



UNIVERSITA' PER STRANIERI "DANTE ALIGHIERI" - REGGIO CALABRIA

**CE.F.R.I.S.**

*Centro per la Formazione, la Ricerca, l'Innovazione Tecnologica e lo Sviluppo*

*Gioia Tauro (RC)*



***MASTER DI II° LIVELLO***  
**MANAGEMENT PER LA GESTIONE DI GRANDI EVENTI**



***BROCHURE***

## 1. Fabbisogni di Competenze e di Professionalità correlate all'Offerta Formativa.

La Calabria – l'antica Italia, la Magna Grecia – ha nel suo passato (quasi nel suo corredo genetico) la sapienza e l'armonia dell'antichità classica dove la natura umana è parte della Natura, un riflesso della terra e del mare. Uno sguardo sul mondo intriso di uno spirito di *adesione* e guidato da un amore per la *terra* accogliente, aperto, civile.

A questa civiltà e amore per il cosmo nella sua complessità, frutto della consuetudine con la contraddizione, come forza creatrice, si ispira l'idea di questo progetto: un progetto che parte dalle connotazioni del Sud e che non insegue modelli che non appartengono alle sue caratteristiche originarie.

In primo luogo, dunque, fedeltà alle *radici* che sono, appunto radici “di frontiera”, di territorio di incontro/scontro. Qui è la sede originaria di una “frontiera”, incarnata dal mare, che uno sguardo “classico” – nutrito proprio dai contorni definiti di una natura che è sublime nei suoi contrasti (terra/mare) – accoglie non come linea separatrice ma unificatrice e di incontro con l'altro.

“Con-fine”, sotto una certa luce, può indugiare sull'immagine dell'*insieme* (“con”). E, comunque, il confine consente di affermare, per contrasto la propria identità.

Con questo spirito “originario” il progetto vuole puntare sulle qualità più eclatanti e antiche del Sud e in particolare della Calabria, per farne un modello di iniziativa culturale che, finalmente, nasce e parte interamente dal Sud, in contrasto con la tendenza a fare del Meridione il luogo dove si riesce solo a replicare “tardi e male ciò che celebra le sue prime altrove”<sup>1</sup>.

Non si tratta né di restaurazione, né di nostalgia, né di esotismo. Si tratta di esaltare caratteristiche esclusive del territorio: la terra ritagliata tra due mari, il mare Mediterraneo che è somma espressione di frontiera e di ponte, che unisce mentre divide; i molti confinanti che si affacciano su questo confine d'acqua, quindi l'esperienza della molteplicità delle voci e delle lingue; e, ancora la concezione del tempo lenta, rituale; quindi la spiritualità del “mezzogiorno” (tempo panico, dedicato al dio Pan, dio della naturalità).

Di questa complessità è testimone la cultura popolare, massima espressione dell'identità, tanto forte e radicale che non teme confusioni nel confrontarsi con altre identità.

A fronte di questa nuova e pressante esigenza, si nota una scarsa efficacia e innovazione degli strumenti che vengono forniti a coloro che operano in questo ambito rischiando quindi di frenare un settore in continua crescita e fermento.

Il Master in “Management per la gestione di grandi eventi” vuole essere uno “strumento”, tramite il percorso didattico strutturato in maniera modulare, finalizzato a far acquisire ai partecipanti tecniche e strumenti per la programmazione e la diffusione culturale. La diffusione culturale ed il mondo dello spettacolo necessitano di essere valorizzati economicamente e gestiti in maniera razionale. Al fine di mettere in luce le peculiarità artistiche, la particolare valenza culturale all'interno della società attuale, soprattutto presso quella fetta di pubblico che si dimostra sempre più interessata a questo settore.

Il Master è anche parte di un progetto più ampio volto alla valorizzazione culturale della Calabria nel contesto Mediterraneo. Un viaggio verso le radici di questa cultura, affondate nell'universo delle tradizioni popolari. Le forme spettacolari di ritualità tra sacro e profano, l'arte cosiddetta “povera”, il teatro popolare e quello “di strada” (erede dei riti carnascialeschi), la musica etnica, la tradizione dei cantastorie e la letteratura “orale”...

