

Master of Art and Culture Management

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

4a edizione

7 novembre 2006

15 dicembre 2007

In partnership con
MART 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



indice

- 1 l'ambiente di apprendimento
- 2 il contesto di riferimento
- 2 i destinatari e le competenze sviluppate
- 3 gli sbocchi professionali
- 4 il metodo formativo
- 5 l'articolazione del percorso
- 6 i contenuti
- 11 la comunità dei docenti
- 12 il team di lavoro
- 13 le partnership e le collaborazioni
- 14 le modalità di adesione e di frequenza
- 15 tsm-Trento School of Management

l'ambiente di apprendimento

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 che danno vita a:

Relazioni formative e applicative con manager e docenti di università, imprese e istituzioni nazionali e internazionali.

Viaggi studio ed incontri con rappresentanti di istituzioni nazionali ed internazionali.

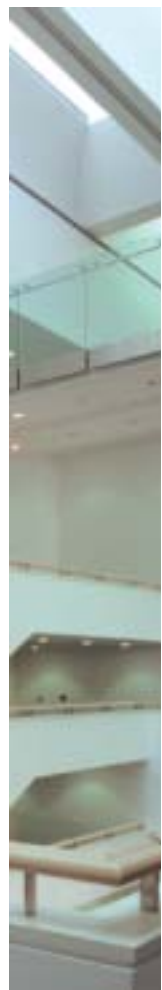
Esperienze di studio e ricerca presso organizzazioni e istituzioni orientate all'innovazione.

Stage in istituzioni ed aziende nazionali ed internazionali.

Visite e workshop con imprese e istituzioni partner.

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 con un'alta qualità dei servizi, attento alla crescita e al benessere delle persone che vi abitano e vi soggiornano, nonché storico crocevia di culture diverse. Trento e Rovereto conservano 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. Il **Master of Art and Culture Management** nella partnership con il MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, intende 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"**.



il contesto di riferimento

Nell'età dell'informazione assumono sempre maggiore rilevanza la conoscenza e la cultura e, in particolare, la dematerializzazione pone in evidenza la dimensione simbolica. L'attenzione delle persone è rivolta perciò, in modo anche inedito, all'esperienza culturale, per un'aumentata esigenza di conoscenza e interpretazione della storia, della cultura e del presente non solo attraverso i consueti canali di informazione. L'arte ha da sempre fornito chiavi di lettura originali della realtà, in grado di destabilizzare le visioni preconcepite e le informazioni standard dei mass media. In questo senso è 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, con un orientamento alla discontinuità e all'emancipazione.

Appare inoltre sempre più evidente come gli investimenti in arte e cultura rappresentino un importante motore di sviluppo sia nella prospettiva dei distretti culturali sia come fattori di innovazione e di integrazione sociale.

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 **Master of Art and Culture Management** si pone l'obiettivo di fornire agli allievi teorie, metodi e strumenti manageriali innovativi, adatti alla gestione delle istituzioni, dei patrimoni e degli eventi dell'arte e della cultura.

i destinatari e le competenze sviluppate

Il **Master of Art and Culture Management** intende formare fino a 35 laureati e laureandi per favorirne l'inserimento professionale nei processi di gestione delle istituzioni e degli eventi dell'arte e della cultura.

I partecipanti svilupperanno competenze per:

Utilizzare efficacemente linguaggi, patrimoni conoscitivi e di pensiero al fine di ideare, progettare e curare iniziative ed eventi culturali, istituzionali e territoriali.

Gestire i processi economico-finanziari delle istituzioni dell'arte e della cultura.

Progettare e sviluppare iniziative comunicative e promozionali nelle diverse forme di offerta culturale.

Creare e gestire reti per integrare e promuovere le forme d'offerta nel circuito della fruizione dell'arte e della cultura.

Sviluppare applicazioni di Information and Communication Technology (ICT) finalizzate alla valorizzazione e fruizione dei patrimoni e degli eventi artistici e culturali.

Inserirsi progettualmente nelle relazioni professionali (rapporti con capi, colleghi, fruitori) per contribuire alla costruzione dell'organizzazione nelle diverse situazioni di lavoro.

Inserirsi nei processi organizzativi e gestionali, con contributi innovativi, esprimendo una cultura del lavoro in sintonia con le esigenze istituzionali ed aziendali emergenti.

Approfondire le pratiche manageriali appropriate alle istituzioni e agli eventi dell'arte e della cultura mediante il metodo del laboratorio.



gli sbocchi professionali

Il **Master of Art and Culture Management** fornisce agli allievi competenze spendibili:

all'interno di **strutture private o pubbliche** dedite alla progettazione, gestione e promozione di eventi culturali, sportivi, artistici e musicali

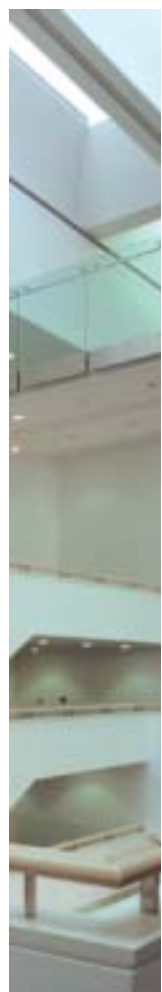
all'interno di **teatri, musei, fondazioni culturali** in ambito organizzativo e gestionale, promozionale e marketing, didattico e formativo

in **enti e istituzioni** che si occupano di ricerca e formazione in ambito artistico-culturale

nel **settore della comunicazione** all'interno di media (stampa, web, radio, tv) specializzati nella valorizzazione dell'arte e della cultura

in **società di consulenza** che si occupano della progettazione e realizzazione di iniziative di sviluppo tramite azioni di network culturali sul territorio

nella costituzione e la gestione di iniziative di **lavoro autonomo** nelle diverse aree di professionalità per la gestione e lo sviluppo di istituzioni e eventi culturali



il metodo formativo

L'attenzione rivolta ad ogni singolo partecipante e la valorizzazione del rapporto tra docenti e studenti si concretizza nella scelta di un metodo formativo articolato in più attività:

Azioni di sostegno e di orientamento

Docenze e testimonianze

Laboratori di area

Viaggi di studio nazionali e internazionali

Progetti di ricerca applicata (RBL-Research Based Learning)

Organizzazione di un evento

Stage in azienda

Valutazione

Azioni di sostegno e di orientamento

tsm riserva una particolare cura al coordinamento dei processi d'aula attraverso:

- l'initial, attività svolta in avvio dell'azione formativa volta alla creazione del gruppo di apprendimento
- la tutorship, che accompagna l'intero processo di formazione con l'obiettivo di sostenere il percorso individuale
- il supporto ai partecipanti nella definizione del progetto professionale
- l'orientamento al lavoro.

