione di un ambiente ricco di servizi, attento alla crescita e al benessere delle persone che vi abitano e vi soggiornano, nonché storico crocevia di culture diverse. Trento conserva il fascino artistico ereditato nei secoli dall'incontro tra la cultura italiana e quella mitteleuropea, cui si affiancano gli attuali progetti di sviluppo in chiave moderna ed eco-compatibile.

Il Trentino si propone quindi come luogo ricco di stimoli culturali e artistici, grazie all'offerta di concerti, cinema, teatro, così come di possibilità di svago, prime fra tutte le attività sportive e all'aria aperta.

La sede del Master of Art and Culture Management è il MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto. La scelta della sede è quella di valorizzare la relazione tra teoria e prassi all'interno del percorso formativo e la collaborazione tra istituzioni che condividono il progetto di "laboratorio della formazione e della conoscenza".



In considerazione della particolare attenzione che **tsm** rivolge ai progetti di crescita individuali, i destinatari del Master of Art and Culture Management sono giovani laureati che

Mirano a svolgere la propria professione impegnandosi nella gestione innovativa delle istituzioni e degli eventi dell'arte e della cultura

Vogliono dotarsi di contenuti e metodi per lavorare in modo efficace all'interno dei processi economici contemporanei, valorizzando la relazione tra realtà locali e contesti globali

Desiderano integrare lo sviluppo di conoscenze culturali, metodologiche e tecnico-specialistiche in un ambiente di crescita che combina le esperienze di aula con quelle di ricerca e di stage in aziende nazionali e internazionali

Comprendono il valore delle azioni personalizzate di sostegno e tutorship in grado di favorire lo sviluppo di iniziative individuali nell'inserimento lavorativo



Negli ultimi anni, le persone destinano una quota sempre maggiore del proprio tempo e del reddito al consumo culturale, per un'augmentata esigenza di conoscenza e interpretazione della storia, della cultura e del presente al di fuori dei consueti canali di informazione. L'arte ha da sempre fornito chiavi di lettura inedite e originali sulla realtà, in grado di destabilizzare le visioni preconcepite e le informazioni standard dei mass media. E' possibile guardare alle organizzazioni culturali come a istituzioni capaci di tenere vivi i legami identitari all'interno delle comunità locali e di favorire al contempo lo sviluppo di una coscienza e di una civiltà planetaria.

Le applicazioni degli studi e delle discipline manageriali alla gestione delle istituzioni dell'arte e della cultura hanno conosciuto negli ultimi tempi un forte sviluppo in relazione all'esigenza di creare efficienza in organizzazioni che tradizionalmente avevano avuto un carattere prevalentemente conservativo e amministrativo: l'obiettivo prevalente è stato perciò di riordino economico-gestionale e molta strada rimane da fare per un effettivo processo di modernizzazione delle forme manageriali, attraverso la ricerca delle modalità di gestione più appropriate alle istituzioni dell'arte e della cultura. Le risorse culturali infatti, non si adattano probabilmente ad essere gestite con gli orientamenti e le prospettive di mercato proprie dell'economia classica perché, in quanto *beni posizionali*, sono solo parzialmente riproducibili e appropriabili e non si possono trattare secondo la pura logica della domanda e dell'offerta.



Il cambiamento nella gestione delle organizzazioni culturali, non più luoghi della conservazione e del ricordo, ma luoghi vivi in incessante interazione con i contesti locali e internazionali, necessita di figure professionali in grado di interpretarne e governarne l'evoluzione. Il Master of Art and Culture Management intende introdurre gli allievi alla complessità dei temi relativi al management delle istituzioni artistiche e culturali e ai cambiamenti avvenuti e tutt'ora in corso all'interno di tali organizzazioni.

Per inserirsi in maniera adeguata nel management delle istituzioni e degli eventi artistico-culturali, i partecipanti vengono messi in condizione di sviluppare competenze innovative particolarmente importanti, relative

Alla conoscenza dei caratteri distintivi dell'arte e della cultura e della loro fruizione sociale, culturale ed economica

Alla gestione dei processi economico-finanziari delle istituzioni dell'arte e della cultura

Alla progettazione di iniziative promozionali tra i diversi soggetti coinvolti nella definizione di forme d'offerta culturale e turistica

All'integrazione delle forme d'offerta nel circuito della fruizione dell'arte e della cultura e dello scambio turistico, con riguardo particolare alla commercializzazione in rete

Alla partecipazione alla rete delle relazioni professionali (rapporti con capi, colleghi, clienti interni ed esterni, fornitori) e al gioco di costruzione dell'organizzazione nelle diverse situazioni di lavoro

All'inserimento nei processi organizzativi e gestionali, portando elementi di innovazione ed esprimendo una cultura del lavoro in sintonia con le esigenze aziendali emergenti



tsm ha scelto di lavorare con un gruppo di 30 laureati per realizzare un percorso formativo denso di incontro e scambio nel quale l'allievo si misura con se stesso, con il gruppo, con le diverse discipline e con il lavoro, lo studio, la ricerca, lo stage in azienda.

