



Master in  
Management  
dei Servizi Museali

L'ALTA FORMAZIONE NEL RESTAURO  
E NEI BENI CULTURALI



## Istituto per l'Arte e il Restauro

L'Istituto per l'Arte e il Restauro nasce nel settembre del 1976 ed opera dal 1978 sia come centro di formazione, specializzazione e aggiornamento professionale, sia come centro di consulenza e restauro per conto di enti pubblici e privati. L'esperienza accumulata negli anni con più di 4.800 corsi attivati e oltre 18.000 interventi effettuati, definisce l'Istituto centro di eccellenza del settore, a livello nazionale e internazionale, capace di offrire, all'interno di un ordinamento di tipo universitario, una formazione professionale eminentemente pratica, attenta alle esigenze del mondo del lavoro e costantemente aggiornata sulle moderne tecnologie e sulle nuove filosofie d'intervento. Attualmente l'Istituto dispone a Firenze di oltre 2.000 mq di laboratori specialistici attivi per i vari settori del restauro (dipinti, affreschi, lapidei, monumenti, carta, ceramiche, reperti archeologici, metalli, gessi e stucchi, documentazione e diagnostica), aule di teoria multimediali, biblioteche specialistiche, un centro di ricerca e documentazione, un centro di catalogazione, una serie di cantieri di restauro attivi sia a Firenze che in altre città italiane.

### Accreditamento

L'Istituto è accreditato con Delibera n. 1881 del 12/06/1980 e successive, nuovamente con DRT n. 1722 del 25/03/2003 e successivi, pertanto eroga corsi riconosciuti ininterrottamente dal 1980. I titoli di qualifica professionale triennale rilasciati dall'Istituto e riconosciuti ai sensi della Legge Nazionale n. 845 del 21.12.1978, della Legge 32/2002 e dall'Accordo Stato-Regioni del 25 luglio 2012, sono validi su tutto il territorio nazionale per l'inquadramento aziendale e per la partecipazione ai pubblici concorsi del settore. I titoli sono ugualmente validi nei paesi dell'Unione Europea.

## Palazzo Spinelli 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 di collaborazione internazionale.

### Accreditamento

Palazzo Spinelli è Ente di Formazione accreditato dalla Regione Toscana con Decreto n. 1722 del 25 marzo 2003 ed opera fin dalla sua nascita con corsi riconosciuti dalla Regione Toscana ai sensi della Legge Nazionale n. 845 del 21.12.1978. I titoli rilasciati sono validi su tutto il territorio nazionale per l'inquadramento aziendale e per la partecipazione ai pubblici concorsi del settore. I titoli sono ugualmente validi nei paesi dell'Unione Europea. I corsi erogano crediti formativi che possono essere fatti valere per la prosecuzione degli studi in quanto riconoscibili dalle Università statali e non statali, ai sensi del D.M. 509/99 sull'autonomia didattica degli Atenei, modificato dal D.MIUR 270/04.

## Istituto Beni Culturali - Flores

L'Istituto Beni Culturali "Flores" è un Ente nato nel 2013 per volontà di importanti istituzioni e operatori che da decenni sono attivi nel settore della conservazione, del restauro e della valorizzazione dei beni culturali e che, da sempre, collaborano con Soprintendenze, Curie, Enti e Associazioni di tutela, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie all'esperienza dei suoi soci e allo status di Università, Flores è una realtà attiva nell'erogazione di servizi a favore di quanti operano per la salvaguardia dei beni culturali. La sola alta formazione, rappresentata dalla gestione della laurea magistrale in lapidei e affreschi, aggrega decine di esperti e professionisti nelle varie discipline legate al mondo del restauro, della conservazione e della valorizzazione del patrimonio artistico. I curricula dei soci garantiscono l'offerta di una gamma di servizi di alto livello.

### Accreditamento

Il 15 luglio 2014, la Commissione Interministeriale MIBACT/MIUR ha approvato il progetto di Flores relativo all'istituzione del Corso di Laurea Magistrale a ciclo unico quinquennale per Restauratore di Beni Culturali (Percorso Formativo Professionalizzante 1, regolamentato dal DM 87/2009, "Materiali lapidei e derivati; Superfici decorate dell'architettura"). Ai sensi del DM 86/2009 e della legislazione in vigore, il corso di laurea abilita alla professione di Progettista e Restauratore di Beni Culturali presso musei, chiese, Soprintendenze, Enti di tutela nazionali e internazionali, antiquari e collezionisti.