Docenze e testimonianze

Le aree didattiche, curate direttamente dai Responsabili d'Area, saranno arricchite e valorizzate dal contributo di altri docenti universitari, esperti, consulenti e manager italiani e stranieri.

Laboratori di area

I contenuti delle aree didattiche saranno arricchiti da attività trasversali di laboratorio, nelle quali gli allievi si impegneranno, individualmente o in gruppo, nella realizzazione di progetti, report e ricerche, sperimentando attività fondamentali per lo sviluppo di capacità manageriali. I laboratori saranno organizzati facendo interagire fra loro le diverse aree didattiche, al fine di facilitare il confronto e il dialogo.

Viaggi di studio nazionali e internazionali

Le visite guidate presso istituzioni artistiche e culturali, nonché la partecipazione a eventi, convegni e seminari di settore, completano le esperienze di apprendimento degli allievi, prevedendo una fase preparatoria in aula, l'accompagnamento da parte di un docente responsabile dell'iniziativa e l'incontro in loco con manager e responsabili delle strutture visitate. Nelle edizioni precedenti i viaggi di studio sono stati realizzati a Barcellona, Berlino, Stoccolma.

Progetti di ricerca applicata

L'apprendimento basato sul metodo RBL-Research Based Learning caratterizza il percorso mediante un lavoro di ricerca-intervento sul campo, che nasce da esigenze concrete espresse da una committenza. In questo modo gli studenti applicano ad una situazione reale gli apprendimenti teorici conseguiti in aula sperimentandosi direttamente sul campo. Lavorando in gruppo e dovendosi confrontare con un compito definito, infatti, gli allievi imparano a gestire le situazioni incerte e conflittuali, a negoziare in modo più efficace i progetti di sviluppo delle aziende, a definire i contenuti progettuali.

Organizzazione di un evento

Al fine di creare un'opportunità di connessione fra teoria e pratica gli allievi verranno assistiti nella realizzazione di un compito: organizzare e gestire la quarta edizione di un evento culturale di particolare rilevanza intorno alla complessità dei processi culturali contemporanei, confrontandosi in tal modo con i vincoli e le possibilità propri del processo organizzativo di un evento.

Stage in azienda

Lo stage in azienda, in Italia o all'estero, è parte integrante del percorso formativo e permette di mettere in pratica, in un contesto organizzativo, i contenuti teorici appresi in aula. Inoltre consente l'acquisizione di competenze tecnico-professionali e trasversali attraverso l'inserimento in gruppi di lavoro appartenenti a culture diverse e fornisce la possibilità di 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, le docenze di esperti nell'area dell'orientamento e del trans-cultural management, le docenze di Information & Communication Technology per l'utilizzo evoluto di Internet e dei motori di ricerca e il supporto costante, in tutte le fasi della ricerca, del Network Manager.

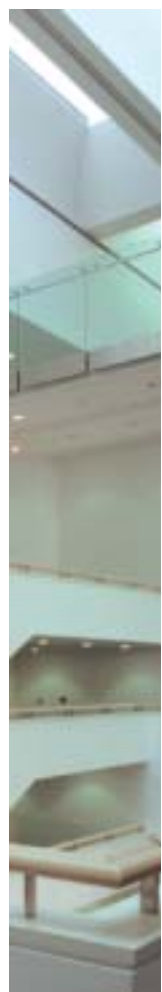
Valutazione

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 Project Work conclusivo, finalizzato ad integrare gli apprendimenti per astrazione e quelli per immersione, discusso con la Commissione di Valutazione composta da studiosi e specialisti rappresentativi dell'intero percorso del Master.



l'articolazione del percorso

10-13 ottobre 2006	Selezioni
7 novembre 2006	Seminario di apertura del Master
8 novembre - 16 dicembre 2006	Fondazione del gruppo e sviluppo delle capacità di self-management Avvio delle aree didattiche principali
8 gennaio - 27 aprile 2007	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 effettuati laboratori, visite guidate, viaggi di studio nazionali e internazionali, esercitazioni, lavori di gruppo e individuali sui temi oggetto del Master
2 - 31 maggio 2007	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
1 giugno - 27 luglio 2007	Approfondimento specialistico dei contenuti delle aree didattiche e preparazione allo stage. Progettazione, promozione e gestione della quarta edizione dell'evento "Complessità"
3 settembre - 30 novembre 2007	Stage in Italia o all'estero e stesura del Project Work
10 - 15 dicembre 2007	Elaborazione delle esperienze di apprendimento in stage, restituzione delle verifiche realizzate durante l'intero percorso formativo, discussione e valutazione dei project work e del programma di formazione



i contenuti

Il **Master of Art and Culture Management** si articola in cinque ambiti di ricerca e applicazione:

l'economia
la governance
la psicologia
l'antropologia
il linguaggio e la comunicazione

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

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

Economia e gestione delle istituzioni e degli eventi dell'arte e della cultura

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

Prettore e Docente di Economia dell'arte, IUAV, Venezia

L'area formativa affronta i temi dell'economia e del management della cultura e dell'arte studiando l'evoluzione delle organizzazioni culturali, le forme organizzative emergenti e le caratteristiche economiche e territoriali 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. Particolare attenzione verrà riservata all'analisi dei distretti culturali e ai metodi per la loro gestione e il loro sviluppo.