All'interno del Master l'attenzione sarà pertanto riservata all'individuo quale soggetto della formazione e alla valorizzazione del rapporto tra docenti e studenti attraverso un metodo formativo "attivo", che si basa su più strategie didattiche, quali

Le azioni di sostegno individuali

Il metodo RBL - Research Based Learning

Il placement in azienda

La valutazione

Le azioni di sostegno individuale

tsm riserva una particolare cura al coordinamento dei processi d'aula; all'initial, attività svolta in avvio delle azioni formative volta alla creazione del gruppo di apprendimento; alle attività di tutorship e di affiancamento che accompagnano l'intero processo di formazione con obiettivi di sostegno dei percorsi individuali; ai placement individualizzati; all'apprendimento in sottogruppi, basato su laboratori di studio e su attività di ricerca assistita; al supporto ai partecipanti nella definizione del proprio progetto professionale e personale fino all'orientamento al lavoro.

Il metodo RBL - Research Based Learning

L'apprendimento basato sulla ricerca RBL-Research Based Learning caratterizza il percorso mediante un lavoro di esplorazione che nasce da esigenze concrete espresse da una committenza. In questo modo si applicano ad una situazione reale gli apprendimenti teorici conseguiti in aula e ci si sperimenta direttamente sul campo, con dei risultati significativamente positivi dal punto di vista formativo. Lavorando in gruppo e dovendosi confrontare con un compito definito, infatti, gli allievi imparano a gestire le situazioni incerte e conflittuali e a negoziare in modo più efficace i progetti di sviluppo delle aziende.

Il placement in azienda

Lo stage in azienda, in Italia o all'estero, è parte integrante del percorso formativo e permette il raggiungimento di importanti obiettivi quali: la messa in pratica in un contesto aziendale dei contenuti specifici appresi in aula, l'acquisizione di competenze tecnico-professionali e trasversali attraverso l'inserimento in gruppi di lavoro appartenenti a culture diverse, il confrontarsi con un'esperienza personale legata al vivere e all'organizzarsi in un contesto diverso da quello di provenienza. **tsm** supporta gli allievi nella gestione del placement mediante la rete di aziende in Italia e all'estero con la quale i partner hanno sviluppato da anni relazioni di scambio, le docenze di esperti nell'area dell'orientamento e del trans-cultural management, la possibilità di consultare riviste specializzate presso il Centro Documentazione, le docenze di Information & Communication Technology per l'utilizzo evoluto di Internet e dei motori di ricerca; le docenze di lingua straniera per l'individuazione della terminologia necessaria per effettuare le ricerche in Internet, il supporto costante, in tutte le fasi della ricerca, del Servizio Placement di **tsm**.

La valutazione

La valutazione del processo e degli esiti dell'intero percorso formativo, si concentra in particolare nelle fasi intermedie e nella fase finale di verifica e di restituzione e riguarda le singole aree di contenuto così come la gestione del processo di apprendimento.

Si prevede inoltre la realizzazione di un paper conclusivo con caratteristiche di project work, finalizzato ad integrare gli apprendimenti per astrazione e quelli per immersione, discusso con una commissione rappresentativa dell'intero percorso del master.

7-8 novembre 2003	Selezioni
19 novembre 2003	Inizio del Master.
20 novembre - 19 dicembre 2003	Fondazione del gruppo e sviluppo delle capacità di self-management. Avvio delle aree didattiche principali.
12 gennaio - 31 maggio 2004	Svolgimento delle attività didattiche condotte dai docenti responsabili di area, da altri docenti universitari, da professionisti e manager di livello internazionale. All'interno del periodo saranno effettuate anche visite guidate, viaggi di studio, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali sui temi oggetto del master.
1 giugno - 23 luglio 2004	Seguendo il metodo RBL-Research Based Learning, gli allievi affronteranno un progetto di ricerca proposto da una o più istituzioni dell'arte e della cultura, che si concluderà con una presentazione dei risultati al committente.
16 agosto - 12 novembre 2004	Stage in Italia o all'estero
19 novembre 2004	Discussione e valutazione dei project work e del programma di formazione.