Emanuele Amodei  
Presidente

## Il Messaggio del Presidente

L'Istituto per l'Arte e il Restauro nasce ed opera come centro di formazione, specializzazione e aggiornamento professionale nel settore della conservazione, del restauro e della valorizzazione del patrimonio culturale mondiale e contestualmente come centro di consulenza e restauro per conto di enti pubblici e privati.

Dal 1978 ad oggi, studenti di ogni parte del mondo si sono formati nei laboratori dell'Istituto contribuendo al consolidamento in ogni angolo del pianeta dell'immagine forte di Firenze come "capitale mondiale dell'arte e del restauro".

Il nostro obiettivo è sempre stato quello di contribuire alla difesa del patrimonio culturale mondiale sia attraverso la promozione e la gestione di iniziative finalizzate allo studio, alla conservazione, al restauro e alla valorizzazione dei beni storico-artistici, sia attraverso progetti realizzati in collaborazione con Enti pubblici e privati, con la Commissione Europea, l'Unesco, il Ministero degli Affari Esteri italiano nell'ambito di oltre 60 accordi governativi in tutto il Mondo. In linea con la strategia Europea 2020, Palazzo Spinelli mira a una crescita che sia intelligente, grazie a investimenti più efficaci nell'istruzione, la ricerca e l'innovazione, sostenibile, grazie alla decisa scelta a favore di un'economia tesa alla tutela dell'ambiente e solidale, cioè focalizzata sulla creazione di posti di lavoro e la riduzione della povertà.

In questa prospettiva, Palazzo Spinelli affronta le sfide del futuro con la consapevolezza che insegnare significa non solo far crescere la coscienza umana, civile e culturale degli allievi e quindi trasmettere conoscenze di base sempre più ampie ed un rigoroso sapere professionale, ma anche fornire altrettanto rigorosi strumenti per affrontare ed interpretare i cambiamenti che si determinano nella società e nel mondo del lavoro.

## La Mission

Contribuire, attraverso l'azione diretta e tramite la formazione di professionisti, all'educazione e alla fruizione consapevole del patrimonio artistico e culturale dell'Umanità, sviluppando, assieme a tutti gli operatori coinvolti, modelli di governance diretti ad accrescere il senso di appartenenza, l'interesse, il rispetto e la consapevolezza della propria e dell'altrui cultura.

## Il Nostro Impegno

- Contribuire alla difesa del patrimonio culturale mondiale.
- Formare nuove generazioni di professionisti esperti nella conservazione, restauro e nella educazione alla difesa culturale.
- Accrescere il senso di appartenenza e d'identità culturale.
- Promuovere e valorizzare il valore culturale mondiale.
- Progettare iniziative formative che poggino su un'effettiva analisi dei fabbisogni occupazionali e formativi.
- Organizzare le attività garantendo le condizioni ottimali per l'erogazione del servizio, in modo che il processo di apprendimento possa svolgersi nel modo più efficace.
- Promuovere e valorizzare le risorse umane interessate ad impegnarsi nella progettazione e nella realizzazione delle attività formative.
- Promuovere la collaborazione con istituzioni pubbliche e private a livello nazionale ed internazionale, per favorire la libera circolazione dei professionisti formati.
- Sperimentare forme innovative di didattica sempre più correlate con competenze e attività professionali e gestionali.





### 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.

1 settembre  
2016

Nuova sede fiorentina  
all'interno  
di Palazzo Capponi



## 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.

### 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).

1500  
ORE

100 ORE  
DI LABORATORIO  
PROGETTUALE

VISITE  
DIDATTICHE

560 ORE  
DI STAGE IN  
AZIENDA

## La Specializzazione

Dal 2001, Palazzo Spinelli organizza Master di Alta Professionalizzazione nel campo della Conservazione e della Valorizzazione dei Beni Culturali, dell'Organizzazione di Eventi e del Design. Tali Master sono strutturati in modo da permettere ai partecipanti di acquisire delle competenze pratiche, operative, progettuali e proporsi poi con delle figure professionali ben definite e all'avanguardia.



# Master in Management dei Servizi Museali

III EDIZIONE

Per ulteriori  
informazioni usa  
il tuo smartphone ed  
accedi ai contenuti  
multimediali



IN COLLABORAZIONE CON  
Mus.e  
Apice  
Museo del Novecento

## contesto di riferimento

### Perché un Master in Management dei Servizi Museali

Storicamente, nel campo della valorizzazione dei beni culturali, la gestione dei servizi aggiuntivi dei musei, seppur salutata come "novità rivoluzionaria", è quella che, più di altre, ha avuto notevoli difficoltà ad essere tradotta in un modello gestionale in grado di trovare un equilibrio tra i differenti attori coinvolti.

Dal 2014, nell'ambito della riforma del Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, è stata avviata un'importante trasformazione tesa a rafforzare le politiche di tutela e di valorizzazione del nostro patrimonio dando maggiore autonomia ai musei. Con il decreto musei, firmato il 23 dicembre 2014, è finalmente riconosciuto il museo, fino ad oggi semplice ufficio della Soprintendenza, come istituto dotato di autonomia tecnico scientifica che svolge funzioni di tutela e valorizzazione delle raccolte assicurandone e promuovendone la pubblica fruizione. Questo rilevante cambiamento si traduce in un sistema museale fatto di 20 musei autonomi e di una rete di 17 Poli regionali che dovrà favorire il dialogo continuo fra le diverse realtà museali pubbliche e private del territorio per dar vita ad un'offerta integrata al pubblico; una rivoluzione della gestione dei servizi aggiuntivi museali che oltre ad essere fonte di risorse economiche, potranno essere oggetto di progetti di valorizzazione da parte dei nuovi direttori dei musei.

Nel panorama museale italiano tuttavia l'aspetto dei servizi è poco sviluppato e vi è quindi la necessità di avere delle professionalità "complesse", capaci di creare e proporre prodotti sempre più accattivanti e innovativi, di abbinare alle conoscenze artistiche e umanistiche, delle competenze in termini di marketing, comunicazione, management sempre più all'avanguardia che rendano possibile una gestione dei servizi aggiuntivi dei musei che sia all'altezza delle nuove esigenze.

## obiettivi del Master

L'obiettivo di questo Master è quello di fornire gli strumenti per poter progettare, gestire e implementare i servizi aggiuntivi dei musei e quindi formare professionalità capaci di inserirsi in un contesto lavorativo fortemente richiesto che oggi richiede capacità manageriali specifiche e altamente specializzate.

Per raggiungere questo fine, il Master è svolto in collaborazione con l'Associazione Mus.e di Firenze e si caratterizza soprattutto per l'attività progettuale durante la quale i partecipanti avranno modo di confrontarsi con la realtà del settore e con le delicate dinamiche del lavoro in team per poter elaborare un reale progetto operativo.

## la figura professionale

La figura professionale di riferimento è quella di un manager di elevata cultura ed esperienza, che sappia tenere di conto delle innovazioni e dei profondi mutamenti che il settore sta vivendo. Tale figura professionale avrà conoscenze specifiche dei servizi museali quali i servizi d'informazione e accoglienza del pubblico, di biglietteria, anche on line, di servizi di guida, assistenza e didattica, organizzazione di mostre, manifestazioni ed eventi, servizi editoriali, vendita, e-commerce, catering, ristorazione e delle problematiche ad essi connesse compresa anche quella del personale, il tutto raggiunto anche attraverso l'acquisizione di competenze informatiche.

## 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 ed i 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 mesi di lezione e 4 mesi di stage  
dal 13 maggio 2019 al 24 aprile 2020

Iter formativo: 1500 ore

- **Prima Fase** (13 maggio 2019 - 29 novembre 2019): 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'elaborazione di un progetto sui servizi museali.
- **Seconda Fase** (02 dicembre 2019 - 24 aprile 2020): 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.
2. I candidati sono pregati di inviare la copia di tutti gli attestati che hanno attinenza con il corso scelto.
3. 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.
4. Verifica dei requisiti in ingresso validata e verbalizzata dal Comitato di Valutazione.
5. 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 o 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 e Comunicazione dei Musei
- Comunicazione Interpersonale e Team Working
- Project Management per i musei

### Area Normativa

- Legislazione dei Beni Culturali
- Sicurezza sui luoghi di lavoro

### Area Economico - Finanziaria

- Fundraising per le Imprese Culturali
- Gestione Economica per i musei

### Area Tecnico - operativa

- Responsabilità sociale e Qualità delle Istituzioni Culturali
- Servizi di Biglietteria, Accoglienza e Informazioni

- Servizi di Documentazione
- Servizi di Bookshop (libreria, oggettistica e gadgeting)
- Mediazione Culturale e Servizi Didattici
- Movimentazione ed Imballaggio di Opere d'arte
- Social Network per i Musei
- Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni
- Organizzazione di Eventi Culturali

#### Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

#### Area Laboratoriale

- Workshop progettuale per la progettazione di servizi aggiuntivi legati a una realtà museale del territorio

#### Visite tecniche, seminari e study tour

- Visite tecniche a Musei, Gallerie, Collezioni Seminari interni con Visiting Professors Study tour

#### Stage operativo

- Stage operativo in aziende di settore, Musei, Enti, Fondazioni, 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 e Comunicazione dei Musei

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo è impostato sull'approfondimento dei temi del marketing e della comunicazione applicati ai beni culturali. Attraverso modelli teorici supportati dall'analisi di casi concreti, si delinea un quadro ampio delle tecniche di marketing e comunicazione per i musei e gli eventi culturali, spaziando dagli strumenti tradizionali alle novità dell'era digitale.