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 presentandone gli aspetti giuridici e fiscali e analizzando il ruolo del sostegno pubblico nel settore culturale. Verranno sviluppate competenze per attivare una direzione strategica delle istituzioni artistiche e culturali.

Network management e distretti culturali

Economia e management dell'arte e della cultura

Analisi ed evoluzione delle organizzazioni culturali

Criteri e processi di valorizzazione dei beni artistico-culturali

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

Analisi delle caratteristiche distintive dei beni artistico-culturali e dei vincoli e delle possibilità della loro gestione

Scienze della mente, emozioni e cognizione nei processi di creazione e fruizione estetica

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 cognizione, 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 e di discussione. L'esperienza estetica verrà analizzata in modo transdisciplinare mediante gli approcci che vanno dalle neuroscienze alla psicologia del profondo. 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 è, inoltre, affrontato valorizzando le conoscenze e le applicazioni messe a punto dall'economia del simbolico e dalle ricerche psicologiche e sociali riguardo all'esperienza estetica. L'apprendimento e l'educazione nella gestione delle istituzioni e degli eventi rappresentano un ulteriore campo di ricerca e metodi applicativi dell'area.

Analisi delle preferenze e delle scelte dei fruitori

Scienze della cognizione e modelli evolutivi della mente

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

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

Economia cognitiva e decision making

Responsabile d'Area: **Massimo Egidi**

Docente di Economia cognitiva, Università degli Studi di Trento

L'evoluzione delle scienze economiche, in particolare mediante l'incontro interdisciplinare con le scienze della cognizione, sta generando recentemente una trasformazione significativa dello studio dei comportamenti e delle scelte in contesti di incertezza. Si stanno inoltre definendo importanti approfondimenti relativi all'interdipendenza tra dimensione razionale e dimensione emotiva dei comportamenti e delle scelte individuali e collettive. Tutti questi contributi risultano particolarmente rilevanti per la messa a punto di orientamenti, metodi e prassi manageriali nell'economia dematerializzata che caratterizza la società contemporanea. I comportamenti intraistituzionali e interistituzionali, nonché le scelte nel rapporto tra istituzioni artistico-culturali e ambiente, richiedono competenze manageriali innovative e aggiornate in base all'evoluzione che le stesse discipline economiche stanno sperimentando. L'obiettivo dell'area è lo sviluppo di apprendimenti concettuali, metodologici e applicativi dell'economia cognitiva applicata alle istituzioni e agli eventi dell'arte e della cultura.

Economia cognitiva e sperimentale

Comportamenti e processi di scelta

Apprendimento e dinamiche istituzionali

Limiti della razionalità e processi decisionali

Processi cooperativi e potere nelle istituzioni

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, sull'interdipendenza comunicazione/educazione e sulle possibili applicazioni nelle istituzioni e negli eventi dell'arte e della cultura.

Strategie

Processi di scambio

Service marketing

Elementi di marketing e di comunicazione

Strategie di interazione con le comunità di fruitori

Azioni educative per le istituzioni dell'arte e della cultura

Progettazione, gestione e comunicazione di eventi artistici e culturali

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 e approfondite le strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media. Si affronterà il project management per definire azioni e progetti innovativi nel marketing culturale e verranno individuate modalità e tecniche di progettazione, organizzazione e gestione di eventi.

Project management

Strategie di gestione delle relazioni pubbliche e con i media

Progettazione, organizzazione e gestione di eventi artistici e culturali

Valorizzazione, promozione e commercializzazione dell'offerta artistico-culturale

Politiche, governo e gestione dei processi di produzione della cultura

Responsabile d'Area: **Francesco Giambrone**

Sovrintendente Teatro Maggio Musicale Fiorentino Fondazione, Firenze

Nell'area del governo e della gestione delle istituzioni artistiche e culturali verranno presentate le politiche di sviluppo, i programmi e le 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 metterà 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.

Legislazione dei beni culturali

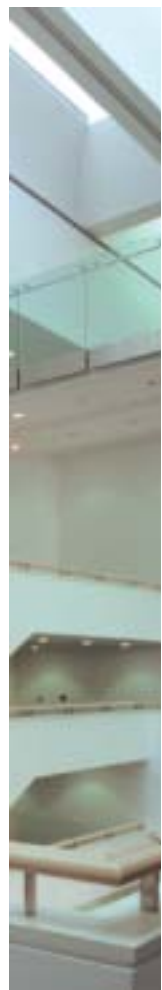
Relazioni interne e rapporti con l'esterno

Interdipendenze istituzioni/soggetti esterni

Dimensioni e caratteristiche del terzo settore

Funzione sociale delle istituzioni artistiche e culturali

Governo e gestione delle istituzioni dell'arte e della cultura: politiche, programmi, strategie



Pianificazione e controllo di istituzioni ed eventi artistici e culturali

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 della pianificazione e del 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, con particolare rilievo al loro collegamento con le strategie e l'organizzazione.

Economia e istituzioni

Valutazione e controllo

Pianificazione economico-finanziaria

Programmazione e gestione degli eventi

Strategie delle istituzioni dell'arte e della cultura

Modelli e metodi di strategie e organizzazione aziendale

Valutazione di efficienza ed efficacia delle azioni organizzative

Antropologia ed Economia del simbolico

Responsabile d'Area: **Marco Aime**

Docente di Antropologia culturale, Università degli Studi di Genova

In quest'area si rifletterà sulla natura e sulle funzioni antropologiche dell'arte e della cultura, sull'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 attraverso la presentazione delle 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.