Molti fenomeni considerati separatamente anche dagli apparati disciplinari di diversi orientamenti scientifici e di ricerca, tendono oggi a confluire in prospettive transdisciplinari sia per l'analisi che per l'intervento organizzativo.

Il master si articola in cinque ambiti disciplinari di riferimento, quali

l'economia

la psicologia

l'antropologia

la governance

il linguaggio e la comunicazione

In questo modo i partecipanti si confronteranno con i temi dell'incertezza, della rilevanza della soggettività nei processi di gestione e del valore che assume la conoscenza nella società del simbolico.

Tutte le aree formative, presiedute da un Responsabile d'Area, saranno arricchite dall'intervento in aula di manager di istituzioni artistiche e culturali europee nonché di esperti e docenti provenienti da università e centri di ricerca.

Da queste aree scaturiscono, in una prospettiva interdisciplinare, i contenuti e i metodi di organizzazione e management che caratterizzano il percorso.

Economia, istituzioni e gestione

Responsabile d'area: **Pier Luigi Sacco**

Docente di Economia dell'arte, Istituto Universitario di Architettura, Venezia

Verranno affrontati i temi collegati all'Economia e al Management della cultura e dell'arte studiando l'evoluzione delle organizzazioni culturali, le forme organizzative emergenti e le caratteristiche economiche e giuridiche dei beni culturali; verranno presentati i criteri e i processi per la conservazione e valorizzazione del bene culturale e gli orientamenti per individuarne i caratteri potenziali.

Saranno presentate le caratteristiche dei processi di produzione peculiari al mondo dell'arte e della cultura, quali teatri, musei, festival, eventi e manifestazioni.

Si lavorerà, inoltre, attorno al tema del fund raising: verranno presentati gli aspetti giuridici e quelli fiscali delle istituzioni dell'arte e della cultura e si rifletterà attorno alle politiche e alle strategie di attivazione di risorse economico-finanziarie. Verrà analizzato il ruolo del sostegno pubblico nel settore della cultura.

Economia e management dell'arte e della cultura

Network management

Gestione economico - finanziaria

Analisi ed evoluzione delle organizzazioni culturali

Analisi delle caratteristiche dei beni artistico - culturali

Criteri e processi di valorizzazione dei beni artistico - culturali

Fund raising: aspetti giuridici e fiscali/politiche e strategie di attivazione dei fondi

Scienze della mente e gestione delle istituzioni dell'arte e della cultura

Responsabile d'area: **Ugo Morelli**

tsm-Trento School of Management

In quest'area verranno approfonditi i temi relativi al senso e al significato dell'arte e della cultura. I processi cognitivi ed emotivi della percezione e fruizione estetica rappresentano uno dei campi di applicazione più significativi delle scienze della cognizione: i risultati degli studi più avanzati in questo campo diverranno perciò tema di formazione nel master. Un altro aspetto importante di quest'area formativa riguarda lo studio delle preferenze, dei processi decisionali e delle scelte nei comportamenti dei fruitori e nel processo di fruizione dei patrimoni e degli eventi artistico-culturali. L'apprendimento e l'educazione nella gestione delle istituzioni e degli eventi è l'ultimo aspetto considerato e approfondito in quest'ambito disciplinare.

Scienze della cognizione e modelli mentali

Sense making e computing nei processi di percezione dell'arte e della cultura

Analisi delle preferenze e delle scelte dei consumatori

Processi di apprendimento e processi educativi nell'arte e nella cultura

Analisi e valutazione della soddisfazione nei processi di fruizione

Marketing e strategie degli eventi e delle istituzioni dell'arte e della cultura

Responsabile d'area: **Umberto Martini**

Docente di Economia e Gestione delle Imprese, Università degli Studi di Trento

Gli allievi saranno introdotti agli elementi fondamentali del marketing e della comunicazione nel campo dell'arte e della cultura e agli strumenti per l'analisi dei processi di scambio tra istituzioni culturali e mercati di riferimento. Il service marketing costituirà un ulteriore momento di studio ed analisi. Verranno proposti i metodi per definire strategie di interazione con le comunità di fruitori e azioni educative applicabili alle istituzioni culturali. Si rifletterà, inoltre, sul binomio comunicazione/educazione.

Elementi di marketing e di comunicazione
I processi di scambio
Le strategie
Service marketing
Strategie di interazione con le comunità di fruitori
Azioni educative per le istituzioni dell'arte e della cultura

Progettazione, gestione e comunicazione di eventi

Responsabile d'area: **Francesco Di Cesare**

Docente di Marketing delle Imprese Turistiche, Università Ca' Foscari, Venezia

Verranno presentati e approfonditi metodi di promozione, comunicazione e valorizzazione di beni e patrimoni artistici e culturali. Saranno affrontati gli approcci e le tecniche di commercializzazione degli eventi e dell'offerta artistico-culturale. Saranno, inoltre, approfondite le strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media.