---

<sup>1</sup> Franco Cassano, *Il pensiero meridiano*, Laterza 1996, p. 3

A partire dalla vivace produzione locale vi è l'interesse a progettare un Meeting, progettazione che è parte del più ampio programma del Master, per "aprire una finestra" sul resto del mondo e accogliere le diverse espressioni artistiche di altre culture, cogliendole nelle loro attuali più interessanti manifestazioni, anche e soprattutto nel loro rapportarsi e confrontarsi con la contemporaneità.

Uno dei cardini principali del progetto è quello di dare spazio alla comparazione, in modo che discipline e "appartenenze" culturali geograficamente diverse si incontrino e si confrontino, per lasciare che l'accostamento di differenze e somiglianze ne moltiplichi il fascino.

Il progetto ha come epicentro ideale Gioia Tauro e il suo porto, per questo è la figura e il concetto di *porto* che fa da perno all'intera architettura del meeting e dei suoi contenuti. Il *porto*, come detto sopra, evoca molte suggestioni riassumibili nel doppio significato di *porta sul mare*, quindi soglia in cui si incontrano gli altri, e *frontiera*, quindi punto dove la differenza massimamente si determina.

Da qui discende l'idea di fare del porto di Gioia Tauro, attraverso la progettazione del Meeting, un luogo in cui far convergere altre culture "portuali": gli altri, infiniti, confinanti tutti uniti e divisi dalla mutevole e movimentata frontiera del mare, confluiscono nel porto di Gioia Tauro, in Calabria, con le loro storie, culture e tradizioni. Una comunità variegata e diversissima, eppure intimamente affratellata dall'esperienza della *frontiera/porta* del mare. Un meeting che si concentra sullo scambio, grande valore comune di tutte le culture "portuali".

Gioia Tauro è stata, in un recente passato, un luogo ideale, quasi una figura geografica simbolica della contraddizione tra un'antica tradizione di scambio e incontro di culture tipica del Sud, centro dell'antichità classica ed epicentro delle evoluzioni delle tradizioni nostrane (il nome Italia originariamente indicava l'attuale Calabria<sup>2</sup>) e, dall'altra parte, una moderna difficoltà, come in gran parte del Meridione, di realizzare forme di coesistenza armoniosa tra antico e moderno, tra vecchie abitudini e giovani desideri. Un luogo emblematico dell'assenza di un "pensiero meridiano" – un pensiero del Sud per il Sud *futuro* – e ostaggio degli effetti perlopiù negativi di un Sud "pensato solo da altri"<sup>3</sup>.

Oggi, la situazione sembra finalmente essersi rovesciata. Il porto di Gioia Tauro non è più un ibrido, una "cattedrale nel deserto", internazionalmente è stato riconosciuto negli ultimi anni come il primo porto del Mediterraneo e, cosa ancora più importante, Gioia Tauro ha acquisito il valore ideale di un possibile "riscatto sociale" per il Sud. Alla luce delle "trasformazioni economiche" dovute alle dinamiche internazionali dello sviluppo dei traffici delle merci, che interessano anche il porto di Gioia Tauro, è, dunque, possibile trasformare l'attenzione positiva sul porto e sulle aree limitrofe in una occasione di grande rilancio delle risorse principali della Calabria: le bellezze naturali e le sue tradizioni culturali nel senso più ampio.

In particolare il progetto propone un'idea di manifestazione di "frontiera" basata essenzialmente sulla figura del *porto* e di tutte le sue implicazioni evocative – frontiera, appunto, ma anche confine, soglia, punto di scambio e commercio, porta del mare, incontro, riparo/rifugio – che fanno leva essenzialmente sul confronto tra genti e culture, ma anche su una sospirata meta che le accoglie. E accogliendole se ne appropria, arricchendosi.

Un Meeting "di frontiera" che abbia valore di evento, può essere il primo passo importante per far seguire al rilancio economico quello culturale e turistico: il porto, Gioia Tauro, la Calabria, la cultura e le tradizioni calabresi si aprono e si offrono come terreno di incontro per le arti, le culture e le

---

<sup>2</sup> c.f.r Fernand Braudel, *Memorie del Mediterraneo*, Bompiani 1998, p. 334

<sup>3</sup> Franco Cassano, *Ibidem.*, p. 5

tradizioni di altri popoli e altre terre. In questo modo, su questo giovane porto, si può depositare la storia di altri porti.

Un evento che vuole essere esso stesso un *porto*, un luogo/tempo di scambio, affinché non sia effimero, deve assumere il carattere di officina permanente. Come un grande cantiere, il meeting deve articolarsi in un importante lavoro di ricerca, di preparazione e di coinvolgimento delle risorse locali, per arrivare alla realizzazione dei cinque giorni di eventi, da ripetere annualmente come un appuntamento di espressione ed esibizione delle novità artistico-culturali esemplari della sperimentazione di scambio e contaminazione tra il recupero della cultura popolare tradizionale e l'innovazione artistica, anche passando attraverso l'esplorazione di altre culture, altre discipline, altri mondi.

Solo con una perfetta organizzazione e una attenta selezione dei contenuti è possibile arrivare a soddisfare il primo duplice obiettivo che il Meeting si prefigge: “produrre” cultura e offrire una forte occasione di aggregazione per la popolazione locale, attirando anche l'attenzione turistica sull'area.

L'obiettivo finale è quello di dare della Calabria un'immagine nuova, ma sempre fondata sulle sue peculiarità. Allo stato attuale la strada migliore, ma non facile – proprio perché complessa –, è la creazione di iniziative di qualità, nell'attesa di affiancare a queste la realizzazione di tutte le condizioni che favoriscano lo sviluppo turistico e le infrastrutture necessarie.

Da qualche tempo proliferano manifestazioni e Meeting che in estate si moltiplicano ancora di più. Per emergere e avere visibilità è necessario differenziarsi: puntare sulla qualità della proposta e su una comunicazione efficace che faccia della Calabria e del Sud un luogo di “iniziativa culturale”.

Per riuscire in questi programmi bisogna crederci ed avere lungimiranza nella definizione degli obiettivi e degli scopi. *“Diversi re e regine in Europa rifiutarono a Cristoforo Colombo il finanziamento e l'approvazione della Corona per il suo famoso viaggio. Naturalmente il viaggio progettato era incerto: la Terra poteva anche essere piatta. Colombo, naturalmente, era meno avverso al rischio, come tutti i grandi esploratori, ma sapeva anche per esperienza che far vela verso ovest non era poi così pericoloso come tutti credevano. Le sue convinzioni e le sue aspettative per il viaggio si basavano su una conoscenza e un'informazione asimmetriche. Per avere lo stesso ottimismo e la stessa certezza della destinazione del viaggio, i reali d'Europa avrebbero dovuto imparare ciò che lui aveva imparato. Condividere le esperienze con altri è una sfida difficile, se non proprio impossibile. (...). L'informazione, invece, si può comunicare facilmente. (...). La comunicazione delle idee, invece, e delle ragioni per cui si crede siano buone o meno, è di solito proprio l'opposto del comunicare informazioni; queste transizioni devono essere accompagnate da spiegazioni, un contesto, delle sfumature. Perché? Perché non conosciamo tutte le stesse cose, non abbiamo le stesse esperienze, né la stessa personalità che guida i nostri istinti e le nostre intuizioni. Il basso numero di valori comuni rende le cose ancora più difficili.”* (David B. Audretsch, *La società imprenditoriale*, Ed. Marsilio, 2009)

Considerata l'enorme ricchezza che il nostro Paese possiede, in termini di attrazioni culturali, è importante formare delle professionalità capaci di saper gestire, valorizzare ed operare nel settore della valorizzazione culturale e nella progettazione e gestione di eventi, come avviene, in maniera strutturata, in altri paesi europei ed extra-europei.

## 2. Ordinamento didattico

Il Master ha una struttura interdisciplinare centrata su “Settori Scientifico-Disciplinari” individuati nell’ambito di delle seguenti Macroaree: Area 10 – *Scienze dell’Antichità, filologico-letterarie e storico-artistiche*; Area 13 – *Scienze economiche e statistiche*. Le lezioni ed i seminari sono strutturati in modo da fornire le conoscenze interdisciplinari e le abilità operative necessarie per operare nel settore della gestione dei grandi eventi.

<b>ATTIVITÀ</b>	<b>ORE</b>	<b>CFU</b>
Attività didattiche	1.250	50
Project work	68	
Attività di stage	582	10
Valutazione dell’apprendimento – Tesi e discussioni finale	32	
<b>TOTALE</b>	<b>1.600</b>	<b>60</b>

I 60 crediti formativi sono suddivisi secondo le seguenti macroaree:

<b>MACROAREA</b>	<b>S.S.D.</b>	<b>Ore attività Formative</b>	<b>CFU</b>
Organizzazione aziendale	SECS-P/10	475	19
Lingua e traduzione – Lingua Inglese	L-LIN/12	125	5
Discipline dello spettacolo	L-ART/05	375	15
Cinema, Fotografia e Televisione	L-ART/06	275	11
Stage		250	10
Project work, valutazione dell’apprendimento, tesi e discussioni finale		100	
		<b>1.600 ore</b>	<b>60</b>

La didattica in aula è strutturata secondo una impostazione interdisciplinare e si articola nei seguenti moduli didattici:

<b>MASTER IN MANAGEMENT PER LA GESTIONE DI GRANDI EVENTI</b>					
N°	Titolo Modulo /attività	Durata del modulo h	Lezioni frontali h	Durata attività applicative h	CFU
0	Socializzazione del sapere in possesso dei partecipanti	25	6	19	1
	<b>Lingua inglese</b>	<b>125</b>	<b>30</b>	<b>95</b>	
1	Lingua inglese	125	30	95	5
	<b>Organizzazione aziendale</b>	<b>450</b>	<b>108</b>	<b>342</b>	
2	Tecniche di comunicazione e dinamiche di gruppo	25	6	19	1
3	Competenze manageriali e problem solving	25	6	19	1
4	Tecniche di Project Management	25	6	19	1
5	Tecniche di Project Financing	50	12	38	2
6	Informatica e telematica	75	18	57	3
7	Metodologia Delphi	75	18	57	3
8	Modelli di pianificazione strategica	75	18	57	3
9	Qualità e certificazione	50	12	38	2
10	Economia aziendale	50	12	38	2
	<b>Discipline dello spettacolo</b>	<b>375</b>	<b>90</b>	<b>285</b>	
11	Management per lo spettacolo	50	12	38	2
12	Arti e mestieri dello spettacolo	75	18	57	3
13	Gestione economico - finanziaria per lo spettacolo	75	18	57	3
14	Marketing per lo spettacolo	100	24	76	4
15	Legislazione nazionale e programmazione internazionale dello spettacolo	75	18	57	3
	<b>Cinema, fotografia e televisione</b>	<b>275</b>	<b>66</b>	<b>209</b>	
16	Strategia e business plan per aziende ed eventi di spettacolo	75	18	57	3
17	Gestione progetti ed eventi di spettacolo	100	24	76	4
18	Il progetto cinematografico e le industrie collegate allo spettacolo	100	24	76	4
	<b>Totale parziale</b>	<b>1.250</b>	<b>300</b>	<b>950</b>	<b>50</b>
19	Project work	68		68	
20	Stage	250		250	10
21	Attività di valutazione dell'apprendimento	32		32	
	<b>TOTALE GENERALE</b>	<b>1.600</b>	<b>300</b>	<b>1.300</b>	<b>60</b>

### 3. Obiettivi e finalità

Il progetto finalizzato alla formazione di figure professionali in **“Management per la gestione di grandi eventi”**, si propone di realizzare figure professionali in grado di gestire iniziative per la promozione di servizi, marchi, prodotti legate alle identità culturali di un territorio con metodo e rigore organizzativo. Solo con una perfetta organizzazione e una attenta selezione dei contenuti è possibile arrivare a “produrre” cultura e offrire una forte occasione di aggregazione per la popolazione locale, attirando anche l’attenzione turistica su una particolare area geografica.

L’organizzazione di eventi è un’operazione complessa. Allo stato attuale la strada migliore, ma non facile – proprio perché complessa –, è la creazione di iniziative di qualità, nell’attesa di affiancare a queste la realizzazione di tutte le condizioni che favoriscano lo sviluppo turistico e le infrastrutture necessarie.

Il percorso formativo intende formare figure professionali in grado di:

- definire le principali variabili nell’elaborazione di un evento di dimensioni internazionali;
- saper gestire gli aspetti della commercializzazione, della comunicazione e della costruzione del consenso di un evento;
- definire le ricadute sul territorio, il possibile impatto economico, ambientale ed occupazionale di un grande evento;
- elaborare un piano strategico per l’attrazione degli investimenti e la promozione dello sviluppo economico e turistico del territorio;
- realizzare il project management e la pianificazione di un grande evento;
- progettare gli spazi fisici per la realizzazione di un grande evento compresi i piani dei trasporti, della sicurezza e dei servizi di supporto.