Rapporto arte-cultura/territorio/contesto

Disegno urbano, le reti culturali, i distretti dell'arte

Natura e funzioni antropologiche dell'arte e della cultura

Metodi e strumenti dell'etnografia

Storia dell'arte moderna e contemporanea

Funzione del simbolo della cultura e dell'arte

Rapporto organizzazioni artistiche e culturali/società

Erogazione di servizi centrati sull'immateriale e l'intangibile

Processi di dematerializzazione nella service economy e nell'economia della cultura

Analisi evolutiva dei contesti e dei processi culturali Complessità e cultura

Responsabile d'Area: **Telmo Pievani**

Docente di Epistemologia genetica, Università Milano Bicocca

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. È 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

Storia evolutiva e giacimenti culturali

Processo di ominizzazione tra artefatti, simboli e cultura

Adattamento ed exattamento nell'evoluzione culturale umana

Information & Communication Technology, 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 (ICT) applicate ai beni artistici e culturali.

Sistemi informativi

Animazione virtuale applicata all'arte e alla cultura

ICT per la costruzione di comunità virtuali di fruitori

Fruizione interattiva e fruizione remota dei beni artistici e culturali

Azioni educative create mediante l'applicazione di ICT a beni ed eventi artistico-culturali



Relazioni e processi cooperativi negli eventi e nelle istituzioni dell'arte e della cultura

Responsabile d'Area: **Stefano Zamagni**

Docente di Economia dell'impresa, Università di Bologna

Le istituzioni possono essere considerate come emergenti dai processi cooperativi di tutti coloro che vi lavorano. Il coordinamento tra aspettative e capacità individuali è uno degli aspetti più significativi della creazione di efficacia all'interno degli ambienti di lavoro e diviene ancora più rilevante nei contesti organizzativi che operano nell'area dell'intangibile, laddove i beni sono non riproducibili. L'economia delle relazioni sociali si occupa del rapporto fra nature e caratteristiche dei processi cooperativi interni alle istituzioni e risultati conseguibili, con particolare riferimento al ruolo dei processi interni alle istituzioni e relativi al rapporto tra istituzioni e ambienti nel campo dell'arte e della cultura.

Fiducia, relazione e produzione

Istituzioni economiche e processi cooperativi

Capacità, solidarietà e interessi nell'organizzazione del lavoro

Efficienza ed efficacia nell'economia delle relazioni

Istituzioni economiche e ambiente

Modelli di management e sviluppo organizzativo negli eventi e nelle istituzioni dell'arte e della cultura

Responsabile d'Area: **Giuseppe Varchetta**

Docente di Sviluppo organizzativo, Università Milano Bicocca

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 e della gestione delle relazioni negoziate. Si lavorerà attorno alla comunicazione, al sense making nelle istituzioni e alle questioni di genere all'interno delle organizzazioni, nonché al ruolo dell'autorità e delle diverse forme di esercizio del potere e della leadership.

Sense making

Teorie organizzative

Autorità e leadership

Genere nelle organizzazioni

Self management e team working

Gestione del personale, valutazione e remunerazione

Processi organizzativi soggetto/gruppo/organizzazione

Metodi per la valorizzazione delle risorse umane all'interno delle istituzioni dell'arte e della cultura



lezioni speciali

Nel corso dello sviluppo delle aree formative saranno svolte quattro lezioni speciali sui seguenti ambiti:

Arte contemporanea e le tendenze evolutive

Gabriella Belli, Direttrice del MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto
Umberto Pastore, Silvana Editoriale, Milano

Storia, evoluzione, simboli e cultura.

Gianluca Bocchi, docente di Filosofia della scienza, Università di Bergamo

Immaginario e codici della contemporaneità

Fulvio Carmagnola, docente di Educazione estetica, e Marco Senaldi, Docente di Cinema e Arti visive, Università Milano Bicocca

Estetica, linguaggio e senso nella contemporaneità

Aldo Giorgio Gargani, docente di Estetica, Università di Pisa

laboratori

Gli studenti avranno la possibilità di confrontarsi con la dimensione applicativa mediante la realizzazione dei seguenti laboratori:

Allestimenti museali

Michelangelo Lupo, Architetto

Arte contemporanea

Giacinto Di Pietrantonio, Direttore GAMeC
e Cristian Valsecchi, Segretario Generale AMACI

Business plan

Marco Mongiello, Principal Lecturer in Financial and Management Accounting, University of Westminster

Cinema

Dario D'Incerti, Regista e consulente

Danza

Michele Abbondanza e Antonella Bertoni, Danzatori e coreografi

Letteratura e Editoria

Luca Nicolini, Presidente di Festivaletteratura Mantova

Teatro

Roberto Scarpa, Responsabile della sezione di educazione e formazione, Teatro Verdi di Pisa
Barbara Pizzo, Ricercatrice area Art & Culture Management di tsm e Presidente Associazione Macondo

Nuovi media per la cultura

Vincenzo Chiarandà, Responsabile di Undo.net

Public Art

Gabi Scardi, Critico d'arte contemporanea e curatrice

eventi master *invita*

Durante il Master of Art and Culture Management sono organizzati incontri di alto livello scientifico con studiosi, esperti e manager internazionali dell'arte e della cultura. Scopo degli incontri è aprire alla città e al territorio alcuni dei momenti più significativi delle attività di studio e ricerca del Master. Gli incontri master *invita* 2007 sono in fase di definizione.