Il project management è un ambito strategico che verrà approfondito e che consentirà di mettere a fuoco alcune prospettive di marketing culturale per la definizione di azioni e progetti innovativi. Verranno, inoltre, individuate modalità e tecniche di progettazione, organizzazione e gestione di eventi.

Project management
Progettazione, organizzazione e gestione di eventi artistici e culturali
Strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media
Valorizzazione, promozione e commercializzazione dell'offerta artistico-culturale

Politica, governo e gestione dei processi di produzione della cultura

Responsabile d'area: **Francesco Giambrone**

Docente di Organizzazione dello Spettacolo, Università degli Studi di Palermo

Un'area di fondamentale interesse sarà quella del governo e della gestione delle istituzioni artistiche e culturali, di cui verranno presentati politiche, sviluppo di programmi e strategie. Si analizzeranno i rapporti interni alle istituzioni e quelli con l'esterno e la gestione delle interdipendenze tra soggetti e istituzioni coinvolti nei processi di scambio. Si lavorerà a mettere in luce la funzione sociale delle istituzioni

dell'arte e della cultura al fine di valorizzarla. La legislazione dei Beni Culturali costituisce un ulteriore ambito di studio, mentre uno spazio significativo sarà attribuito all'analisi delle dimensioni e delle caratteristiche del terzo settore.

Governo e gestione delle istituzioni dell'arte e della cultura:
politiche, programmi, strategie
Relazioni interne e rapporti con l'esterno
Interdipendenze istituzioni/soggetti esterni
Funzione sociale delle istituzioni artistiche e culturali
Legislazione dei Beni Culturali
Dimensioni e caratteristiche del terzo settore

Pianificazione e controllo

Responsabile d'area: **Paolo Collini**

Docente di Economia aziendale e Analisi e contabilità dei costi,
Università degli Studi di Trento

L'organizzazione e la gestione dell'attività ordinaria e delle iniziative degli eventi culturali necessita di una ridefinizione approfondita in particolare per quanto riguarda la pianificazione e il controllo economico-finanziario. I metodi e gli strumenti propri di quest'area di ricerca e applicazione dell'economia possono fornire importanti vie di sviluppo dei modelli di gestione delle istituzioni e degli eventi culturali. Di particolare rilievo è il loro collegamento con le strategie e l'organizzazione.

Strategie delle istituzioni dell'arte e della cultura
Programmazione e gestione degli eventi
Pianificazione economico-finanziaria
Valutazione e controllo

Analisi evolutiva dei contesti e dei processi culturali.

Complessità e cultura

Responsabile d'area: **Telmo Pievani**

Docente di Epistemologia Genetica, Università Bicocca, Milano

L'evoluzione della civiltà contemporanea e i processi di planetarizzazione della cultura sono la nuova cornice in cui si sviluppano le iniziative delle istituzioni e gli eventi culturali. E' di particolare rilevanza approfondire questi processi nella loro dimensione micro e macro e considerare il rapporto tra evento e contesto in una prospettiva evolutiva. L'area mira a creare le condizioni per un'epistemologia evolutiva delle culture e a interpretare le iniziative e gli artefatti artistici e culturali all'interno di una dinamica complessa che è propria delle società contemporanee.

Epistemologia evolutiva e cultura
Il processo di omizzazione tra artefatti, simboli e cultura
Adattamento ed exattamento nell'evoluzione culturale umana
Storia evolutiva e giacimenti culturali

Antropologia ed economia del simbolico

Responsabile d'area: **Marco Aime**

Docente di Antropologia Culturale, Università degli Studi di Genova

Si rifletterà sulla natura e sulle funzioni antropologiche dell'arte e della cultura. Sarà dato spazio all'analisi dei rapporti con il territorio, ponendo al centro il disegno urbano, le reti culturali e i distretti dell'arte. Saranno presentati i metodi e gli strumenti dell'etnografia per analizzare e valorizzare il rapporto tra istituzioni artistiche e culturali e il contesto.

Gli allievi potranno riflettere sul senso e sul significato dell'estetica nelle società contemporanee. Verranno presentate le modalità di gestione di imprese di servizi centrate sull'immateriale e sull'intangibile. Al centro dell'attenzione sarà posta la ridefinizione della funzione dei simboli della cultura e dell'arte nella civiltà planetaria e le relative conseguenze per le istituzioni dell'arte e della cultura. Si rifletterà sul rapporto tra organizzazioni artistiche e culturali da un parte e società dall'altra e sui processi di dematerializzazione nell'economia dei servizi e della cultura.

