

# Istituto Universitario di Studi Superiori di PAVIA

## Master in Scienza e Tecnologia dei Media

*Contenuti, Format e Tecnologie per Informazione*

*e Comunicazione Multimediale Interattiva*

**9a EDIZIONE • Novembre 2008 - Novembre 2009**

**Professor Roberto Schmid** - DIRETTORE IUSS  
**Professor Virginio Cantoni** - DIRETTORE MASTER  
**Dott.ssa Paola Bernardi** - RETTRICE DEL COLLEGIO NUOVO

### L'Istituto Universitario di Studi Superiori di PAVIA (IUSS)

Lo IUSS di Pavia è una “Scuola Superiore ad ordinamento speciale” con propria personalità giuridica e con autonomia didattica, scientifica, organizzativa, finanziaria e contabile.

Unica realtà nel suo genere in Lombardia, lo IUSS si propone di contribuire alla valorizzazione dei giovani di talento, offrendo loro, nella fase degli studi pre e post-laurea, percorsi formativi di alta qualificazione che ne esaltino le capacità, nonché occasioni di arricchimento scientifico e culturale, anche in senso interdisciplinare.

L'Istituto Universitario di Studi Superiori (IUSS) nasce nel 1997 con la firma dell'Accordo di Programma tra il Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica e l'Università degli Studi di Pavia, all'interno di un sistema unico nel paese che può vantare la presenza storica dei grandi Collegi universitari.

Lo IUSS si propone altresì di contribuire al progresso della scienza, curando la formazione dei giovani alla ricerca e sviluppando programmi di ricerca scientifica.

### Perché il *Master in Scienza e Tecnologia dei Media*?

#### Obiettivi

Nell'ambito dei programmi di formazione post-laurea offerti dalla IUSS, il **Master Internazionale in Scienza e Tecnologia dei Media**, ormai giunto alla sua IX edizione, ha come obiettivo la formazione di professionisti in ruoli legati alla produzione di contenuti multimediali digitali, avendo sviluppato capacità pratiche nell'utilizzo di

strumenti di content-creation o in ruoli di progettazione, gestione e controllo dei canali digitali per la distribuzione.

Più specificamente ha l'obiettivo di:

1. Fornire le conoscenze, le competenze e gli strumenti necessari ad affrontarne gli aspetti economici, tecnologici e normativo – giuridici che regolano il mondo dei Media, con un approccio teorico interdisciplinare di ampio respiro;
2. Fornire la conoscenze teoriche e pratiche per la produzione e la distribuzione di contenuti che siano fruibili attraverso le tecnologie più moderne ( i NEW MEDIA, come ad esempio WEB TV, IP-TV, mobile TV, ...);
3. Dare competenze specifiche per la conduzione e realizzazione di progetti con validità industriale, promuovendo tra gli allievi la creazione di gruppi in grado di identificare e affrontare nicchie utili di mercato.

#### Contesto

Due sono i fenomeni già in atto da diversi anni:

- 1) la digitalizzazione dei contenuti, che ormai coinvolge tutti i Media
- 2) la proliferazione dei canali di distribuzione dei contenuti digitali.

Fenomeni che rientrano nella così detta “convergenza”.

L'evoluzione verso il digitale e comunque le nuove tecnologie in campo *mediale* comportano l'utilizzo professionale di nuovi e diversi strumenti, tipicamente informatici, per il “content-creation” e la gestione dei

contenuti. Gli strumenti tecnologici a disposizione stanno stimolando lo sviluppo di nuove forme di creatività e di comunicazione, che sostengono a loro volta la continua ricerca di nuovi mezzi ed espressioni. La ricerca/produzione di sempre nuovi “artefatti comunicativi” si esprime anche attraverso la necessità di nuove figure professionali, di “creativi-tecnologi”, in grado di produrre contenuti di qualità sfruttando al pieno le risorse disponibili e cercando di sviluppare sempre nuove e diverse tecnologie (dai protocolli alle interfacce, ai format ibridi, ...).

La differenziazione dei vari canali stimola e pone l'accento sui contenuti. L'integrazione di **tecnologie** e **contenuti**, passando dall'analisi delle attuali forme di comunicazione, porta a sottolineare ancora il concetto di convergenza: le nuove tecnologie e le nuove estetiche medialità permettono di fruire dello stesso contenuto attraverso supporti diversi. Il valore del contenuto diviene quindi una potente arma competitiva, arbitro di successi o di fallimenti. La progettazione di contenuti per i Media attuali, oltremodo, non può prescindere anche da fattori chiave di successo come l'accessibilità e la facilità di interazione per il consumatore (e ovviamente dei costi), in funzione del tempo e della modalità di consumo (a casa, fuori casa, in viaggio).

Questi fenomeni conducono ad una ridefinizione continua dei ruoli e degli attori che operano nel settore Media, e alla definizione di nuove catene del valore, di business model e di nuove professionalità.

**Il contesto è allora il mondo dei Media in continua trasformazione**, frutto della rivoluzione Internet e IP.

E come tutto ciò che ha a che fare con Internet, questo contesto è in continua e rapida trasformazione, spesso imprevedibile.

**Il Master in Scienza e Tecnologia dei Media ha l'obiettivo di formare figure professionali in grado di identificare, comprendere e gestire le opportunità emergenti, sia ricoprendo ruoli in aziende che operano nel mercato Media, sia come imprenditori.**

**Perché “scienza e tecnologia”.**

**Scienza:** se si guarda la definizione di Wikipedia (e che altro se no ...): “Per **scienza** si intende un complesso organico di conoscenze ottenuto con un processo sistematico di acquisizione delle stesse allo scopo di giungere ad una descrizione precisa della realtà fattuale delle cose”.

Ed è esattamente una conoscenza fattuale e sistematica che serve per potersi orientare e trarre vantaggio dalle opportunità che lo scenario così dinamico del mondo dei New Media offre ed offrirà.

**Tecnologia:** la “digitalizzazione” dei contenuti, o se vogliamo la trasformazione di immagini, filmati e suoni in “file” informatici, significa che giornali, film, spot ecc. sono prodotti, gestiti, conservati, protetti e “consumati” da strumenti tecnologici, la conoscenza approfondita dei quali diventa indispensabile per chi vuole creare “una differenza”.

## **IX edizione del Master in Scienza e**

### **Tecnologia dei Media**

La prossima edizione di questo Master sarà la **IX edizione** ed avrà inizio a novembre 2008.

Nel corso degli anni (la prima edizione risale al il Master è stato caratterizzato da diversi indirizzi che hanno riflesso l'evoluzione tecnologica dell'ultimo decennio, dal boom della prima “new economy” alle più recenti tecnologie rivolte alle piattaforme mobili.

La nuova edizione, pur rimanendo nel solco della tradizione, è rinnovata nella direzione di una maggiore attenzione ai recenti scenari e sviluppi del mondo legato ai Media.

La didattica è fortemente orientata al “saper fare”; delle 750 ore previste per la didattica, solo 450 sono dedicate alle lezioni in aula. Il resto del tempo è dedicato a sviluppare esperienza pratica, con 300 ore di esercitazioni organizzate come “progetti” multidisciplinari che consentono agli studenti di utilizzare le conoscenze acquisite durante le lezioni in “realizzazioni” concrete e tangibili, utilizzando la strumentazione ed i sistemi messi a disposizione presso il laboratorio multimediale del Master. Le esercitazioni sono finalizzate ad affrontare in modo proficuo il periodo di stage ed un Progetto di Lavoro.

Il percorso formativo identifica due tipi di caratterizzazione professionale:

**Digital Content Manager:** professionisti nella produzione dei contenuti multimediali digitali, sviluppando capacità pratiche nell'utilizzo di strumenti di content-creation;

**NewMedia Operation Manager:** professionisti nella progettazione, gestione e controllo dei canali new media per la distribuzione dei contenuti digitali.

Sono previsti approfondimenti circa:

· Il contesto attuale ed evoluzione del settore Media, attori, catena del valore e aspetti sociologici e normativi;

· Le tecnologie e gli strumenti per la produzione, la gestione e la distribuzione di contenuti digitali, in particolare nell'ambito delle Nuove TV (IPTV, WEBTV,

MobileTV) e del mondo applicativo WEB 2.0 , sia teorica che pratica;

· I servizi e le applicazioni della **telefonia mobile**;

· La centralità dell'utente nel processo di progettazione di interfacce e modalità di interazione, attraverso il forte legame con il laboratorio di Visione Artificiale e Multimedialità dell'Università di Pavia, Dipartimento di Informatica e Sistemistica;

· Le capacità imprenditoriali e di gestione di nuove iniziative.

## Struttura del Master

Il programma si articola in tre periodi di insegnamento intensivi, teorici e pratici.

**Il primo periodo** (novembre-aprile) comprende l'attività didattica, i seminari di approfondimento e l'attività pratica di laboratorio; il **secondo periodo** (maggio-luglio) prevede un tirocinio presso una delle aziende partner del Master, sotto la guida di un tutor, mentre il **terzo periodo** (agosto-ottobre) prevede lo sviluppo di un progetto di lavoro, guidato da esperti e professionisti delle aziende che hanno ospitato gli stage. Il progetto, sviluppato in team, coinvolge nella progettazione, conduzione e assistenza diversi enti ed aziende già in cooperazione tra di loro con obiettivi simili.

**I corsi del Master sono dodici e organizzati in quattro aree di competenze:**

**Business Management;**

**Information Technology and Communication;**

**Filiera editoriale digitale;**

**Media and Entertainment Industry.**

### Business Management

Modulo che fornisce metodi e strumenti di marketing, commerciali e di gestione necessari allo sviluppo profittevole di un'impresa, includendo i temi legati alla gestione dell'innovazione.

L'obiettivo è fornire la capacità di sapersi muovere agevolmente in un contesto aziendale e/o di sviluppare iniziative imprenditoriali.

#### Corsi

1. Teoria e metodi di marketing
2. Gestione dell'innovazione
3. Gestione d'impresa
4. Fondamenti di project management

### Information & Communication Technology

Modulo articolato per focalizzare gli aspetti funzionali, le strategie di utilizzo e la gestione (Governance) delle tecnologie digitali e di telecomunicazione che sono necessarie sia per la gestione di un'impresa sia per il

supporto alla filiera editoriale digitale. In questa sezione, inoltre, è dato rilievo ai temi "usabilità" e "interazione" delle interfacce uomo/macchina.

#### Corsi

1. Sistemi informativi: strategie e governance
2. Tecnologia ed architetture delle reti di comunicazione digitale
3. Principi e metodi di progettazione e valutazione di sistemi multimediali usabili ed accessibili

### Filiera editoriale digitale

Modulo dedicato allo studio, teorico e pratico, di metodi e strumenti per la creazione, la gestione e la distribuzione dei contenuti multimediali digitali, in particolare nel contesto della distribuzione multicanale. L'obiettivo è sviluppare la capacità di comprendere e di gestire la catena del valore di un'azienda Media (New Media in particolare), nella sua completezza.

#### Corsi:

1. Produzione e post-produzione di contenuti digitali
2. Gestione e distribuzione di contenuti digitali multimediali

### Media and Entertainment Industry

Modulo dedicato allo sviluppo di competenze circa la catena del valore, gli attori del mercato attuale, il progetto di comunicazione e gli aspetti socio-economici e normativi. L'obiettivo è consentire agli studenti di orientarsi e proporsi in modo efficace in questo settore.

#### Corsi:

1. Gli scenari del settore Media e New Media
2. Comunicazione, Società ed Individuo.
3. Diritto dei media

#### **Durata:**

Il Master ha durata annuale e prevede un totale di 1500 ore corrispondenti a 60 CFU e richiede una presenza obbligatoria full time dal lunedì al venerdì. Il Master si conclude a Novembre 2009 con le dissertazioni finali sui Progetti di Lavoro e la consegna del Diploma di Master Universitario Internazionale di II livello in Scienza e Tecnologia dei Media.

E' inoltre prevista l'apertura di singoli corsi a coloro che volessero acquisire competenze settoriali. La possibilità di seguire i soli corsi a cui si è interessati, oltre che vantaggiosa in termini pratici ed economici, risponde ai bisogni di un "mercato della formazione" sempre più dinamico e mirato, in piena sintonia con la velocità dell'evoluzione del settore tecnologico. La partecipazione a singoli corsi sarà certificata da un attestato.

## La collaborazione con le aziende

Fin dalla sua fondazione, il Master in Scienza e Tecnologia dei Media ha stabilito legami importanti con numerose

imprese di punta nel settore Media & Entertainment e del settore Information and Communication Technology. La partecipazione attiva dell'universo aziendale, infatti, permette di seguire passo passo l'evoluzione delle tecnologie e delle esigenze del mondo del lavoro, individuando di volta in volta le aree più promettenti.

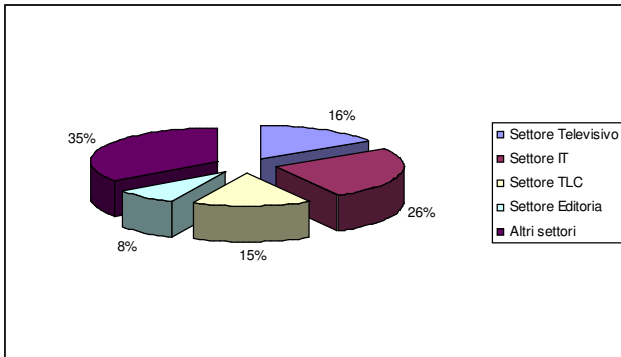
In particolare le aziende partner sono coinvolte:

- . Nella didattica (lezioni frontali, laboratori, esercitazioni, seminari tematici)
- . Partecipando ad un cluster di aziende per la realizzazione di un Progetto di Lavoro (PDL)
- . Ospitando e gestendo gli studenti in stage presso le proprie strutture
- . Finanziando borse di studio per favorire la partecipazione al master degli studenti più meritevoli
- . Nella definizione annuale delle specializzazioni
- . Nella selezione dei candidati

#### Alcune delle aziende partner del master:

ACCENTURE, ASSINFORM, CISCO SYSTEMS, DE AGOSTINI MULTIMEDIA, EURIX GROUP, REAL LIFE TV, AVID, APPLE, T-SYSTEM, MICROSOFT, FASTWEB, CORRIERE DELLA SERA, EXPOPAGE, 3 MOBILE (H3G), HP, IBM, IL SOLE 24 ORE, KATAWEB, MEDIASET, RAI, SKY, STMICROELECTRONICS, TELECOM ITALIA, WIND

#### Placement atteso



#### A chi è rivolto il Master

A seconda della provenienza degli studenti, sono delineati due percorsi formativi: uno marcatamente tecnico-gestionale, per coloro che hanno già acquisito competenze nella elaborazione multimediale dell'informazione e un secondo maggiormente orientato allo sviluppo di contenuti e format, per coloro che non posseggono competenze di elaborazione multimediale.

Saranno quindi selezionati laureati in possesso di una cultura tecnico-scientifica, che vogliano approfondire ed imparare a gestire i processi e le tecnologie che stanno alla base della catena del valore del settore Media; laureati che, provenendo da una cultura umanistica, intendano approfondire e completare la conoscenza delle nuove

tecnologie di produzione e distribuzione dei contenuti, fondamento del moderno mondo dei Media.

#### Modalità

**Ammissione:** il programma del Master è rivolto a studenti italiani e stranieri, in possesso di una laurea specialistica o del vecchio ordinamento, nelle seguenti aree: discipline umanistiche, scienze applicate, ingegneria ed economia.

Il posti disponibili per la partecipazione al Master sono per 30 studenti.

L'ammissione è subordinata al superamento di una selezione sulla base del *curriculum vitae* (accademico/professionale) e di un colloquio.

Per informazioni sull'iscrizione si veda:

[www.iusspavia.it/master\\_stm](http://www.iusspavia.it/master_stm)

Ogni partecipante sarà informato sullo stato della propria candidatura.

**Costo:** la quota di partecipazione è di € 7.500,00 e comprende:

- o Tassa d'iscrizione
- o Frequenza ai corsi regolari e ai seminari previsti dal piano di studi
- o Materiale didattico
- o Accesso all'aula multimediale
- o Uso del laboratorio di produzione e post-produzione, e dei notebook della Scuola

#### Borse di studio e finanziamenti

**La Scuola mette a disposizione Borse di Studio agli studenti più meritevoli.**

Sono inoltre previste Borse di studio erogate dal Ministero dell'Università e della Ricerca. Tutte le informazioni a riguardo sono disponibili sulla nostra pagina Web: [http://www.iusspavia.it/master\\_stm](http://www.iusspavia.it/master_stm)

Per gli studenti che fossero interessati è possibile accedere a conti agevolati presso la Banca Regionale Europea o chiedere Borse di studio presso la propria Regione qualora questa lo prevedesse

Sono inoltre previsti i finanziamenti allo studio "Diamogli credito" e "Conto Cresco" ([www.iusspavia.it](http://www.iusspavia.it) - servizi)

## Sede

I corsi si tengono presso la sezione laureati del **Collegio Nuovo, Fondazione “Sandra ed Enea Matte”** - Via Ettore Tibaldi n. 4, 27100 Pavia (<http://colnuovo.unipv.it/>)

### **Come arrivare:** In aereo

Milano-Linate, Milano-Malpensa e l'aeroporto di Bergamo "Orio al Serio.

### In treno

Pavia si trova sulla linea ferroviaria Milano (30 min.) – Genova (90 min.).

### **PER ULTERIORI INFORMAZIONI**

IUSS - Istituto Universitario di Studi Superiori  
Viale Lungo Ticino Sforza, 56 - 27100 Pavia, Italia  
Website: [www.iusspavia.it/master\\_stm](http://www.iusspavia.it/master_stm)  
Email: [master.stm@iusspavia.it](mailto:master.stm@iusspavia.it)