Le iniziative *masterinvita* 2004/2006:

Marco Aime, antropologo

L'incontro mancato: Turisti, nativi, immagini

Bernardo Bernardi, Università di Bologna, Università "La Sapienza" di Roma, International African Institution di Londra
Etnicità e identità culturali

Gianluca Bocchi, Università di Bergamo
Confini dell'identità e identità di confine

Aldo Colonetti, Istituto Europeo di Design
Segni e artefatti della contemporaneità

Michele De Lucchi, Studio Amdl, Milano
Segni e forme della contemporaneità

Aldo Giorgio Gargani, Università Normale di Pisa
Inventare o scoprire? Il sapere come dialogo sperimentale e come ascolto performativo della natura e degli interlocutori umani

Francesco Novara, Psicologo del lavoro

Dare significato a quello che si fa: uomini e lavoro nella contemporaneità

Leoluca Orlando, Istituto per il Rinascimento Italiano
Identità culturali tra arroganza e vergogna

Michelangelo Pistoletto, artista
Cittadellarte-Fondazione Pistoletto. Ispirare e produrre una trasformazione responsabile nella società attraverso idee e progetti creativi

Bruno Racine, Centre Georges Pompidou, Parigi
Il progetto Beaubourg nel sistema museale della città di Parigi

Renato Rizzi, Istituto Universitario di Architettura di Venezia
Lo spazio senza colpa. The Grand Museum of Egypt

Malcolm Rogers, Boston Museum of Fine Arts
The financial strategies and structures of a Privately Funded Museum

Georges Verney Carron, Lione
Il mediatore artistico. L'idea e il metodo per le identità del territorio e delle città del futuro

Rutger Wolfson, Museum De Vleeshal, Middelburg, Olanda
Museum as space of ideas

Stefano Zamagni, Università di Bologna
*Il valore del dono. Economia delle relazioni sociali
Civiltà dell'uomo ed economia civile*



La comunità dei docenti

Michele Abbondanza	Danzatore e Coreografo	Alfonso Maurizio Iacono	Preside Facoltà di Lettere e Filosofia, Università di Pisa
Marco Aime	Docente di Antropologia culturale, Università degli Studi di Genova	Antonio Lampis	Dirigente Servizio Attività Culturali, Provincia Autonoma di Bolzano
Marco Albertazzi	La Finestra Editrice	Michele Lanzinger	Direttore Museo Tridentino di Scienze Naturali, Trento
Mauro Annunziato	Plancton Art Studio, Roma	Marianne Lyon	Direttrice Cité de la Musique, Parigi
Francesco Antinucci	Ricercatore dell'Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR, Roma	Giuseppe O.Longo	Docente di Teoria dell'informazione, Università di Trieste
Andrea Armeni	Ricercatore in Filosofia e Scienze Cognitive, The Modal Cognition Project, Institut Jean-Nicod, Parigi	Michelangelo Lupo	Architetto
Paolo Baldessari	Presidente Festival Oriente Occidente	Umberto Martini	Docente di Economia e Gestione delle imprese, Università degli Studi di Trento
Gabriella Belli	Direttrice MART	Armando Massarenti	Il Sole 24 Ore
Massimo Bergamasco	Scuola Sant'Anna, Pisa	Marco Mongiello	Principal Lecturer in Financial and Management Accounting, University of Westminster
Bernardo Bernardi	Docente di Antropologia culturale, Università di Bologna	Matteo Montebelli	Ricercatore Direzione Studi e Ricerche, Touring Club Italia, Milano
Antonella Bertoni	Docente di Etnologia, Università "La Sapienza", Roma	Ugo Morelli	Direttore del Master of Art and Culture Management di tsm-Trento School of Management
Vittorio Bo	Danzatrice e Coreografa	Matteo Motterlini	Docente di Filosofia della scienza, Università degli Studi di Trento
Gianluca Bocchi	Presidente del Festival della Scienza, Genova	Luca Nicolini	Presidente di Festivalletteratura Mantova
	Coordinatore Scientifico del Centro di Ricerca sull'Antropologia e l'Epistemologia della Complessità (CE.R.CO), Università di Bergamo, Docente di Filosofia della Scienza, Università di Bergamo	Leoluca Orlando	Presidente Istituto per il Rinascimento Siciliano
Nicoletta Boschiero	Curatrice	Emiliano Paoletti	Direttore Esecutivo di Zone Attive, Roma
Isabella Bossi Fedrigotti	Scrittrice e Giornalista	Umberto Pastore	Silvana Editoriale, Milano
Gianluigi Bozza	Dirigente Servizio Attività Culturali, Provincia Autonoma di Trento	Telmo Pievani	Docente di Epistemologia genetica, Università Milano Bicocca
Claudia Brizzi	Direttore Amministrativo di Zone Attive, Roma	Michelangelo Pistoletto	Artista e Presidente Cittadellarte-Fondazione Pistoletto
Stefano Cagol	Artista	Barbara Pizzo	Ricercatrice area Art & Culture Management di tsm e Presidente Associazione Macondo
Antonia Caola	Responsabile Relazioni Esterne e Comunicazione del Museo Tridentino di Scienze Naturali, Trento	Bruno Racine	Presidente Centre Georges Pompidou, Parigi
Paolo Carignani	Direttore Oper Frankfurt, Francoforte	Renato Rizzi	Istituto Universitario di Architettura di Venezia
Antonio Caronia	Docente di Antropologia della tecnica e di Comunicazione sociale, Accademia delle Belle Arti di Brera	Malcolm Rogers	Direttore Museum of Fine Arts, Boston, USA
Georges Verney Carron	Mediatore artistico, Lione	Pier Luigi Sacco	Docente di Economia dell'arte, IUAV, Venezia
Andrea Castelli	Attore	Gabi Scardi	Critico d'arte contemporanea e Curatrice
Fabio Cavallucci	Direttore Galleria Civica di Trento	Roberto Scarpa	Responsabile Sezione Educazione e Formazione, Teatro Verdi, Pisa
Vincenzo Chiarandà	Fondatore Undo.net, network di arte contemporanea Esperto di Web Community	Marco Senaldi	Critico e Curatore, Docente di Cinema e Arti visive, Università Milano Bicocca
Felice Cimatti	Docente di Filosofia della mente, Università della Calabria	Ludovico Solima	Docente di Economia e Gestione degli enti culturali, Seconda Università degli Studi di Napoli
Paolo Collini	Docente di Economia aziendale e Analisi e contabilità dei costi, Università di Trento	Samuele Stefani	Responsabile Crushsite.it
Aldo Colonetti	Direttore Scientifico, Istituto Europeo di Design	Anna Stuart	Fondatore Undo.net, network di arte contemporanea Esperto di Web Community
Enrico Contini	Responsabile Risorse Umane, Unilever	Paola Tognon	Curatrice
Luca Coser	Artista	Michele Trimarchi	Docente di Scienza delle Finanze, Università di Catanzaro
Mario Cristiani	Responsabile Arte Continua, Arezzo	Giovanna Usvardi	Responsabile Comunicazione e Relazioni Esterne di Wella Italia, Castiglione delle Stiviere
Luigi Cuciniello	Direttore Organizzativo Settore Cinema e Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica della Fondazione La Biennale di Venezia	Cristian Valsecchi	Segretario Generale AMACI
Michele De Lucchi	Architetto, Studio Amd, Milano	Rick van der Ploeg	State Secretary per l'Educazione, Cultura e Scienza, Olanda
Francesco di Cesare	Docente di Marketing delle Imprese Turistiche, Università Ca' Foscari, Venezia	Paolo Vanin	Ricercatore, Facoltà di Scienze Statistiche, Università di Padova
Giacinto Di Pietrantonio	Direttore GAMEC - Galleria d'Arte Moderna e Contemporanea di Bergamo	Giuseppe Varchetta	Docente di Sviluppo Organizzativo, Università Milano Bicocca
Massimo Egidi	Docente di Economia Cognitiva, Università degli Studi di Trento	Walter Vergnano	Sovrintendente Teatro Regio, Torino
Maurizio Forte	Primo Ricercatore, Istituto per le Tecnologie Applicate ai Beni Culturali del CNR, Roma	Michele Viviani	Presidente ANFOLS
Carlo Fuortes	Amministratore Delegato Parco della Musica, Roma	Carla Weber	Ricercatore, Università di Bologna
Aldo Giorgio Gargani	Docente di Estetica, Università Normale di Pisa	Rutger Wolfson	Responsabile Studio Akoé
Francesco Giambrone	Sovrintendente Teatro Maggio Musicale Fiorentino Fondazione, Firenze	Francesca Zagni	Direttore Museum De Vleeshal, Middelburg, Olanda
Vittorio Giroto	Docente di Psicologia cognitiva e Psicologia sociale, IUAV, Venezia	Stefano Zamagni	Fund Raising School, Roma
Richard Kessler	American Music Center, New York, USA	Enrico Zaninotto	Docente di Economia dell'impresa, Università di Bologna
		Luca Zarrì	Docente di Economia, Università degli Studi di Trento
		Gianluca Zorzi	Ricercatore, Dipartimento di Energia Elettrica, Università di Bologna
			Responsabile fund raising, Museo Tridentino di Scienze Naturali di Trento