Saranno dati cenni di storia dell'Arte Moderna e Contemporanea al fine di creare un quadro di riferimento solido negli allievi.

Natura e funzioni antropologiche dell'arte e della cultura
Rapporto arte-cultura/territorio/contesto
Il disegno urbano, le reti culturali, i distretti dell'arte
Metodi e strumenti dell'etnografia
L'erogazione di servizi centrati sull'immateriale e l'intangibile
La funzione del simbolo della cultura e dell'arte
Rapporto organizzazioni artistiche e culturali/società
Processi di dematerializzazione nella service economy e nell'economia della cultura
Storia dell'arte moderna e contemporanea

ICT, arte, cultura e comunità di fruitori

Responsabile d'area: **Maurizio Forte**

Primo Ricercatore, Istituto per le Tecnologie Applicate ai Beni Culturali del CNR, Roma

Si studieranno i sistemi informativi e le possibili applicazioni delle nuove tecnologie per la costruzione di comunità virtuali e per l'individuazione di più ampie comunità di fruitori, ponendo particolare attenzione sulla fruizione interattiva e su quella remota dei beni artistici e culturali. Verranno inoltre presentate le tecniche più evolute di animazione virtuale relative all'arte e alla cultura e quelle per facilitare l'apprendimento attraverso la rete. Un ulteriore ambito che verrà scandagliato è quello della creazione di possibili azioni educative realizzate mediante le Information and Communication Technology applicate ai beni artistici e culturali.

Sistemi informativi
ICT per la costruzione di comunità virtuali di fruitori
Fruizione interattiva e fruizione remota dei beni artistici e culturali
Animazione virtuale applicata all'arte e alla cultura
Azioni educative create mediante l'applicazione di ICT a beni ed eventi artistico-culturali

Strategie e organizzazione delle istituzioni dell'arte e della cultura

Responsabile d'area: **Bruno Bernardi**

Docente di Economia Aziendale, Università Ca' Foscari, Venezia

L'area affronta i diversi orientamenti degli studi strategici e organizzativi per la gestione delle istituzioni pubbliche e non che si occupano di arte e cultura. In particolare verranno presi in considerazione i diversi approcci alla formulazione delle strategie e i relativi modelli organizzativi a cui è possibile fare riferimento per la direzione e la gestione di queste istituzioni. Lo scopo è quello di sviluppare competenze in grado di attivare una direzione strategica delle istituzioni artistiche e culturali.

Modelli e metodi di strategie e organizzazione aziendale
Economia e istituzioni
Valutazione di efficienza ed efficacia delle azioni organizzative

Risorse umane e sviluppo organizzativo

Responsabile d'area: **Giuseppe Varchetta**

Docente di Sviluppo Organizzativo, Università Bicocca, Milano

L'attenzione verrà posta sulla valorizzazione delle risorse umane all'interno delle organizzazioni artistiche e culturali, mettendo a fuoco le relazioni interne all'azienda e le possibilità collegate al team working. Saranno presentate alcune teorie organizzative e i processi organizzativi soggetto/gruppo/organizzazione. Gli allievi verranno introdotti ai temi del self management, del decision making e della negoziazione. Si lavorerà attorno alla comunicazione e al sense making nelle istituzioni. Si ragionerà, inoltre, attorno alle questioni di genere all'interno delle organizzazioni e al ruolo dell'autorità e delle diverse forme di esercizio del potere.

Teorie organizzative
Metodi per la valorizzazione delle risorse umane all'interno delle istituzioni dell'arte e della cultura
Gestione del personale, valutazione e remunerazione
Processi organizzativi soggetto/gruppo/organizzazione
Self management e team working
Decision making
Negoziazione
Sense making
Il genere nelle organizzazioni
Autorità e leadership

Linguaggi e comunicazione nell'arte e nella cultura

Responsabile d'area: **Felice Cimatti**

Docente di Filosofia della Mente, Università della Calabria

L'area pone l'attenzione sul linguaggio e alla sua funzione nella creazione di senso e significato nelle comunità sociali contemporanee. L'arte e la cultura vengono così collocate nel più ampio processo simbolico che caratterizza e distingue l'agire comunicativo umano.

Linguaggio, comunicazione e costruzione di significati condivisi
Arte, estetica e agire sociale
Senso e significato dell'estetica nella società contemporanea
Conoscenza e sense making nelle società contemporanee
Linguaggi locali e significati condivisi: il ruolo dell'arte e della cultura

Il metodo formativo è reso efficace grazie a team di lavoro formati da esperti con significative esperienze nella formazione che permettono di presidiare tutti i processi legati ai percorsi di apprendimento.