#### Argomenti trattati

Alla ricerca di una definizione di Cultura. La domanda e l'offerta di Cultura: in Italia, in Europa e nel mondo. Analisi dei cambiamenti nella produzione e nella fruizione dei musei. Elementi generali di marketing. L'economia della Cultura e il marketing culturale. Il marketing culturale applicato ai servizi museali; un confronto con il marketing degli eventi culturali. La pianificazione del marketing. La verifica: analisi dei dati, customer e stakeholder satisfaction. La comunicazione dei beni culturali. Tutto è comunicazione, il concetto di comu-

nicazione totale applicato ai musei. Il sistema di identità visiva, la corporate identity. Marketing, comunicazione e p.r. Il co-marketing, la comunicazione coordinata con partner e sponsor. Tecniche di comunicazione integrata e multicanale. L'universo digitale: la comunicazione dei beni culturali su web e social media. Dallo storytelling al social media marketing.

### :: 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.

### :: Project Management per i musei

#### Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di dare i lineamenti di base dell'istituzione museale trattando temi di progettualità museologica e museografica e analizzando i servizi museali attivi in diverse realtà museali.

#### Argomenti trattati

Sotto il tetto della museologia (Le competenze della scienza sociale). Il museo come sistema culturale. Lo studio del museo aspetti terminologici: Museo, Museologia e Museografia. ICOM e le definizioni ufficiali di Museo. Denominazioni mussali. Tipologie di museo per caratteristiche mussali. Tipologie di museo per caratteristiche dell'ente gestore. La struttura del Museo. Lineamenti di Lex Museologica. Le fasi del progetto museologico. La determinazione della "mission" del museo. Criteri di ordinamento mussale. Tipologie di percorsi mussali. Psico-fisiologia del percorso mussale. Il manuale di stile e dell'immagine coordinata. Media e supporti didattici per la comunicazione museale. La Gestalpsychologie per la comunicazione e l'allestimento. Luce, spazio e criteri di illuminazione. Opere d'arte e contesto all'origine del gap semiotico. Il processo della comunicazione: modelli di riferimento. La comunicazione: tra media e codici mussali. L'organizzazione dello spazio di accoglienza e l'erogazione dei primi servizi. Nature di pubblico e target di riferimento. Quantità della domanda qualità dell'offerta dei servizi. La legge Ronchey. I servizi per l'accessibilità: le visite guidate e i supporti didattici alla visita. Servizi e nuove tecnologie: il sistema informatizzato di bigliettazione e l'erogazione dei device per la fruizione museale. Casi di studio

### :: Legislazione dei Beni Culturali

#### Obiettivi del modulo

L'obiettivo del modulo è quello di offrire una panoramica generale della legislazione in materia di beni culturali e ambientali, volta alla salvaguardia e alla conservazione del bene, soffermandosi in modo approfondito sulla legislazione più recente. Lo studio delle norme più recenti verrà svolto esaminando il nuovo approccio determinato dagli interventi normativi post anni '80 che considerano il bene anche nella sua valenza economica.

#### Argomenti trattati

Le fonti normative del Diritto e le forme della Tutela. Il Testo Unico delle disposizioni in materia di beni culturali ed ambientali. Il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio La circolazione e l'esportazione dei beni culturali mobili e le azioni a sostegno della tutela. L'organizzazione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Convenzioni sulla protezione del patrimonio culturale mondiale e in caso di conflitto armato. Convenzioni per la protezione dei patrimoni specifici e norme sulla circolazione dei Beni Culturali mobili. Competenza comunitaria nel campo dei beni culturali, il Trattato di Maastricht e l'articolo 151 TUE. Le linee d'azione della Commissione Europea

### :: Sicurezza sui luoghi di 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.

### :: 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

Introduzione al fundraising. Le caratteristiche istituzionali delle imprese culturali. Le strategie delle imprese culturali. Il fundraising: il ciclo del fundraising, la raccolta fondi, il piano, gli strumenti e i mercati del fundraising. Amministrazioni, i bandi delle fondazioni di origine bancaria. Il budget ed il masterplan dell'impresa culturale. Comprensione del diverso approccio allo Sponsorship e al Fundraising; pianificazione del Portfolio di sostenitori; preparazione del Piano operativo per le richieste di contributo.