il team di lavoro

tsm supporta ogni azione formativa attraverso la sua struttura organizzativa interna che prevede servizi amministrativi, alla didattica, di comunicazione e relazioni esterne, di information technology. 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.

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.

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.

Network Manager, cura la relazione con il network di aziende partner di **tsm**, le opportunità di placement a livello nazionale e internazionale per gli studenti del master e le occasioni di ricerca.

Lo Staff del Master

Ugo Morelli, Direttore del Master

Componente del Comitato Tecnico-Scientifico, Direttore di progetti e docente di Scienze Organizzative presso **tsm-Trento School of Management**. Sviluppa programmi di ricerca e intervento sull'apprendimento, sul lavoro organizzato e sui conflitti. È stato per vent'anni Responsabile Scientifico dell'attività formativa dell'Accademia di Commercio e Turismo di Trento. Ha insegnato Organizzazione Aziendale presso l'Università Ca' Foscari di Venezia.

Gabriella De Fino, Tutor del Master

Responsabile di programmi di formazione in **tsm-Trento School of Management** e in società di consulenza nazionali, nell'ambito dell'arte, della cultura e del turismo; membro fondatore e ricercatrice dell'Associazione Polemos, scuola di formazione e studi sui conflitti.

Sabrina Taddei, Network Manager

Esperta di comunicazioni e relazioni internazionali. Direttrice editoriale.

Comitato di Direzione del Master

Gabriella Belli

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

Michele De Lucchi

Architetto e Designer, Studio AMDL, Milano

Francesco Giambrone

Sovrintendente Teatro Maggio Musicale Fiorentino Fondazione, Firenze

Ugo Morelli

Direttore del Master of Art and Culture Management

Luigi Maria Musati

Direttore dell'Accademia Nazionale di Arte Drammatica "Silvio D'Amico", Roma

Luca Nicolini

Presidente del Festival Letteratura Mantova

Pier Luigi Sacco

Docente di Economia dell'arte, IUAV, Venezia

Roberto Scarpa

Responsabile della Sezione Educazione e Formazione, Teatro Verdi di Pisa



la partnership e le collaborazioni

tsm-Trento School of Management svolge il Master of Art and Culture Management in partnership con il **MART-Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto**, che 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.

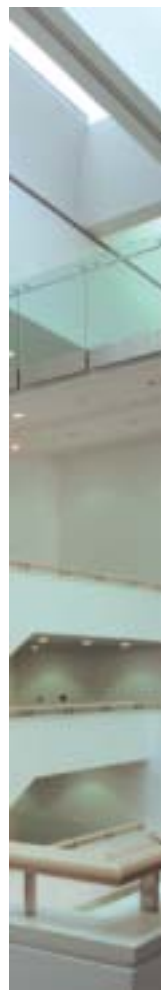
Il Master può contare sul patrocinio dell'Accademia Nazionale d'Arte Drammatica "Silvio D'Amico" di Roma.

le collaborazioni

tsm-Trento School of Management ha attivato delle collaborazioni con alcuni enti ed istituzioni particolarmente significativi rispetto alle aree di contenuto svolte nel Master. Gli ambiti di collaborazione riguardano gli stage formativi, la presentazione delle attività delle diverse organizzazioni, le testimonianze significative e l'individuazione di progetti di ricerca-intervento che verranno svolti dagli studenti del Master nella fase RBL-Research Based Learning.