La scelta dei docenti che collaborano con tsm è legata al mantenimento dell'equilibrio tra l'interesse e la rilevanza scientifica e quella professionale e applicativa. Vengono così attivati contesti di apprendimento differenziati affidati a:

Direttore, responsabile dell'iniziativa formativa, coordina l'azione dei singoli docenti curando in particolar modo l'integrazione tra i diversi contenuti e il disegno complessivo del percorso.

Docente, responsabile d'area esperto nella disciplina di cui si occupa, cura in particolar modo la qualità dei contenuti della didattica e il rapporto con i docenti che intervengono nell'area di competenza e i partecipanti alle iniziative formative.

Testimone, manager di azienda che porta in aula le competenze organizzative e le dimensioni professionali del lavoro

Tutor, responsabile del gruppo di apprendimento, cura il rapporto tra i docenti e i partecipanti occupandosi dell'assistenza dell'intero percorso, degli ambienti, dei materiali e dei supporti didattici.

Direttore del Master: Prof. Ugo Morelli

Componente del Comitato Scientifico, Direttore di progetti e docente di Scienze Organizzative presso tsm. E' stato per vent'anni Responsabile Scientifico dell'attività formativa dell'Accademia di Commercio e Turismo di Trento. Sviluppa programmi di ricerca sull'apprendimento, il lavoro organizzato e i conflitti.

Tutor del Master: Dott.ssa Gabriella De Fino

Responsabile di programmi di formazione in Accademia di Commercio e Turismo di Trento nell'ambito dell'arte, della cultura e del turismo.

Comitato di Direzione:

Gabriella Belli, Direttrice del MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto

Francesco Giambone, Docente di Organizzazione dello Spettacolo, Università degli Studi di Palermo

Luca Nicolini, Direttore Festivalletteratura, Mantova

Ugo Morelli, Direttore del Master of Art and Culture Management

Luigi Maria Musati, Direttore Accademia Nazionale di Arte Drammatica "Silvio D'Amico", Roma

La partnership

Il MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto con l'inaugurazione della nuova sede è diventato uno dei centri di eccellenza nella produzione culturale a livello internazionale.

La realizzazione del Master of Art and Culture Management con il MART, rappresenta un tratto distintivo per entrambe le istituzioni e una scelta altamente caratterizzante il percorso formativo, rispetto alla possibilità di osservare i processi di gestione delle istituzioni artistiche e di sperimentare sul campo le attività di valorizzazione dell'arte e della cultura.

Partecipanti

Giovani in possesso di diploma di laurea fino a un massimo di 30 partecipanti.

Per partecipare alle selezioni i candidati devono inviare la domanda di ammissione al Master entro il **31 ottobre 2003** sull'apposito modulo.

L'ammissione al Master of Art and Culture Management avviene sulla base dei titoli e dei risultati conseguiti nelle prove di selezione, che si svolgeranno presso **tsm** nei giorni **7 e 8 novembre 2003** e impegnano ciascun candidato per una sola giornata.

Le prove di selezione consistono in:

un colloquio motivazionale individuale,

una prova scritta di verifica della conoscenza della lingua inglese,

un colloquio di gruppo.

Di particolare rilievo risultano la motivazione e l'orientamento dei candidati a sviluppare apprendimenti e competenze per il management delle istituzioni culturali.

Durata

19 novembre 2003 - 19 novembre 2004

8 mesi di formazione in aula e 3 mesi di stage in aziende italiane o internazionali.

Condizioni di frequenza

Il Master richiede un impegno a tempo pieno, con obbligo di frequenza sia per le attività in aula, sia per quelle in azienda.

Le attività formative in sede si svolgono dal lunedì al venerdì con orario 9.00-13.00 e 14.00-18.00. L'attestato di frequenza verrà rilasciato ai partecipanti che abbiano frequentato almeno il 70% delle lezioni in aula e il 50% delle fasi di stage e superato l'esame finale.

Sede

Il Master of Art and Culture Management si tiene presso la sede del MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, in Corso Bettini, a Rovereto.

Quota di partecipazione

La frequenza al Master è agevolata da finanziamenti dei partner di **tsm-Trento School of Management** e della Provincia Autonoma di Trento.



Rimane a carico dello studente una quota di **5.700,00 €** (IVA inclusa) che comprende il materiale didattico fornito, l'utilizzo individuale del laboratorio informatico e di una casella personale di posta elettronica, la consultazione e il prestito di materiali e testi della biblioteca.

I **versamenti** devono avvenire tramite bonifico bancario presso:

tsm-Trento School of Management

P. IVA 01782430225

Cassa Centrale delle Casse Rurali Trentine - Sede di Trento

C/C 115177

Via Segantini 5 - 38100 Trento

ABI 03599 - CAB 1800

I versamenti devono essere effettuati alle seguenti scadenze:

1° rata di 3.000,00 € all'atto dell'ammissione al Master

2° rata di 2.700,00 € entro il 30 maggio 2004

La quota dovrà essere pagata interamente anche in caso di ritiro dal corso e non sarà rimborsabile a nessun titolo.

Borse di studio

Per facilitare la frequenza al Master, **tsm** mette a disposizione:

- borse di studio da parte di enti e istituzioni sponsor dell'iniziativa
- ulteriori borse di studio sulla base dei criteri reddituali e patrimoniali adottati dall'Opera Universitaria di Trento.

L'erogazione delle borse di studio avverrà a conclusione del percorso formativo subordinata ad una regolare frequenza con profitto.

Per i partecipanti che svolgeranno lo stage in un Paese dell'Unione Europea è prevista la possibilità di una borsa di studio **Leonardo da Vinci** a parziale copertura delle spese di viaggio, vitto e alloggio.

Prestito d'Onore

Le Casse Rurali Trentine e la Cassa Centrale delle Casse Rurali Trentine - BCC Nordest SpA, mettono a disposizione, su richiesta, un "Prestito d'Onore" a fronte delle necessità finanziarie legate alla partecipazione al Master.

Ulteriori servizi offerti

Gli studenti iscritti possono accedere ai Servizi erogati dall'Opera Universitaria di Trento

Riserva: la Direzione della **tsm-Trento School of Management** si riserva la facoltà di apportare al piano di studi, alle condizioni di frequenza, ai requisiti per l'ammissione, all'organizzazione e al calendario del Corso ogni variazione che a suo giudizio dovesse risultare opportuna.



tsm-Trento School of Management nasce come Consorzio di istituzioni che trovano un forte tratto comune nell'impegno verso la valorizzazione del capitale sociale e nell'interesse alla promozione della conoscenza quale fattore strategico di sviluppo del sistema locale. La Camera di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura di Trento, l'Università degli Studi di Trento, la Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto condividono un patrimonio di know-how che, maturato nei rispettivi ambiti di attività, può essere fruttuosamente valorizzato in un progetto che risponde alla domanda di formazione, ricerca qualificata e specializzazione espressa dal sistema sociale, economico e imprenditoriale.

La **Camera di Commercio di Trento**, con la sua rete di relazioni nazionali e internazionali, è un soggetto privilegiato nell'individuazione della domanda di conoscenza e formazione proveniente dal tessuto socio-economico e, attraverso **tsm**, valorizza un'esperienza ventennale nella formazione manageriale e imprenditoriale e nella promozione di servizi innovativi a favore delle imprese e dello sviluppo locale svolta dall'Accademia Commercio e Turismo.

L'**Università degli Studi di Trento**, valorizza con questa iniziativa le proprie capacità di ricerca e conoscenza scientifica nel campo dell'economia applicata ai processi organizzativi delle aziende e delle istituzioni, nello studio delle dinamiche sociali più significative e nelle applicazioni delle diverse discipline.

La **Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto**, che per statuto persegue scopi di utilità sociale e di promozione dello sviluppo economico, partecipa al Consorzio perché ritiene strategico l'obiettivo di creare un centro di eccellenza per la formazione manageriale, che abbia respiro internazionale e che stimoli la crescita del sistema locale.

La Provincia Autonoma di Trento sostiene l'iniziativa poiché vede in essa un fondamentale supporto alle capacità competitive dell'intero territorio e il concretizzarsi di un riferimento non solo trentino, per la qualificazione del management delle imprese private e della Pubblica Amministrazione.

Le attività di tsm

tsm si occupa della ricerca relativa all'evoluzione del management in rapporto alle trasformazioni dell'economia e delle organizzazioni, all'analisi dello sviluppo delle competenze, allo sviluppo dei modelli e dei metodi della formazione e, in particolare, ai vincoli e alle possibilità di apprendimento nel corso della vita.

Tali azioni di ricerca si basano sulla consapevolezza dell'impossibilità di progettare e attuare attività di formazione senza conoscere il contesto economico, sociale e culturale con il quale si intende dialogare e prendono forma in attività di studio dei sistemi locali, delle competenze in uso, degli apprendimenti in atto e della loro possibilità di innovazione. Attraverso queste attività è possibile la sperimentazione della qualità e l'innovazione della didattica mettendole a fondamento delle azioni formative di **tsm**, strutturate nelle seguenti aree:

I Master per laureati

Gli Executive Master

La formazione per giovani diplomati

Il Programma di Formazione Continua per imprenditori e manager



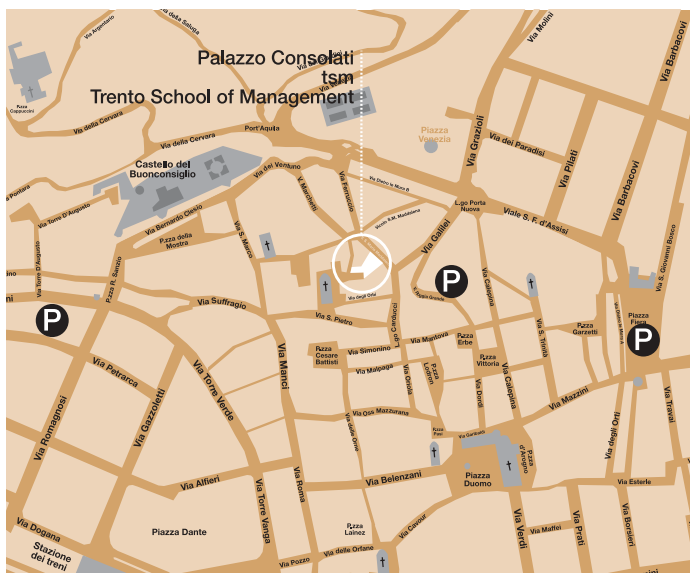
Sede di tsm è Palazzo Consolati, in Via S. Maria Maddalena 1, a Trento. Il palazzo venne eretto per volere del conte Simone Consolati verso la fine del Settecento ad opera dell'architetto Sebastiano Boni in stile neo-rinascimentale. La facile raggiungibilità, le dotazioni didattiche coerenti con gli obiettivi della Scuola e la funzionalità dell'edificio, ottenuta mediante un progetto di ristrutturazione ad hoc, fanno di Palazzo Consolati un contesto ideale per la formazione dei giovani.



La sede del Master of Art and Culture Management è il MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, in Corso Bettini, a Rovereto. La scelta della sede è quella di valorizzare la relazione tra teoria e prassi all'interno del percorso formativo e la collaborazione tra istituzioni che condividono il progetto di "laboratorio della formazione e della conoscenza".



Sede del Programma di Formazione Continua per Imprenditori e Manager è Villa Bortolazzi ad Acquaviva, sette chilometri a sud di Trento. L'ambientazione signorile, l'atmosfera raccolta e serena, la vicinanza alla città, il comodo parcheggio, i servizi di ristorazione di alto livello e le dotazioni didattiche, fanno di Villa Bortolazzi un ambiente ideale per la formazione di manager e imprenditori.





Palazzo Consolati
Via S. Maria Maddalena, 1 - 38100 Trento
Tel.: (+39) 0461 945 651 - 382 333
Fax: (+39) 0461 912 294

info@tsm.tn.it
www.tsm.tn.it



MASTER OF ART AND CULTURE MANAGEMENT

La scheda d'iscrizione può essere spedita a mezzo posta, fax, oppure può essere compilata online all'indirizzo www.tsm.tn.it e deve pervenire entro e non oltre il 31 ottobre 2003 a:

Spett. le tsm-Trento School of Management
Palazzo Consolati
Via S. Maria Maddalena 1 - 38100 Trento
tel. + 39 0461 945 651 - 382 333 fax + 39 0461 912 294
www.tsm.tn.it info@tsm.tn.it

Il sottoscritto

Nome _____ Cognome _____

chiede di essere ammesso alle selezioni del MASTER OF ART AND CULTURE MANAGEMENT

a tal fine dichiara di:

essere nato/a _____ Prov. _____

il _____

essere residente in via _____ n. _____

Comune _____ CAP _____ Prov. _____

Indicare solo se diverso dalla residenza
domicilio in via _____ n. _____

Comune _____ CAP _____ Prov. _____

Codice Fiscale _____

telefono _____ fax _____

e-mail _____ cellulare _____

di essere in possesso del titolo di studio _____

conseguito nell'anno _____

presso l'Università di _____

con votazione _____

titolo della tesi _____

di conoscere le seguenti lingue straniere:

Francese _____ Tedesco _____ Spagnolo _____ Inglese _____ Altro _____

Desidero segnalare le seguenti persone interessate ai Master di tsm:

Il sottoscritto dichiara di aver preso visione del presente modulo e di accettare interamente le sue condizioni e modalità. Autorizza altresì il trattamento dei dati personali ai fini della selezione e comunicazione in conformità all'art. 10 della Legge n. 675/96.

Data _____ Firma _____