



PROGRAMMA DEL CORSO

MODULI BASE – 19 h

I – LE ARTI DELLO SPETTACOLO: generi, stili e tecniche – 10 h

- Cenni di storia di popular music.
- Breve percorso attraverso i generi della musica dei nostri tempi: rock, pop, hip hop, reggae e generi nazionali. Discografia essenziale. Evoluzioni tecniche.
- L'intervista ai musicisti: teorie e tecniche.
- La preparazione, la strategia, l'etichetta. Cose da fare, cose da non fare.
- Cenni di storia della musica jazz.
- Dalle origini ai giorni nostri. Stili e protagonisti. Il jazz contemporaneo.
- Cenni di musica lirica e musica classica.
- Definizioni e ambito di analisi. Come si ascolta un pezzo lirico o classico. Cenni di storia.
- Cenni di storia del teatro.
- Cos'è il teatro? Teatro classico e teatro contemporaneo. Come si vede una pièce teatrale.

II - GLI EVENTI CULTURALI: tipologie e distretti – 2 h

- Tipologie di eventi culturali: spettacoli, esposizioni, concerti, rassegne e festival. Eventi espositivi: mostre, performance.
- Il distretto culturale: La filiera del lavoro nel campo delle attività culturali. Il distretto come "marketing del territorio". Esempi di distretti culturali. Il distretto culturale per la produzione creativa e multimediale.

III - LA COMUNICAZIONE: promozione e pubblicizzazione – 7 h

- Il piano di comunicazione dell'evento: il timing, la pianificazione dei media (radio, tv, carta stampata, web) dei contenuti (testi, programma, slogan, teiser) e dei materiali di veicolazione dei contenuti (manifesti, depliant, flyer, banner, ecc.).
- I progetti grafici e i servizi editoriali: redazione testi, logo e impaginazione, depliant, house organ, monografie istituzionali, manifesti, ecc.
- Il piano della promozione: il timing, la pianificazione e l'organizzazione della distribuzione dei materiali.

con il patrocinio di:



Città di Pescara



Provincia di Pescara



Città di Chieti



PROVINCIA CHIETI



ORDINE DEI GIORNALISTI
D'ABRUZZO

partner:





MODULI SPECIALISTICI – 89 h

PROMOZIONE E ORGANIZZAZIONE DI EVENTI CULTURALI

I – GLI ENTI CULTURALI : operare nel mondo degli eventi culturali – 6 h

- Il terzo settore e il ruolo dell'associazionismo.
- Come si costituisce un'associazione culturale, esempi di statuto e di progetti.
- Introduzione al management delle associazioni culturali.

II - LE NORME: leggi ed autorizzazioni – 6 h

- Legislazione delle attività culturali e dello spettacolo. Diritto d'autore e privacy.
- I rapporti con Enpals e Siae.
- Problematiche relative alla sicurezza, alle autorizzazioni e all'agibilità degli spazi per eventi pubblici.

III – L'ECONOMIA DELLA CULTURA – 11 h

- Finanziamenti europei e fondamenti di europrogettazione.
- Finanziamenti locali ed nazionali dedicati al settore.
- Fondi: gestione dei finanziamenti pubblici e privati. Politiche fiscali ed incentivi per l'agevolazione di iniziative culturali.
- Fund Raising e sponsoring: tecniche e strategie di fund-raising, accordi con partner, contratti con sponsor.
- Il piano economico-finanziario per la gestione di un evento (budget, preventivi e consuntivi, ottimizzazione risorse).
- Case History. Esercitazione.

IV – IL PROGETTO: dall'elaborazione alla realizzazione – 19 h

- Elaborazione progettuale: testo, contesto e marketing territoriale. Analisi di fattibilità. La scheda progetto.
- Il project management: il contenuto, la programmazione, il piano operativo, la pianificazione tempistica, il planning (diagramma di Gantt, grafico di esecuzione).
- L'organizzazione dell'evento: lo staff (artistico e tecnico), la gestione delle risorse umane, i fornitori, la location, la logistica, gli allestimenti, il servizio di hosting (accoglienza, assistenza, ricevimento, il catering, registrazione, transfer, runner, rooming list), la produzione (backline, service, coordinamento e gestione della segreteria dell'evento, gestione dei rapporti con relatori, artisti, partecipanti e sponsor).
- Marketing territoriale e culturale. Case History. Esercitazione.
- La valutazione dell'evento: monitoraggio, follow up e indagini qualitative.

V – LE ESPERIENZE – 3 h

- Narrazioni di esperienze: parlano i curatori di festival, concerti ed esposizioni.

GIORNALISMO CULTURALE

I – IL GIORNALISMO E I GIORNALISTI – 11 h

- Storia del giornalismo: Dalle origini alla fioritura liberale dell'Ottocento; Dal Risorgimento al Secondo Dopoguerra; La seconda metà del XX secolo e le nuove prospettive del giornalismo contemporaneo.
- Legislazione sulla professione: La costituzione e la libertà di stampa; La legge sulla stampa; La legge costitutiva dell'Ordine dei Giornalisti; Le leggi sull'editoria; Le leggi sull'emittenza radiotelevisiva.
- Diritto dell'informazione: Il codice penale e l'informazione; La diffamazione; Il diritto d'autore; La privacy; Cenni di procedura penale.

con il patrocinio di:



partner:





- Deontologia professionale: Gli obblighi deontologici stabiliti dalla legge; La Carta di Treviso e il Vademecum 95; La Carta dei doveri del giornalista; Il Codice deontologico; La pubblicità e l'informazione; Le carte deontologiche specialistiche; Il segreto professionale; La par condicio; Le sanzioni disciplinari.
- Il lavoro giornalistico: Il Contratto nazionale; La previdenza dei giornalisti; Gli organi di controllo della professione; Il ruolo del sindacato unico; L'organizzazione dell'industria editoriale.

II - TEORIA E TECNICHE DEL GIORNALISMO – 23 h

- Teoria del linguaggio giornalistico: Le regole del linguaggio giornalistico; Il giornale quotidiano: nomenclature e stili; I periodici; Le agenzie di stampa: storia, funzioni e linguaggio; La radio; La televisione; Il giornalismo on-line.
- Tecnica e pratica del giornalismo: La cronaca culturale: com'è, come si fa; I diversi tipi di cronaca; Tecniche del giornalismo culturale; La verifica delle fonti; Raccontare l'arte; L'ufficio stampa: teoria e tecniche; La comunicazione dell'evento culturale; La cultura sul web; Tecniche di disinformazione; Il linguaggio delle immagini.
- Lo scenario operativo dell'ufficio stampa: l'addetto stampa, i rapporti con gli organi d'informazione la conferenza stampa, il comunicato, la cartella stampa, il materiale d'archivio, il monitoraggio, la rassegna stampa, i redazionali, il newsmaking, gli inviti, le newsletter, il mailing, il sito, la comunicazione sul web, i social network, le iniziative promozionali.

III - IL GIORNALISMO E LA CULTURA – 10 h

- Il giornalista di domani.
- I meccanismi dell'informazione dietro le quinte.

MODULI PRATICI – 12 h

I - ESPERIENZA SUL CAMPO – 12 h

con il patrocinio di:



partner:

