



# Palazzo Spinelli Firenze

L'Alta Formazione  
nei Beni Culturali



## L'Associazione

L'Associazione No Profit Palazzo Spinelli nasce nel 1998 con l'obiettivo di contribuire alla difesa del patrimonio culturale mondiale tramite la promozione, l'organizzazione e la gestione di iniziative finalizzate allo studio, alla conservazione, al restauro, alla valorizzazione e alla fruizione dei beni storici e artistici.

Palazzo Spinelli opera ad oggi in oltre trenta Paesi sia tramite azioni dirette alla formazione e all'aggiornamento di figure professionali attive nel settore della gestione dei beni culturali, nella conservazione e nel restauro, nell'organizzazione di eventi, sia attraverso progetti realizzati in collaborazione con Enti pubblici e privati, con la Commissione Europea, l'Unesco e il Ministero degli Affari Esteri italiano.

Palazzo Spinelli è attualmente attivo nell'organizzazione, consulting e gestione di:

- Corsi riconosciuti di formazione, specializzazione e aggiornamento nel settore dell'arte, del restauro e del management dei beni del patrimonio culturale.
- Campagne di restauro, scavo archeologico, documentazione e catalogazione.
- Interventi di restauro e conservazione.
- Piani integrati di valorizzazione turistica e culturale.
- Realizzazione di conferenze e incontri tematici.
- Organizzazione e gestione di eventi artistici e culturali.

## L'Accreditamento

Palazzo Spinelli è un Istituto accreditato dalla Regione Toscana con Decreto n. 1722 del 25 marzo 2003 ed opera fin dalla sua nascita con corsi riconosciuti dai Ministeri della Pubblica Istruzione e del Welfare.

## la Nostra Mission

"Contribuire all'educazione e alla fruizione consapevole del patrimonio artistico e culturale dell'Umanità, sviluppando modelli di governance diretti ad accrescere il senso di appartenenza, l'interesse, il rispetto e la consapevolezza della propria e dell'altrui cultura"

## il Valore Internazionale

Dalla sua fondazione, l'Associazione ha promosso e coordinato progetti internazionali in oltre 60 Paesi.

Secondo il rapporto finale di monitoraggio del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali sugli interventi formativi per italiani residenti in Paesi extra-UE (dati 2012), Palazzo Spinelli ha conseguito i seguenti valori di customer satisfaction:

soddisfazione rispetto alla docenza: 9,6 su 10;  
soddisfazione rispetto alle attese: 9 su 10; utilità percepita: 9,6 su 10 (valore massimo tra tutti i corsi monitorati);

percentuale di partecipanti che rifarebbe il corso presso Palazzo Spinelli: 93%.

Gli studenti che hanno partecipato ai master dell'Associazione (dati 2003 - 2014) provengono da oltre 30 nazioni.





### La Sede Centrale

Palazzo Spinelli prende il nome dall'omonimo edificio del '500, sito in Borgo S. Croce al numero 10, prima sede storica dell'Istituto fin dal 1978. Nel 1985 vengono aperte due nuove sedi presso i Palazzi Ridolfi e Niccolini. Oggi, Palazzo Spinelli è posizionato presso il Palazzo Zanchini-Ridolfi, al numero 13 della famosissima Via Maggio, strada di riferimento per la quantità e qualità di botteghe artigiane, di arte e di antiquariato del centro di Firenze; qui, in diverse sedi affacciate sulla via, l'Istituto offre agli studenti la possibilità di operare all'interno dei propri laboratori ed ambienti didattici, oltre che agli spazi-mostre dedicati alla conservazione ed al restauro. Il palazzo, costruito a partire dai primi anni del '400, è espressione di quella tendenza della cultura architettonica fiorentina tardo-cinquecentesca ed ospita al suo interno, tra gli altri ambienti, una splendida cappella quattrocentesca con affreschi riconducibili alla scuola di Santi di Tito.

## Palazzo Spinelli nel mondo

### Auckland (NUOVA ZELANDA)

L'ufficio, in collaborazione con lo studio Carolina Izzo, è operativo da settembre 2016 ed opera nella promozione e diffusione delle attività del gruppo nel territorio dell'Oceania.

### Baku (AZERBAIJAN)

L'ufficio è operativo dal febbraio del 2016, come centro di riferimento per la consulenza e lo sviluppo di progetti di formazione, restauro e valorizzazione del patrimonio culturale azeri.

### Città del Messico (MESSICO)

L'ufficio è operativo da luglio del 2016, come centro di riferimento per la consulenza e lo sviluppo di progetti di formazione nel Paese. In collaborazione con l'Accademia de Arte de Florencia.

### Dubrovnik (CROAZIA)

Dal 2005, insieme alla Università di Dubrovnik, Palazzo Spinelli ha fondato e tutt'ora coordina il corso triennale: undergraduate study in conservation and restoration.

### Istanbul (TURCHIA)

Palazzo Spinelli opera in Turchia dal 2008 nella organizzazione di eventi, corsi di formazione e progetti di restauro, tramite proprie rappresentanze e in collaborazione con la Pera Güzel Sanatlar.

### Riyadh (ARABIA SAUDITA)

L'ufficio è operativo dal giugno del 2016, come centro di riferimento per la consulenza governativa nel settore della conservazione e del restauro e per lo sviluppo di progetti di valorizzazione del patrimonio culturale saudita.

### San Paolo (BRASILE)

L'ufficio è operativo dal 2014, come centro di riferimento per la consulenza e lo sviluppo di progetti di formazione nel Paese. In collaborazione con la Companhia do Restauro e con Museo a Ceu Aberto.

### Seoul (COREA DEL SUD)

L'ufficio è operativo dal marzo del 2015, con l'obiettivo di promuovere nel Paese le iniziative di Palazzo Spinelli, l'organizzazione di progetti formativi e di eventi culturali.

### Shanghai (CINA)

L'ufficio è operativo da marzo del 2016, come centro di riferimento per la consulenza e lo sviluppo di progetti di formazione nel Paese. In collaborazione con SPCCD (Shanghai Promotion Center of City of Design).

### Tirana (ALBANIA)

L'Istituto è attivo, dal gennaio 2015, con una propria scuola nella formazione e nella organizzazione e gestione di attività formative e di progetti di restauro nel Paese. In Collaborazione con l'Istituto centrale dei Monumenti, IMK.

### Tokyo (GIAPPONE)

La Scuola, fondata nel 1995, promuove l'organizzazione di corsi di restauro dipinti e carta e l'organizzazione di corsi di cultura e di tecniche tradizionali su carta giapponese (tecniche Hyogu).

## L'Iter Formativo

I master sono caratterizzati dal seguente iter formativo:

Prima fase - Lezioni teoriche, laboratori progettuali, esercitazioni pratiche, visite a imprese del settore, conferenze e interventi di esperti, seminari di studio, ricerca e documentazione, verifiche e valutazioni.

Seconda fase - Workshop progettuale

Terza fase - Stage operativo

Quarta fase - Esami finali

## Le Visite Tecniche e lo Study Tour

Durante i master sono previste una serie di visite tecniche presso musei, gallerie d'arte, teatri, laboratori, imprese del settore, studi di progettazione, uffici stampa, cantieri di restauro, associazioni culturali, ecc.

Gli studenti partecipano, inoltre, a convegni, conferenze, spettacoli, giornate di studio e di lavoro, workshop, ed altri eventi relativi ai temi trattati nel piano di studio.

## il Workshop Progettuale

Il workshop progettuale previsto all'interno di ogni master è un momento fondamentale per la formazione dei partecipanti in quanto permette di elaborare un progetto reale, sia che si tratti dell'organizzazione di un evento legato alle arti performative, che dello sviluppo di un piano di comunicazione per una realtà museale che, infine, dell'elaborazione di un progetto per una mostra d'arte.

## lo Stage Formativo

Lo stage, che costituisce oltre la metà del percorso formativo, ha lo scopo fondamentale di verificare in una reale situazione lavorativa quanto appreso nella fase residenziale dei corsi e durante la fase progettuale del workshop, dando quindi visibilità alle capacità e alla nuova prospettiva culturale di cui gli studenti si fanno portatori.

E' inoltre un momento essenziale per la loro crescita personale consentendo di venire a contatto con un contesto umano e lavorativo del tutto nuovo.

## Aziende Stage

Alcune delle aziende che hanno ospitato gli studenti dei nostri master:

Anyway Group - Milano  
Apice - Firenze  
Artemisia Srl - Milano  
Associazione Civita - Roma  
Associazione Fabbrica Europa - Firenze  
Biblioteca Nazionale Centrale di Firenze  
Christie's - Milano  
Commissione Nazionale Italiana per l'UNESCO  
Comune di Firenze  
Connecting Cultures - Milano  
Contemporanea Progetti - Firenze  
D'Uva Workshop Srl  
Dafne Srl - Firenze  
Ente Cassa di Risparmio di Firenze - Firenze  
European Consulting Agency - Parma  
Farsetti Arte Casa D'Aste  
Fondazione Antonio Mazzotta - Milano  
Fondazione del Monte - Bologna  
Fondazione DNArt - Milano  
Fondazione Fitzcarraldo - Torino  
Fondazione Guggenheim - Venezia  
Fondazione Museo Home - Firenze  
Fondazione Palazzo Strozzi  
Fondazione Pitti Immagine - Firenze  
Fondazione Ragghianti - Lucca  
Fondazione Rinascimento Digitale - Firenze  
Fratelli Alinari - Firenze  
Frittelli Arte Contemporanea - Firenze  
Furini Arte Contemporanea - Arezzo  
Galleria degli Uffizi, Firenze  
Galleria dell'Accademia - Firenze  
Galleria Tornabuoni - Firenze  
Genova Film Festival - Genova  
Gnam (Galleria Nazionale di Arte Moderna) - Roma  
Guest System - Firenze  
Istituto Museo degli Innocenti - Firenze  
La Corte Arte Contemporanea  
Laboratorio delle Idee - Bologna  
Mac (Museu D'Art Contemporani) - Barcellona  
Milano Film Festival - Milano  
Mismaonda - Bologna  
MLAC (Museo Laboratorio Arte Contemporanea) -  
Museo H.C. Andersen - Roma  
Museo Opera del Duomo, Firenze  
Museo Salvatore Ferragamo - Firenze  
Open Care Spa - Milano  
Opera Santa Croce - Firenze  
Palazzo Ducale - Genova  
Parallelo Sas - Firenze  
PS Design Consultants - Milano  
Rai Educazione - Roma  
Salone dell'Arte e del Restauro - Firenze  
Soprintendenza Speciale PSAE e Polo Museale Firenze  
Space Cultura e Innovazione  
Teatro della Limonaia - Firenze  
The Brick Lane Gallery - Londra  
Wolfsoniana - Genova





Master in  
in Management degli Eventi  
dello Spettacolo

spettacolo

XI edizione



con il patrocinio di:

ANCI Toscana

Camera di Commercio  
di Firenze

in collaborazione con:

Pinocchio Jazz Festival

Teatro della Pergola

Eventi Music Pool

Teatro della Limonaia

Fondazione Fabbrica  
Europa

## contesto di riferimento

### Perché un Master in Management degli Eventi dello Spettacolo

Il mondo dello spettacolo, estremamente variegato e complesso, necessita di una valorizzazione economica e di una gestione razionale che sia in grado di metterne in luce le peculiarità artistiche e la particolare valenza culturale all'interno della società attuale, soprattutto presso quella fetta di pubblico caratterizzata dai più giovani che si dimostra sempre più interessata a questo settore, ma che molto spesso è sprovvista degli strumenti necessari per poter apprezzare e capire il "significato" di determinate manifestazioni del mondo dello spettacolo e che non viene messa in grado di poterne usufruire in modo continuativo. Considerando inoltre l'enorme ricchezza che il nostro Paese è in grado di esprimere in questo settore, risulta sempre più importante riuscire a trovare delle professionalità capaci di gestire e valorizzare al meglio queste risorse così come già accade in altri paesi europei ed extra-europei. A fronte di questa nuova e pressante esigenza, si rileva una scarsa efficacia e innovatività degli strumenti che vengono forniti a coloro che operano in questo ambito rischiando quindi di frenare un settore in continua crescita e fermento.

## obiettivi del Master

Il Master ha un taglio operativo, modulato sulle specifiche figure professionali attualmente richieste nel settore dello spettacolo. L'obiettivo principale è quello di formare delle figure altamente specializzate nel settore dell'organizzazione di eventi attraverso un percorso formativo che intende fornire gli strumenti pratici sia per l'ideazione, che per la gestione e la promozione di spettacoli. I settori presi in considerazione vanno dalla danza, al teatro, al cinema, ai concerti di musica, all'Opera, fino a toccare festival interdisciplinari. Grazie al contatto diretto con professionisti del settore e alla forte progettualità che viene messa in campo per la realizzazione dell'evento finale, questo Master permette di acquisire strumenti e competenze imprescindibili per entrare in un ambito lavorativo estremamente dinamico e complesso.

## la figura professionale

La figura professionale di riferimento è quella di un manager di elevata cultura ed esperienza, che sappia tenere il passo con le innovazioni e i profondi mutamenti che il settore sta vivendo.

La figura professionale definita dal corso avrà conoscen-

ze specifiche di marketing, comunicazione e gestione di eventi dello spettacolo, nel totale rispetto della normativa di settore. Dovrà essere in grado di organizzare comunicati stampa e promuovere nel modo più adeguato gli eventi sul territorio. Dovrà avere solide conoscenze, per poter elaborare un piano di comunicazione e un piano di fundraising, nonché realizzare il budget. Avrà inoltre le competenze per stipulare contratti con gli artisti e con le agenzie. Dovrà infine acquisire le conoscenze di base da un punto di vista tecnico (luci, suono, audiovisivi ecc.).

## destinatari

### Il Master è riservato a:

- Laureati del vecchio ordinamento didattico (anteriore alla riforma universitaria dell'A.A. 2001/2002) in Lettere, Storia e Conservazione dei Beni Culturali, Operatori per i Beni Culturali, Architettura e simili;
- Laureati del nuovo ordinamento didattico in tutte le lauree rientranti nella classe di Scienze dei Beni Culturali, di Tecnologie per la conservazione e il restauro dei Beni Culturali, di Conservazione e restauro del patrimonio storico-artistico, di Storia dell'arte e simili; e inoltre a laureati in Scienze del turismo per i Beni Culturali, in Scienze dell'economia e della gestione aziendale, Comunicazione e gestione nei mercati dell'arte e della cultura e simili;
- Laureati in tutti gli altri corsi di laurea, previa valutazione da parte del Comitato Scientifico.
- Diplomatici presso le Accademie di Belle Arti, DAMS, Conservatori Musicali e professionisti.
- L'accesso è ugualmente consentito a studenti che abbiano conseguito pari titolo presso Università straniere.

### Ammissione degli studenti stranieri

Sebbene le lezioni siano tenute in italiano, i corsi non presentano eccessive difficoltà per quegli studenti stranieri che sono in possesso di un adeguato livello di espressione e comprensione della lingua italiana. Sugeriamo agli studenti stranieri di frequentare un corso di lingua italiana presso l'Istituto Italiano di Cultura del loro Paese, oppure, presso il nostro Istituto a Firenze.

## struttura del master

### Durata, orario di frequenza, iter formativo, sede, posti disponibili, coordinamento didattico

Periodo di durata del Master:  
10 mesi: 6 di lezione e 4 di stage  
dal 09/10/2017 al 28/07/2018

Iter formativo: 1500 ore

- **Prima Fase** (09 ottobre 2017 – 30 marzo 2018): lezioni teoriche, laboratori progettuali, esercitazioni pratiche, visite a imprese del settore, conferenze e interventi di esperti, seminari di studio, ricerca e documentazione, verifiche e valutazioni.
- **Workshop progettuale** per l'ideazione, l'organizzazione e la realizzazione di un evento dello spettacolo, studio individuale.
- **Seconda Fase** (02 aprile 2018 - 28 luglio 2018): minimo 4 mesi di stage formativo da svolgere in Italia o all'estero. Esami finali.

### Orari di Frequenza:

Tutti i giorni dal lunedì al venerdì per un totale di 20/24 ore settimanali

### Sede del Master:

Palazzo Ridolfi, Via Maggio 13 50125 – Firenze  
Tel: +39 055 282951  
Fax: +39 055 217963

### Posti disponibili:

Il Master è a numero chiuso fino al completamento di una classe da 15 Partecipanti.

### Coordinamento Didattico:

Dr.ssa Lorenza Raspanti  
Tel: +39 055 282951  
l.raspanti@palazzospinelli.org

## crediti formativi

### Riconoscimento dei crediti formativi in ingresso

Ogni percorso formativo deve incrementare il livello delle competenze già possedute dal partecipante, ovviamente in relazione agli obiettivi finali da raggiungere. Per questo motivo, Palazzo Spinelli prevede idonee ed adeguate procedure di accertamento delle competenze

in ingresso nella fase di raccolta delle richieste di partecipazione, come segue:

1. Esame dei titoli di studio e delle certificazioni di lavoro. I candidati sono pregati di inviare la copia di tutti gli attestati che hanno attinenza con il corso scelto.
2. Comparazione tra i programmi di studio delle materie affrontate durante il corso di laurea e i programmi di studio delle discipline comprese nei corsi di Palazzo Spinelli.
3. Verifica dei requisiti in ingresso validata e verbalizzata dal Comitato di Valutazione.
4. Nel caso in cui tale verifica dovesse concludersi con il riconoscimento di crediti in ingresso, lo studente sarà dispensato dalla frequenza delle relative Unità Formative.

Ogni credito in ingresso comporta una riduzione della quota di partecipazione che è stabilita dalla Direzione in base ad una tabella di corrispondenza dei programmi di studio.

### Crediti formativi in uscita

Il Master rilascia 60 crediti formativi, i quali sono riportati sulla certificazione finale e sono calcolati sulla base della durata effettiva dei singoli moduli e materie, tenendo presente l'incidenza che su questi hanno avuto lo studio e le ricerche individuali.

Tali crediti possono essere fatti valere per la prosecuzione degli studi in quanto riconoscibili dalle Università statali e non statali, per quanto riguarda l'Italia ai sensi del D.M. 509/99 sull'autonomia didattica degli Atenei, modificato dal D.MIUR 270/04.

## piano di studi

### Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Tecniche di marketing
- Marketing e comunicazione per lo spettacolo
- Comunicazione Interpersonale e Team Working

### Area Normativa

- Legislazione per lo spettacolo
- Sicurezza sui luoghi di lavoro

### Area Economico - Finanziaria

- Tecniche di gestione del budget e Europrogettazione
- Fundraising per le imprese culturali
- Contratti con l'artista e le agenzie

### Area Tecnico - Artistica

- Organizzazione e gestione dell'ufficio stampa

- Il prodotto televisivo e radiofonico
- Il prodotto cinematografico
- Il concerto, il festival e il prodotto musicale
- Il prodotto teatrale e operistico
- La danza e le performing arts
- Tecniche di organizzazione, gestione di eventi dello spettacolo

#### Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

#### Progettazione sul campo

- Workshop progettuale di organizzazione, gestione e promozione di un evento dello spettacolo

#### Visite tecniche, seminari e study tour

- Visite tecniche a Teatri, Spettacoli, Festival
- Seminari interni con Visiting Professors
- Study tour

#### Stage operativo

- Stage operativo in aziende, Musei, Enti ecc.

N.B. I programmi didattici potranno subire delle variazioni sulla base delle risultanze dei monitoraggi periodici, dell'inserimento di visite tecniche e di interventi di professionisti esterni

## i moduli

### :: Tecniche di marketing

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire le conoscenze di base del Marketing per poter comprendere la contestualizzazione che tale ambito professionale necessita nel settore dello spettacolo.

#### Argomenti Trattati

Introduzione al Marketing: principi e applicazioni, comprendere e segmentare, il posizionamento, marketing strategico e marketing operativo. Il Marketing Mix, Customer Relationship Management, Direct Management, Public Relations.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, attività di gruppo, discussione e confronto, Case history, studio individuale

### :: Marketing e comunicazione per lo spettacolo

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo si propone di fornire agli studenti un marketing kit, che consenta di apprendere una competenza operativa nel campo della progettazione, dell'organizzazione e della promozione di eventi dello spettacolo, ponendosi i seguenti obiettivi formativi: acquisire una capacità di lettura del contesto competitivo tale da delimitare con successo le guide line da perseguire; sviluppare un'attitudine progettuale nel pensare e realizzare strumenti che consentano di attuare le azioni necessarie a ottenere i goal prefissi; raggiungere un livello eccellente sull'operatività progettuale, grazie all'utilizzo e alla comprensione di tecniche che diano tangibilità al lavoro teorico e allo studio di Case history.

