

# Media Education Manager MEM

## Management dell'Apprendimento Digitale

**Ma  
ste  
r**  
Cattolica

**FACOLTÀ DI SCIENZE DELLA FORMAZIONE**  
a.a. 2017/2018 - II edizione  
Brescia, gennaio 2018 - marzo 2019



Master universitario di secondo livello

UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

La sempre maggior penetrazione della tecnologia nei processi di apprendimento degli adulti, unita alla necessità delle Aziende di ridurre il tempo che i propri dipendenti spendono in aula, sta incrementando la richiesta di percorsi di formazione che sfruttino al massimo tali tecnologie, fornendo al contempo lo stesso livello di efficacia in termini di gradimento, apprendimento, applicazione e risultati di business. I progressi delle tecnologie didattiche rendono raggiungibili tali obiettivi, ma richiedono al tempo stesso una forte evoluzione delle competenze necessarie a trasformare i processi ed i contenuti formativi dall'aula al computer (oppure allo Smartphone).

Un tale scenario pone le condizioni per la nascita di una nuova figura professionale che coordini e faciliti i processi organizzativi e di apprendimento individuale tramite digital e social media; non più come semplice responsabile della formazione o “realizzatore di interventi di e-learning”.

In questo senso, il Master **MEM** rappresenta il primo progetto di alta formazione dedicato allo sviluppo delle competenze necessarie a tale profilo. E' rivolto alla creazione e specializzazione di profili professionali in grado di utilizzare i media digitali e sociali per coordinare e gestire i processi di sviluppo delle conoscenze e delle competenze nell'ambito aziendale e della consulenza. In particolare, viene privilegiata l'attività di **progettazione, gestione e monitoraggio/valutazione** di processi organizzativi e formativi.

Prof. Pier Cesare Rivoltella  
Direttore del Master

In collaborazione con



## Profilo dei partecipanti

Il Master è rivolto a chi sia in possesso di una Laurea Specialistica o di una Laurea conseguita secondo gli orientamenti didattici precedenti all'entrata in vigore del DM n. 509/1999.

Il Master è rivolto sia a studenti privati, sia ad aziende che decidano di finanziare la partecipazione di propri dipendenti.

## Destinatari

I campi di applicazione di questo Master sono:

- Nella funzione di HR development, per la progettazione e creazione di corsi e percorsi digitalizzati e integrati in un approccio blended learning.

- Nelle direzioni Marketing e Commerciale, per la creazione di sistemi e processi di education dei clienti relativi all'utilizzo di prodotti e servizi.

- Nella direzione IT, per sviluppare competenze di gestione dei processi formativi, integrandoli a competenze tecniche di utilizzo dei media.

## Piano formativo

Il Master ha la durata di un anno accademico per complessivi 60 CFU, si struttura in:

- Corsi frontali in aula e attività pratica guidata (50 CFU);
- Stage (4 CFU);
- Prova finale (6 CFU).

## Organizzazione didattica

L'attività didattica erogata dal Master è articolata in **nove moduli tematici** più una giornata di avvio e una di valutazione (queste due giornate vengono accorpate nel decimo modulo, "Modulo Organizzativo").

Ciascun modulo tematico prevede attività didattiche differenziate (lezioni, seminari, laboratori, interventi di testimoni privilegiati, esercitazioni, analisi di caso, visite didattiche), in proporzione variabile da modulo a modulo.

L'impegno per i partecipanti prevede lavoro d'aula organizzato in **week-end intensivi** dal venerdì al sabato e **lavoro on line**.

Ogni modulo si sviluppa su **due giornate, inframmezzate da lavoro online**.

La prima giornata del modulo si tiene il **sabato**, la seconda il **venerdì** del mese successivo (a cui segue immediatamente la prima giornata del modulo successivo, di sabato; vedi schema-tipo).



Ogni modulo si sviluppa, tra lavoro d'aula e on line, per un tempo complessivo di cinque settimane organizzato come nella tabella seguente:

Settimana	Giornate	Mattina 9.00-13.00	Pomeriggio 14.00-17.30
1	Venerdi	Revisione attività on line - Lezione Modulo I	APG Modulo I
	Sabato	Lezione Modulo II	Lezione Modulo II (oppure APG Modulo II)
2	Attività on line Modulo II		
3			
4			
5	Venerdi	Revisione attività on line - Lezione Modulo II	APG Modulo II (oppure Lezione Modulo II)
	Sabato	Lezione Modulo III	Lezione Modulo III

## Elenco moduli e calendario

Modulo 0 (fine Gennaio 2018)	CFU	Classe
<p><b>Introduzione al corso</b> Presentazione del corso (obiettivi e modalità di organizzazione) e dei soggetti promotori. Conoscenza dei partecipanti. Testimonianze sul rapporto tra aziende, ICT, formazione/apprendimento degli adulti e sviluppo della società</p>	5	M-PED/03
<p><b>Modulo 1 (fine Gennaio - fine Febbraio 2018)</b></p> <p><b>Tecnologie didattiche e comunicazione multimediale</b> Introduzione al tema delle tecnologie a servizio dell'apprendimento. I concetti di base e le "parole chiave" (glossario). Panoramica sulle potenzialità e sulle criticità. Elementi di didattica e di apprendimento in età adulta</p>	5	M-PED/03
<p><b>Modulo 2 (fine Febbraio - fine Marzo 2018)</b></p> <p><b>Collegare i progetti formativi alle esigenze di Business dell'Organizzazione</b> Il modulo si propone di fornire un metodo per rendere le competenze oggetto di formazione il più possibile correlate al raggiungimento degli obiettivi delle aziende, proponendosi quindi non come "cultura" fine a se stessa, ma come importante leva strategica, realizzando nel concreto il ruolo di Business Partner delle Funzioni di Linea. Il processo parte dall'indagine degli obiettivi, prosegue con l'identificazione degli indicatori di prestazione (KPI), traduce gli obiettivi in fattori chiave di successo, cioè nelle azioni necessarie per conseguire un risultato. Le azioni sono poi declinate nelle relative competenze e nel piano di erogazione con strumenti digitali. Temi che verranno affrontati:  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Metodo di indagine degli obiettivi strategici, una sequenza di intervista</li> <li>■ Costruzione di un albero diagnostico prima fase: dagli obiettivi, ai KPI, ai Fattori chiave di successo</li> <li>■ Analisi di business case</li> <li>■ Costruzione di un albero diagnostico seconda fase: dalle azioni necessarie alle competenze e ai comportamenti attesi</li> </ul> </p>	5	M-PED/03
<p><b>Modulo 3 (fine Marzo - fine Aprile 2018)</b></p> <p><b>Progettazione multimediale e di ambienti per il Blended Learning</b> Panoramica e "stato dell'arte" delle tecnologie utilizzate (e che verranno) a supporto dell'apprendimento: LMS, MOOC e altri tools.</p>	5	M-PED/03
<p><b>Modulo 4 (fine Aprile - fine Maggio 2018)</b></p> <p><b>Progettazione di sistemi di apprendimento digitali</b> La progettazione e la programmazione didattica e dell'apprendimento (EAS) in un contesto e sfruttando tecnologie digitali</p>	5	M-PED/03
<p><b>Modulo 5 (fine Maggio - fine Giugno 2018)</b></p> <p><b>Il "Digital Training": Project e Programme Management</b> Il modulo si propone di dare ai partecipanti una visione completa e operativa degli standard di gestione di un progetto di Digital Training. I partecipanti condivideranno la metodologia e sperimenteranno le tecniche e gli strumenti di pianificazione e gestione operativa di un progetto, secondo gli standard internazionali di settore (linee guida del PMBoK® PMI®). Dopo una sessione più generale di presentazione del ciclo di vita di un progetto e dei vincoli più importanti, si lavorerà in modalità Active Learning: per ogni passaggio il docente spiegherà brevemente le tecniche, i partecipanti le applicheranno in aula ai progetti affrontati, e poi si discuteranno in plenaria i risultati ottenuti (e le tecniche proposte), accompagnando in maniera trasversale lo sviluppo del Project Work.</p>	5	M-PED/03

	CFU	Classe
<p>Grazie al modulo, i partecipanti saranno in grado di padroneggiare e applicare le tecniche di project management alla realizzazione di progetti di Digital Training.</p> <p>TemI che verranno affrontati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Progetto, processi, programmi; il ciclo di vita della gestione del progetto</li> <li>■ Sviluppare il Business Case</li> <li>■ L'avvio del Progetto: Stakeholders e Project Charter</li> <li>■ Definire l'ambito (Scope) di progetto: WBS e Activity list</li> <li>■ Definire le risorse umane necessarie al progetto: RAM</li> <li>■ Stimare i costi e la durata delle attività</li> <li>■ Determinare la sequenza e pianificare i tempi</li> <li>■ Cenni sul monitoraggio e controllo dei tempi, dei costi e dello scope</li> <li>■ Chiusura del Progetto</li> </ul>	5	M-PED/03
<b>Modulo 6 (fine Giugno - inizio Settembre 2018)</b>		
<p><b>Progettare la Gamification e sistemi di engagement</b></p> <p>Il modulo affronta il rapporto tra apprendimento, motivazione e gioco, tramite un lavoro pratico e teorico rivolto alla costruzione di sistemi di engagement che utilizzino la gamification come fattore di stimolo della motivazione intrinseca.</p> <p>Grazie ad esso, il discente sarà in grado di valutare criticamente l'opportunità di applicare la gamification agli obiettivi formativi dell'Organizzazione, nonché guidare il design delle attività, avendo maggior competenza relativa alla costruzione del sistema ludico.</p> <p>TemI che verranno affrontati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cos'è e cosa non è la gamification</li> <li>■ Basi teoriche sull'utilizzo del gioco nella formazione on ed offline</li> <li>■ Come costruire un sistema didattico con la gamification</li> <li>■ Rendere ludico l'e-learning: Learning Games e cenni di game design</li> <li>■ Rendere ludici i curriculum formativi: utilizzare gli LMS per costruire percorsi di formazione ingaggianti</li> <li>■ Progettazione di un percorso didattico di gamification.</li> </ul>	5	ING-INF/05
<b>Modulo 7 (inizio Settembre - inizio Ottobre 2018)</b>		
<p><b>Social Networking e Social Learning</b></p> <p>Questioni e strategie per "vendere" (motivare) le soluzioni di e-learning all'organizzazione, ai partecipanti interni ed esterni. Resistenze e buone prassi.</p>	5	SPS/08
<b>Modulo 8 (inizio Ottobre - inizio Novembre 2018)</b>		
<p><b>Impatto della formazione digitale sui risultati dell'Organizzazione</b></p> <p>Un'organizzazione che apprende ("learning organization") è in grado di produrre, acquisire e collegare "competenze", migliorando i propri processi lavorativi, i risultati e, più in generale, la propria fitness al contesto di business in cui è inserita.</p> <p>Il modulo si propone di esplorare, da una prospettiva logica e metodologica, i passaggi che collegano processi e risultati di apprendimento delle persone con gli obiettivi di sviluppo delle organizzazioni, tenendo in particolare considerazione il contributo delle tecnologie digitali.</p> <p>Al termine del modulo i partecipanti avranno maturato una piena consapevolezza dei modelli valutativi e dei relativi costi e benefici; chiarito i vantaggi e le condizioni di applicabilità della valutazione di impatto (sui risultati dell'organizzazione); elaborato un disegno valutativo ed i relativi strumenti su un caso aziendale concreto.</p> <p>TemI che verranno affrontati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Panoramica dei modelli per la valutazione della formazione</li> <li>■ Dal focus sull'insegnamento, al focus sulle competenze e sugli obiettivi organizzativi</li> <li>■ Individuare i "Key Performance Index" per misurare il trasferimento degli apprendimenti sulla performance degli individui ("performance tracking")</li> <li>■ I fattori di disturbo ("bias") nella misura degli impatti organizzativi</li> <li>■ Il "Return On Investment" (ROI) della formazione: condizioni di applicabilità</li> <li>■ Gli impatti non previsti: logiche di ricerca ed analisi qualitative</li> </ul>	5	M-PED/03
<b>Modulo 9 (inizio Novembre - inizio Dicembre 2018)</b>		
<p><b>Comunicazione ed animazione delle community di apprendimento digitali</b></p> <p>I temi della gestione della didattica online: animare community, monitorare ("tenere le fila de-") i percorsi, facilitare la comunicazione, implementare forme di riflessività sulle esperienze.</p>	5	M-PSI/05
<b>Modulo 10 (avvio: inizio Dicembre 2018 - consegna: 15 Febbraio 2019)</b>		
<p><b>Chiusura del percorso in presenza; valutazione</b></p> <p><b>Project Work</b>, da svolgersi a partire dal modulo 7, in parallelo all'attività online</p> <p>Attività di <b>stage/tirocinio</b> che può essere seguita in qualsiasi momento dell'anno</p>	10	

La conclusione del Master (discussione del project-work) è prevista nel mese di Marzo 2019.



## Direttore

Pier Cesare Rivoltella

Università Cattolica del Sacro Cuore

## Consiglio direttivo

Camillo Regalia

Università Cattolica del Sacro Cuore

Piermarco Aroldi

Università Cattolica del Sacro Cuore

Simona Ferrari

Università Cattolica del Sacro Cuore

Lorenzo De Grandi

Choralia

Claudio Zamagni

Choralia

Gianluca Braga

Choralia



# Il Master in sintesi

## Caratteristiche distintive

Il Master ha la durata di un anno accademico per complessivi 60 Crediti Formativi Universitari (CFU) pari a **1500 ore**, così suddivise:

■ **300 ore** di attività didattica erogata (con articolazione integrata di attività in presenza - insegnamenti, laboratori, seminari, testimonianze, visite didattiche - e attività on-line: forum guidati, gruppi di lavoro ecc) di cui:

- **150 ore** in presenza (10 moduli per 11,5 ore ciascuno paria a 115 ore di lezione; 10 incontri x 3,5 ore ciascuno = 35 ore di APG in presenza);

- **150 ore** on-line (90 ore di attività e-learning tracciata; 15 ore di ascolto podcast; 45 ore di tutoring online su APG "in-field" di gruppo).

■ **150 ore** di APG di gruppo, da svolgersi fra gli incontri di un modulo, su casi pratici;

■ **450 ore** di stage/tirocinio e di elaborazione del project-work per la prova finale, di cui:

- **200 ore** di stage/tirocinio;

- **250 ore** di elaborazione del project work.

■ **600 ore** di studio, rielaborazione e approfondimento personale

## Articolazione interna dei singoli moduli

Ciascun modulo prevede attività per **125 ore** (5 CFU) così distribuite:

- **15 ore** di attività didattica erogata in presenza (con articolazione integrata di 11,5 ore di attività in presenza - insegnamenti, laboratori, seminari, testimonianze, visite didattiche - e di 3,5 ore di Attività Pratiche Guidate in presenza);

- **9 ore** di attività e-learning tracciata;

- **1 ora** di ascolto podcast specifici;

- **15 ore** di Attività Pratiche "in-field" di gruppo;

- **5 ore** di tutoring on-line sulle APG "in-field"

■ **80 ore** di studio, rielaborazione e approfondimento personale

ore per le attività on line, di stage e tirocinio);

- superamento con esito positivo della verifica prevista al termine di ciascun modulo;

- superamento con esito positivo della prova conclusiva del percorso formativo del Master.

A coloro che avranno ultimato l'intero percorso formativo, nel rispetto delle condizioni suddette, sarà rilasciato il titolo di **Master universitario di secondo livello in Media Education Manager (MEM)**.

## Modalità di iscrizione

L'iscrizione al Master prevede la selezione degli aspiranti in base alla valutazione dei titoli e delle esperienze maturate. I candidati potranno essere convocati per un colloquio che stabilirà, ad insindacabile giudizio di apposita commissione, gli studenti ammessi.

Quota di partecipazione:

La quota di partecipazione all'intero Master è di 4.000,00 euro. La prima rata, da versare all'atto dell'immatricolazione, è di 1.500,00 euro. La seconda rata, di 1.500,00 euro scade il 30 aprile 2018. La terza rata, di 1.000,00 euro scade il 30 giugno 2018.

Per i laureati dell'Università Cattolica che aderiscono al progetto "alumni" (<http://alumni.unicatt.it/alumni-home-chi-siamo>) sono previsti sconti che sono in fase di definizione e che verranno comunicati successivamente.

Scadenza invio candidatura:

Le iscrizioni si ricevono fino a lunedì 11 dicembre 2017.

I candidati devono inviare la domanda di ammissione seguendo le modalità indicate sul sito: [master.unicatt.it/ammisione](http://master.unicatt.it/ammisione)

Il numero massimo di ammessi è 40. La Direzione si riserva la possibilità di non attivare il Master qualora il numero dei candidati idonei risultasse inferiore a 12.

Si accettano iscrizioni da parte di coloro che prevedono di conseguire una laurea Magistrale/Specialistica o equivalente entro la sessione di marzo/aprile 2018, condizionate all'effettivo ottenimento del titolo nei tempi indicati.

## INFORMAZIONI E CONTATTI

Ufficio Master, Contrada Santa Croce, 17 - 25121 Brescia

tel.: + 39 030 2406 520 - fax: + 39 030 2406 505

e-mail: [master.universitari-bs@unicatt.it](mailto:master.universitari-bs@unicatt.it) - [master.unicatt.it](http://master.unicatt.it)



UNIVERSITÀ  
CATTOLICA  
del Sacro Cuore

[www.unicatt.it](http://www.unicatt.it)