Le istituzioni che hanno ospitato in stage gli allievi delle precedenti edizioni sono:

AEC Ars Electronica Center Linz, Linz, Austria
Allemandi, Torino
Art/Entreprise, Lione, Francia
Assessorato alla Cultura Italiana - Provincia Autonoma di Bolzano, Bolzano
Assessorato alla Cultura - Comune di Parma, Parma
Assessorato alla Cultura della Provincia Autonoma di Trento, Trento
Assessorato alla Cultura - Comune di Vicenza, Vicenza
Associazione A. Titolo, Torino
Associazione Culturale Palazzo Litta, Milano
Associazione Culturale Stalker, Roma
Bondardo Comunicazione, Milano
Castel Sant'Elmo, Napoli
Centre Georges Pompidou, Parigi, Francia
Centrica, Firenze
Château de Versailles - Spectacles, Versailles, Francia
Codice Idee per la Cultura, Torino
Concordia University, Montreal, Canada
DARC - Direzione Arte e Architettura Contemporanea, Roma
Emilia Romagna Teatro Fondazione, Modena
Escola Universitaria de Turisme i Direccio Hotelera, Barcellona, Spagna
Festival della Scienza, Genova
Fondação Centro Cultural de Belém, Lisbona, Portogallo
Fundacion Juan March - Cuenca Museum, Cuenca, Spagna
Fondazione Giorgio Cini, Venezia
Fondazione Pistoletto, Biella
Fondazione Re Rebaudengo Sandretto, Torino
Fondazione Teatro di Pisa - Teatro Verdi, Pisa
Istituzione Biblioteche di Roma - Comune di Roma, Roma
Istituto piemontese per la storia della resistenza e della società contemporanea "Giorgio Agosti", Torino
Generalitat, Barcellona, Spagna
Good-will, Bologna
Mart - Museo d'Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, Rovereto (TN)
Musées royaux des Beaux Arts, Bruxelles, Belgio
Museion - Museo d'Arte Moderna e Contemporanea, Bolzano
Museo d'Arte Moderna e Contemporanea - Castello di Rivoli, Rivoli (TO)
Museo della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci", Milano
Museo dei Ragazzi, Firenze
Museo Tridentino di Scienze Naturali, Trento
Museu Maritim, Barcellona, Spagna
Oper Frankfurt, Frankfurt, Germania
Orchestra Mozart, Bologna
Palais de Tokyo, Parigi, Francia
Reggio Children, Reggio nell'Emilia
Revolution, Torino
Solum snr, Roma
Sovrintendenza Regionale dei Beni Culturali, Cagliari
Team, Liverpool, Gran Bretagna
Teignbridge District Council, Newton Abbot, Devon, Gran Bretagna
tsm-Trento School of Management, Trento
Undo.net, Milano
Unicredito Italiano, Milano
Venezia Iniziative Culturali, Venezia
Vortice Associazione culturale - Teatro delle Fondamenta, Venezia
Wella Italia Labocos spa, Castiglione delle Stiviere (MN)
Zone Attive, Roma



le modalità di adesione e di frequenza

Partecipanti

Il **Master of Art and Culture Management** è rivolto a giovani in possesso di diploma di laurea triennale e/o quadriennale e a laureandi fino a un massimo di 35 partecipanti.

Selezioni

Per partecipare alle selezioni i candidati devono inviare la domanda di ammissione entro il **5 ottobre 2006**. La domanda può essere redatta su apposito modulo oppure compilata direttamente on-line sul sito www.tsm.tn.it. Alla domanda, dovranno essere allegati i seguenti documenti:

- certificato di laurea o di diploma universitario in carta libera con indicazione del voto finale e votazione dei singoli esami
- 4 fotografie formato tessera
- fotocopia del codice fiscale
- fotocopia della carta d'identità

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 la sede di **tsm-Trento School of Management** a Trento nei giorni **10-13 ottobre 2006** e impegnano ciascun candidato per una sola giornata. Le prove di selezione consistono in un test di personalità, una prova scritta di cultura generale, un colloquio di gruppo, un colloquio motivazionale individuale.

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

Durata

7 novembre 2006 - 16 dicembre 2007
7 mesi di formazione in aula (1120 ore)
2 mesi di progetto di laboratorio e ricerca applicata (320 ore)
3 mesi di stage in aziende italiane o internazionali. (480 ore)

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, 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. La quota a carico del partecipante ammonta a € 7.000,00 comprensiva del materiale didattico fornito, delle spese sostenute per i viaggi di studio, del prestito del PC portatile e di una casella personale di posta elettronica nominale attivata per ogni studente.

I versamenti devono avvenire tramite bonifico bancario presso la: Cassa Centrale delle Casse Rurali Trentine - Sede di Trento Via Segantini 51 - 38100 Trento
Conto Corrente: 000000115177
CIN U ABI 03599 CAB 1800

I versamenti devono essere effettuati alle seguenti scadenze: Prima rata di € 3.500,00 all'atto dell'ammissione al Master Seconda rata di € 3.500,00 entro il 30 marzo 2007.

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 sulla base dei criteri reddituali e patrimoniali. Il Bando per il conferimento delle borse di studio è disponibile sul sito www.tsm.tn.it.
- Borse di studio da parte di enti e istituzioni sponsor dell'iniziativa che saranno erogate a conclusione del percorso formativo subordinate ad una regolare frequenza con profitto.

Per gli studenti che svolgeranno lo stage all'estero sono previste alcune borse di studio a parziale copertura delle spese di viaggio, vitto e alloggio da parte di:

Fondazione Trentino Università

La Fondazione Trentino Università mette a disposizione una borsa di studio per i partecipanti laureati dell'Università degli Studi di Trento.



FONDAZIONE TRENTO UNIVERSITÀ

Programma dell'Unione

Europea Leonardo da Vinci

Il programma prevede l'erogazione di n.15 borse di studio del valore di € 2.800,00 per coloro che svolgeranno lo stage in uno stato europeo (esclusa l'Italia)



Leonardo da Vinci

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.

i soci fondatori

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 di 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-Trento School of Management 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.

I campi prioritari di intervento sono rappresentati da cinque aree formative:

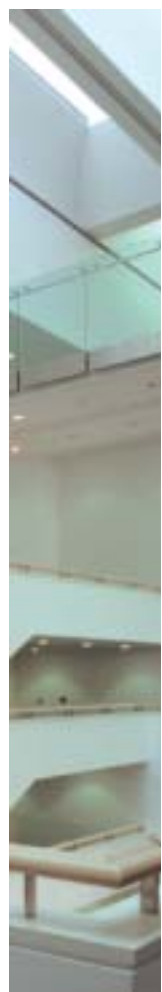
- Turismo
- Arte e Cultura
- Ecosystem, sviluppo locale e sostenibilità
- Agroalimentare
- Pubblica Amministrazione.

Accanto a queste sono individuate tre aree trasversali particolarmente significative per la gestione e lo sviluppo manageriale delle organizzazioni:

- Risorse umane e sviluppo organizzativo
- Internazionalizzazione, imprenditorialità e innovazione
- Law and economics.

All'interno di queste aree sono sviluppate diverse azioni formative in relazione ai destinatari cui si rivolgono. Le azioni formative sono:

- Master per laureati
- Executive Master
- Formazione Manageriale
- Corsi di specializzazione per laureati e diplomati.



le sedi

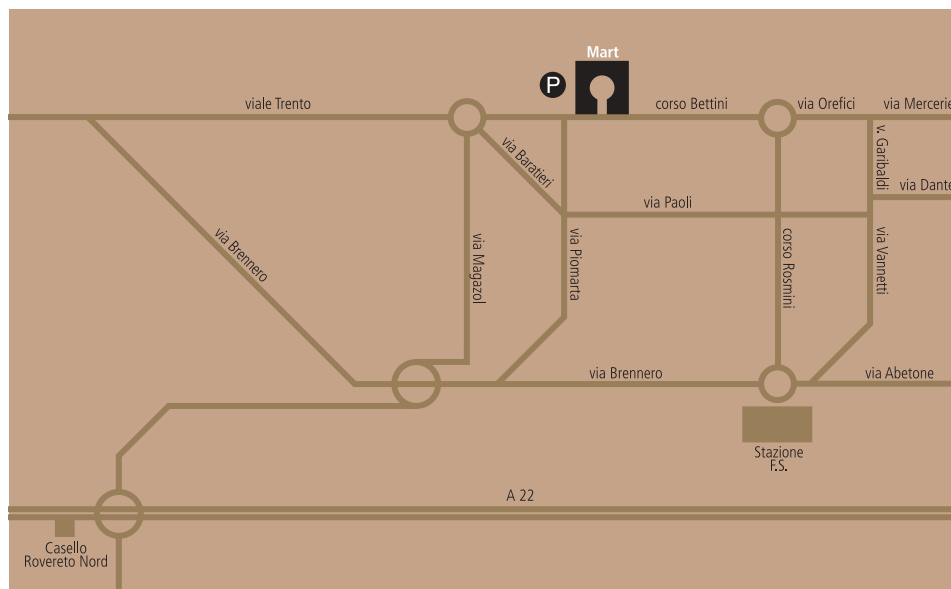
Sede di **tsm** è **Palazzo Consolati**, in Via S. Maria Maddalena 1, a Trento. Il palazzo venne eretto per volere del conte Simone Consolati verso la fine del Settecento ad opera dell'architetto Sebastiano Boni in stile neo-rinascimentale. La facile raggiungibilità, le dotazioni didattiche coerenti con gli obiettivi della Scuola e la funzionalità dell'edificio, 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**, a Rovereto. Tale scelta mira a 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 Manageriale 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.



16





scheda d'iscrizione

La scheda d'iscrizione può essere spedita a mezzo posta o fax, oppure può essere compilata online all'indirizzo www.tsm.tn.it e deve pervenire entro e non oltre il **5 ottobre 2006** a:

Spett. le tsm-Trento School of Management
Palazzo Consolati, Via S. Maria Maddalena 1 - 38100 Trento
tel. + 39.0461.883413 fax + 39.0461.981910
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.

ESSERE DOMICILIATO 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

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 alla normativa vigente. Informativa - D.lgs. 196/03 - I Suoi dati sono trattati per la finalità di adempimento contrattuale per la fornitura di beni o servizi; il conferimento dei dati è facoltativo; i Suoi dati saranno trattati con modalità manuali, informatiche e/o telematiche e non saranno comunicati a terzi né saranno diffusi. Il suo indirizzo di posta elettronica (qualora indicato) verrà utilizzato per l'invio di informazioni commerciali relativi ai nostri prodotti; Lei potrà rivolgersi (anche telefonicamente) al "Servizio Privacy" presso il titolare del trattamento per verificare i Suoi dati e farli integrare, aggiornare o rettificare e/o per esercitare gli altri diritti previsti dall'art. 7 del D.lgs 196/03,). La informiamo che il titolare del trattamento dei dati è la Trento School of Management con sede in Via Asiago 2 - Trento - Responsabile del Trattamento il Sig. Merz Luciano, domiciliato per la carica presso la sede del titolare (l'informativa completa è presente sul sito internet www.tsm.tn.it).

DATA FIRMA

Scheda d'iscrizione

scheda d'iscrizione

Alla domanda, dovranno essere allegati i seguenti documenti:

- certificato di laurea o di diploma universitario in carta libera con indicazione del voto finale e votazione dei singoli esami sostenuti
- 4 fotografie formato tessera
- fotocopia del codice fiscale
- fotocopia della carta d'identità

tsm

TRENTO
SCHOOL OF
MANAGEMENT

tsm
Trento School of Management

Palazzo Consolati
38100 Trento - Italy
Via S. Maria Maddalena 1

Tel.: +39 0461 883413
Fax: +39 0461 981910

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