#### Argomenti Trattati

La comunicazione istituzionale e di prodotto, Corporate Identity, Logo e immagine coordinata, Brand Book, la comunicazione creativa, la campagna pubblicitaria, strategia comunicativa (stimolo della percezione, attrattiva, comprensione), attività di comunicazione, i materiali di comunicazione. Il piano di comunicazione, definizione degli obiettivi, definizione dei target, il processo di realizzazione. Il piano media, caratteristiche dei media, pianificazione dei mezzi (copertura geografica, timing), caratteristiche della comunicazione web, valutazione dei risultati.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, discussione e confronto, attività di gruppo, Case history, studio individuale.

### :: Comunicazione interpersonale e Team Working

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di sviluppare le competenze comunicative e persuasive al fine di adottare comportamenti e stili di comunicazione flessibili e adeguati alle diverse situazioni. Si cerca di sviluppare delle abilità di gestione della relazione e sul miglioramento delle capacità di individuazione e comprensione delle esigenze dell'interlocutore. Si vuole inoltre approfondire le tematiche legate alla comunicazione pubblica, alla comunicazione che si attiva nella gestione delle relazioni interpersonali con clienti e collaboratori e alla comunicazione intesa come marketing di se stessi, cioè come capacità di promuovere se stessi e le proprie capacità. Ultimo fine è quello di perfezionare le dinamiche relazionali, migliorare la comprensione e la gestione delle persone in un ambiente di lavoro e realizzare gruppi sempre più efficaci e coesi.

#### Argomenti Trattati

Competenza comunicativa. Gestione della relazione. Programmazione Neurolinguistica. Linguaggio di precisione.

Influenza della comunicazione su comportamenti e atteggiamenti. Comunicazione persuasiva. Elementi di comunicazione scritta efficace. Ascolto "partecipativo". Intelligenza emotiva. La comunicazione in pubblico. Gestione psicologica di un gruppo. Fattori che influenzano il grado di efficacia di una comunicazione. Come presentare se stessi. Come presentare il progetto aziendale. Come strutturare un discorso in modo chiaro ed efficiente. Come gestire le emozioni e gli stati d'animo durante la comunicazione. Creare un'immagine di se stessi e della propria azienda. Gestione dello stress. Apprendere e gestire il comportamento organizzativo. Cultura organizzativa e mentoring. Coinvolgimento, condivisione e responsabilità. Gruppo, gruppo di lavoro, lavoro di gruppo. Auto-stima, auto-efficacia. La teoria motivazionale. I processi decisionali di gruppo. Come costruire una relazione di fiducia. Tecniche per il problem-solving di gruppo. Dinamiche di gruppo. Team al lavoro. Gestione del conflitto e negoziazione. Leadership. Elementi di Analisi Transazionale nella gestione del gruppo.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, discussione e confronto, attività di gruppo, Case history, studio individuale.

### :: Legislazione per lo spettacolo

#### Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo è quello di offrire una panoramica generale della legislazione in materia di spettacolo. Il punto di partenza è generale per poi addentrarsi in ambiti più specifici relativi soprattutto al diritto d'autore, ai finanziamenti e alle sponsorizzazioni che risultano essere particolarmente importanti nello svolgimento del lavoro di organizzazione di eventi dello spettacolo.

#### Argomenti Trattati

Rilievo costituzionale dei beni culturali; aspetti generali della legislazione dello spettacolo; controllo pubblico sulle attività di spettacolo dal vivo, la tutela del diritto d'autore, il finanziamento delle attività di spettacolo attraverso le sponsorizzazioni ed erogazioni liberali, le risorse umane nel settore dello spettacolo, la gestione dello spettacolo dal vivo, la circolazione delle opere destinate allo spettacolo.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, discussione e confronto, studio individuale.

### :: Sicurezza e salute nel lavoro

#### Obiettivi del Modulo

La finalità del modulo è quella di fornire agli studenti una adeguata conoscenza delle leggi in materia di sicurezza e salute del lavoro per svolgere con sicurezza il proprio ruolo all'interno dei laboratori o in cantieri esterni.

#### Argomenti Trattati

I fattori di rischio. Segnaletica e contrassegni di pericolo. Rischio chimico. Rischio biologico. Sicurezza nei laboratori. Agenti biologici nelle biblioteche. Microclima e movimentazione. Rischio psicosociale.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale in aula, esercitazioni pratiche, studio del manuale d'Istituto.

#### Verifiche

Test periodici e verifiche orali.

### :: Tecniche di gestione del budget e Europrogettazione

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire corrette competenze economiche e finanziarie per rendere capace il corsista di operare sia nell'ambito dell'europrogettazione, per quanto concerne le fasi del piano economico e della rendicontazione, sia, più in generale, nell'ambito della organizzazione eventi, interfacciandosi con Istituti bancari, Istituti di credito, realtà economiche e finanziarie diversificate.

#### Argomenti Trattati

Introduzione ai fondi pubblici. Finanziamenti diretti e indiretti. I bandi e le gare pubbliche. Analisi dei principali siti internet e delle gazzette ufficiali. Breve introduzione al programma Cultura della UE. Presentazione generale del programma. Analisi del bando e degli strand. Analisi della documentazione da produrre. Analisi dei documenti relativi al budget da presentare. Principi di Project Management. Compiti del project manager. Presentazione dei principali metodi di project management. Elementi distintivi del Project Cycle Management. Vincoli del progetto. Risk management. La Work Breakdown Structure. Diagramma di GANTT. Diagramma di PERT. Budgeting. Definizione di budgeting. Il Costo-uomo. Costi esterni vs costi interni. I costi indiretti. Esempi di costruzione budget di varia complessità.

#### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, discussione e confronto, attività di gruppo, esercitazione pratica, Case history, studio individuale.

### :: Fundraising per le imprese culturali

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di avvicinare l'allievo alle tecniche del fundraising attraverso l'analisi e l'approfondimento dei modelli di riferimento. Vengono fornite le competenze per poter pianificare un Piano di Ricerca fondi, per disporre di un canale di supporto economico-finanziario per un'Istituzione/Organizzazione culturale.

### Argomenti Trattati

Il Fundraising: filosofia e contesto. Caratteristiche. La definizione strategica. Analisi dei mercati: pubblico, privato. Il piano di fundraising: progettazione e pianificazione. Il processo di realizzazione. Ricerca dei donatori. Gestione dei rapporti con i donatori. I materiali di recruiting.

### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, discussione e confronto, attività di gruppo, Case history, studio individuale.

## :: Contratti con l'artista e le agenzie

### Obiettivi del Modulo

Il modulo ha tra i suoi obiettivi fondamentali quello di somministrare competenze ed abilità nella gestione dei rapporti contrattuali con gli artisti.

### Argomenti Trattati

Natura e nozione dei contratti artistici. Tipologia di artisti. Case discografiche, case cinematografiche, radioTV. Definizioni tecniche del contratto. Obbligazioni dell'artista. Esclusive. Cessione dei diritti. Obbligazioni delle case. Corrispettivi all'artista. Termini di pagamento. Inadempimenti. Terzi. Durata ed estensione del contratto. Opzione, prelazione, recesso. Il rapporto con l'artista. La pianificazione del booking.

### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, attività di gruppo, discussione e confronto, studio individuale

## :: Organizzazione e gestione dell'ufficio stampa

### Obiettivi del Modulo

Il modulo vuole fornire basi teoriche che consentano di predisporre comunicati stampa e di elaborare strategie di comunicazione dei progetti dello spettacolo.

### Argomenti Trattati

Analisi della stampa dello spettacolo. La redazione spettacolo. Gli indirizzi dell'ufficio stampa. La stesura di un comunicato stampa. Organizzazione di una conferenza stampa: la presentazione di un evento alla stampa. Il confezionamento della cartella stampa. Il materiale iconografico. Tempi, procedure e modalità dell'ufficio stampa. L'intervista. La rassegna stampa. Internet ed i comunicati stampa.

### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, esercitazioni pratiche, elaborazione di un progetto, studio individuale

## :: Il prodotto televisivo e radiofonico Il prodotto cinematografico Il concerto, il festival e il prodotto musicale Il prodotto teatrale La danza e le performing arts

### Obiettivi del Modulo

Obiettivo principale del modulo, d'impianto teorico, è la scoperta delle varie realtà operanti sul territorio nei diversi settori: cinema, teatro, lirica, musica, danza, radio, ecc. attraverso l'incontro con professionisti del settore che illustreranno le diverse modalità di gestione e di organizzazione di eventi.

### Argomenti Trattati

Elementi e Case history di musica, di danza, di musica classica e lirica, di cinema e teatro, radio e televisione. Visite tecniche presso Teatro della Pergola, Maggio Musicale Fiorentino, Festival dei Popoli, Eventi Music Pool, Korea Film Fest, Florence Dance Festival, RDF e Lady Radio, Pinocchio Jazz Festival.

### Metodologie Didattiche

Case history, visite tecniche.

## :: Tecniche di organizzazione e gestione di eventi dello spettacolo

### Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo consiste nell'affrontare il difficile ruolo dell'organizzatore di eventi dello spettacolo, nel percorso sfaccettato della costruzione dell'evento, sia che si tratti di teatro, di danza, di musica o di cinema. La stampa, le compagnie, la distribuzione e gli ambiti professionali, completeranno il programma.

### Argomenti Trattati

Il sistema e la politica degli eventi dello spettacolo in Italia. Breve rassegna normativa. I teatri stabili, misti, privati, compagnie. Il settore concertistico. Gli eventi cinematografici. Le rassegne. Il cartellone. Politiche della distribuzione. La tournée: aspetti tecnico-organizzativi. L'economia della tournée. L'amministrazione e l'agenzia della tournée. La produzione dell'evento. Il testo, la messinscena, il regista, il musicista, le luci, i ruoli tecnici. Il budget, i fornitori, noleggi. Le prove. La gestione della sala. La comunicazione e la sala stampa. Il pubblico. Le aziende implicate nell'organizzazione. Case history: il festival cinematografico, la rassegna teatrale, il concerto di musica jazz, pop, l'opera, la musica classica, il balletto, il festival.

### Metodologie Didattiche

Lezione frontale, attività di gruppo, discussione e confronto, studio individuale.

## :: Seminario di Lingua Inglese

### Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo è quello di permettere ai partecipanti di acquisire dimestichezza con la lingua Inglese parlata in modo da consentire la presentazione orale di progetti in un contesto internazionale.

### Argomenti Trattati

Esercizi di associazione tra suoni e concetti, esercizi fisici per acquisire ritmo e pronuncia corretta, acquisizione di vocaboli adatti per la comunicazione di settore.

### Metodologie Didattiche

Attività di gruppo, esercitazioni di gruppo.

## :: Workshop progettuale di organizzazione, gestione e promozione di un evento dello spettacolo

### Obiettivi del Modulo

Obiettivo principale del modulo è la messa in pratica delle nozioni acquisite durante gli altri moduli per la realizzazione di un evento sul territorio fiorentino.

### Metodologie Didattiche

Lavoro di gruppo, esercitazione pratica, realizzazione e promozione dell'evento.

## visite tecniche

Durante il corso sono previste una serie di visite tecniche presso teatri, aziende di comunicazione, enti radiofonici, spettacoli ecc. Gli studenti parteciperanno, inoltre, a convegni, conferenze, giornate di studio e di lavoro, workshop, ed altro relative ai temi trattati nel piano di studio.

## study tour

### Un momento di formazione presso realtà lavorative importanti di una città italiana

Lo Study tour prevede una visita guidata in una città italiana per la partecipazione a convegni e seminari di settore e per la visita tecnica presso realtà di settore di particolare importanza ai fini della formazione professionale prevista dal Master. A tal fine è prevista 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.

## workshop

### Una fase progettuale concreta, un intenso lavoro di gruppo, la messa in pratica delle nozioni acquisite

Il workshop progettuale previsto all'interno del Master è un momento fondamentale per la formazione dei partecipanti in quanto permette di elaborare un progetto reale lavorando in gruppo e gestendo quindi problematiche che spesso sorgono in questo tipo di attività.

Durante questa fase, vengono quindi messi in pratica gli apprendimenti teorici conseguiti in aula e si affronta una progettazione sul campo che risulta essere fondamentale per la crescita professionale e umana dei singoli e del gruppo.

## lo stage operativo

### Un'opportunità di applicazione direttamente nel mondo del lavoro delle conoscenze e competenze acquisite durante il Master

Lo stage ha l'obiettivo di verificare in una reale situazione lavorativa quanto appreso nella fase residenziale del corso, ovvero di dare visibilità alle capacità e alla nuova prospettiva culturale di cui gli allievi si fanno portatori. Inoltre durante lo stage e sotto il coordinamento del tutor d'impresa, si realizzano incontri con strutture pubbliche e private, al fine di censire ulteriori potenzialità, ancora inesprese, presenti sul territorio.

Lo stage ha una durata di 560 ore (4/5 mesi), può essere svolto presso istituzioni culturali pubbliche o private sia in Italia che all'estero.

### Alcuni fra gli Enti Stage convenzionati con l'Associazione:

- Cantieri Florida - Firenze
- Circuito Teatri Possibili - Milano
- Compagnia Teatrale Lombardi Tiezzi - Firenze
- Eventi Music Pool - Firenze
- Fawi Fondazione Arezzo Wave - Arezzo
- Festival dei Popoli - Firenze
- Festival Oriente Occidente - Rovereto (Tn)
- Firenze dei Teatri - Firenze
- Florence Dance Center - Firenze
- Florence Queer Festival - Firenze
- Fondazione Cinema per Roma - Roma
- Fondazione Fabbrica Europa - Firenze
- Fondazione Pontedera Teatro - Pontedera (Pi)
- Fondazione Rossellini - Roma



- Fondazione Teatro delle Muse – Ancona
- Fondazione Teatro Regio di Parma - Parma
- Friends & Partners – Milano
- Giffoni Film Festival – Giffoni (Sa)
- Laboratorio delle Idee - Bologna
- La Primavolta Mismaonda – Bologna
- Live Srl - Firenze
- Metamusic - Pisa
- Parole e Dintorni - Milano
- Teatro della Limonaia a – Sesto Fiorentino (Fi)
- Teatro della Pergola – Firenze
- Teatro del Maggio Musicale Fiorentino – Firenze
- Teatro del Sale - Firenze
- Teatro Metastasio - Firenze
- Teatro Politeama Cascina Metarock -Cascina (Pi)
- Teatro Regio - Parma

## gli esami finali

L'esame finale consiste nella presentazione di un progetto, individuale, elaborato durante il corso del Master.

L'esame è sostenuto nell'Aula Magna di Palazzo Spinelli alla presenza di una commissione di valutazione composta da docenti del Master.

Il superamento dell'esame consente il conseguimento del diploma di Master in Management degli Eventi dello Spettacolo, rilasciato da Palazzo Spinelli e del certificato delle competenze e dei crediti formativi acquisiti.

## il comitato tecnico-scientifico

**Elisabetta Nardinocchi** - Direttrice del Museo Horne.

**Claudio Paolini** - Storico dell'Arte e funzionario della Soprintendenza per i Beni Architettonici ed il Paesaggio e per il Patrimonio Storico Artistico e Demoetnoantropologico per le province di Firenze Prato e Pistoia.

**Salvatore Siano** - Responsabile Area Tecnica presso il CNR di Firenze.

**Franco Vichi** - Coordinatore del CNA di Firenze.

## faculty

**Gianni Pini** - Presidente Music Pool. Esperto in eventi musicali e contratti con gli artisti

**Bruno Casini** - Direttore artistico Florence Queer Festival. Esperto in ufficio stampa

**Alessandro Borchini** - Direttore Marketing e Comunicazione

presso il Teatro Eliseo di Roma

**Vittorio Mellini** - Esperto di comunicazione interpersonale

**Emanuele Amodei** - Direttore di Palazzo Spinelli, esperto di Progetti per la valorizzazione del territorio

**Silvia Minelli** - Direttrice organizzativa Florence Queer Festival. Esperta in organizzazione di eventi cinematografici

**Evelyne Bonazza** - Esperta in organizzazione di eventi musicali e festival

**Martina Agnoletti** - Speaker radiofonica Novaradio

**Andrea Maulini** - esperto in Marketing e comunicazione per lo spettacolo

**Silvia Giordano** - Esperta di danza e teatro d'opera

**Dimitri Milopulos** - Direttore artistico del Teatro della Limonaia, esperto in eventi teatrali

**Cristiano Magi** - Marketing e sviluppo progetti presso Fondazione Tema. Esperto in Social Network

**Filippo Lazzarini** - Avvocato specializzato in legislazione per i beni culturali

**Chiara Marino** - Docente di lingua inglese

**Irene Leoncini** - Esperta in Sicurezza sui luoghi di lavoro

## staff

**Presidente** - Dr. Francesco Amodei

**Direzione Generale** - Dr. Emanuele Amodei

**Vice Direzione** - Dr.ssa Lorenza Raspanti

**Direttore Didattico e Scientifico** - Prof. Claudio Paolini

**Ufficio Stage** - Dr.ssa Emma Moretti, Dr.ssa Silvia Bosio

**Segreteria dell'Istituto** - Dr.ssa Silvia Turchi

**Segreteria Amministrativa** - Sig.ra Gabriella Pasquini

**Tutoraggio** - Dr.ssa Emma Moretti

**Responsabile Biblioteca** - Dr.ssa Emma Moretti

**Responsabile Informatico** - Dr. Francesco Luglio

## modalità di adesione

### STEP 1

Per iscriversi ad un corso accademico, ad un Master o ad un Corso di Specializzazione, lo studente deve inviare la Domanda di Ammissione, la quale sarà esaminata dall'Admission Office dell'Associazione.

La domanda di ammissione dovrà essere corredata dal CV e da una lettera motivazionale. L'Admission Office si riserva il diritto di invitare il candidato in sede per un incontro conoscitivo, se ritenuto necessario.

L'invio della Domanda di Ammissione non costituisce un impegno all'iscrizione, neppure in caso di accettazione da parte dell'Associazione.

### STEP 2

Se la domanda è accettata, lo studente può completare l'iscrizione inviando al più presto alla Segreteria dell'Associazione (Via Maggio, 13 50125 Firenze) la seguente documentazione:

1. Copia del Regolamento Amministrativo, debitamente firmata.
2. Copia della ricevuta di versamento della prima retta di frequenza.
3. Fotocopia dei titoli di studio.
4. Fotocopia di un documento di identità.
5. 2 fotografie formato tessera.

L'iscrizione si intende formalizzata solo dopo il ricevimento del Regolamento Amministrativo debitamente firmato dallo studente.

### STEP 3

Una volta ricevuta la documentazione, La Segreteria invia allo studente il Certificato di Iscrizione per posta e una comunicazione di conferma iscrizione via e-mail.

## sconti e agevolazioni

### Advanced booking

Con l'iscrizione anticipata è possibile avere fin da subito il 20% di sconto sulla quota di partecipazione al master.

### Borse di studio

Importanti partners di Palazzo Spinelli mettono a disposizione dei partecipanti borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione per sostenere i candidati più meritevoli.

Per maggiori informazioni, è necessario scaricare il bando presente nella scheda del Master all'interno del sito Internet [www.palazzospinelli.org](http://www.palazzospinelli.org).

### Voucher regionali o provinciali

Si segnala inoltre che alcune regioni o enti territoriali bandiscono annualmente concorsi per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-laurea.

## accordi di cooperazione internazionale

In base ad alcuni Accordi di Cooperazione Internazionale i candidati provenienti dai seguenti Paesi hanno diritto ad una riduzione del 10% della quota di iscrizione: Algeria - Argentina - Armenia - Bosnia e Herzegovina - Brasile - Bulgaria - Cile - Cina - Colombia - Croazia - Cuba - Cipro - Repubblica Cieca - Ecuador - Egitto - Etiopia - India - Iran

- Israele - Giordania - Kazakistan - Lettonia - Libano - Libia - Malta - Messico - Moldavia - Oman - Palestina - Filippine - Romania - San Marino - Arabia Saudita - Senegal - Serbia - Singapore - Siria - Slovacchia - Slovenia - Tunisia - Uruguay - Uzbekistan.



# Master





Palazzo  
**Spinelli**  
Firenze

palazzospinelli.org

### Segreteria

Via Maggio, 13  
50125 Firenze  
Tel +39 055 282951  
Tel +39 055 213086  
Fax +39 055 217963

[www.palazzospinelli.org](http://www.palazzospinelli.org)  
[info@palazzospinelli.org](mailto:info@palazzospinelli.org)  
[admin@pec.palazzospinelli.org](mailto:admin@pec.palazzospinelli.org)

edizione speciale