### :: Gestione Economica per i musei

#### Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire una visione generale di gestione economica dell'istituzione museale soprattutto da un punto di vista della gestione delle risorse umane e finanziarie per il corretto funzionamento del museo stesso.

#### Argomenti trattati

Valorizzazione economica dell'istituzione museale. La rendicontazione dei musei. Case history. La gestione delle risorse umane ed economiche.

### :: Responsabilità sociale e Qualità delle Istituzioni Culturali

#### Obiettivi del modulo

Il modulo ha come obiettivo quello di fornire nozioni tecniche relative agli strumenti di misurazione necessari per intraprendere decisioni strategiche a breve, medio e lungo periodo e anche quello di fornire una visione innovativa della creazione e trasmissione del valore generato da un'impresa, sia essa culturale o meno, in ottica di ritorno sociale dell'investimento sostenuto da tutte le realtà che ruotano intorno.

#### Argomenti trattati

Introduzione generale. La situazione Italiana. Chi conduce le analisi in Italia. Oggetto delle analisi. Il pubblico. SIM: Sistema

Informativo di Marketing. Dati, Informazione e Conoscenza. Focus sulla tipologia dei dati: interni, primari e secondari. Approccio quantitativo vs approccio qualitativo. Gli strumenti: il questionario e il focus group. Esercitazione: definizione di un questionario. Le indagini osservanti. Attività MUS.E. Introduzione generale: la Responsabilità Sociale. Metodologie di valutazione. Tipologie di S-ROI. Le fasi dello S-ROI: Definizione del campo di analisi e identificazione degli stakeholder; Mappa degli outcome definizione della teoria del cambiamento con la relazione input-output-outcome; Dimostrazione degli outcome e relativa attribuzione di valore; Definizione dell'impatto; Calcolo dello SROI; Condivisione dei risultati.

### :: Servizi di Biglietteria, Accoglienza e Informazioni

#### Obiettivi del modulo

Il modulo approfondisce il ruolo dei servizi aggiuntivi nei Musei e il loro impatto sui pubblici e nella gestione "aziendale" dei musei stessi. A partire dalla legge Ronchey sui servizi culturali saranno indagate le diverse esperienze, le modalità di realizzazione dei diversi servizi nonché il loro impatto economico sulle realtà museali.

#### Argomenti trattati

I Musei come aziende, la "deriva" commerciale dalla legge Ronchey in poi. Il pubblico nei musei: come l'analisi dei principali target e dei diversi bisogni e profili del pubblico influisce sulla realizzazione e la gestione del servizio aggiuntivo culturale. Il Service Management, filosofia e realizzazioni pratiche. L'esperienza nei Musei Civici Fiorentini.

### :: Servizi di Bookshop (libreria, oggettistica e gadgeting)

#### Obiettivi del modulo

Il modulo approfondirà il ruolo puramente commerciale dei bookshop museali. Saranno analizzate le diverse realtà presenti nei musei, soprattutto stranieri, dove l'esperienza nel settore è molto vasta e di lunga data.

#### Argomenti trattati

I bookshops nei Musei, Servizio culturale o Servizio commerciale? Cosa si vende nei Musei. Dall'editoria al gadget. Esperienze nostrane e straniere. Chi compra nei Musei: come l'analisi dei principali target e dei diversi bisogni e profili del pubblico influisce sulla gestione economica del bookshop museale. L'esperienza nei Musei Civici Fiorentini.

### :: Mediazione Culturale e Servizi Didattici

#### Obiettivi del modulo

Il modulo approfondisce la relazione fra musei e pubblici nell'ambito della valorizzazione dei beni culturali. Saranno quindi indagate le ragioni, le premesse metodologiche, i formati e i linguaggi della mediazione e dell'educazione nei

musei con un'attenzione non solo agli output offerti al pubblico ma anche ai processi di definizione degli stessi.

#### Argomenti trattati

Perché visitare un museo nel 2017. Trend e tendenze a Firenze, in Italia e nel mondo. Intorno ai concetti di "museo", di "pubblico", di "mediazione". Le ragioni di un'esperienza culturale. La figura professionale del mediatore: competenze, qualifiche, prospettive.

Dal pubblico ai pubblici: i diversi bisogni e profili del pubblico dei musei. Analisi dei principali target. I pubblici speciali, lineamenti di accessibilità universale. Metodi, linguaggi e formati della mediazione nei musei. Analisi delle forme più consolidate e delle sperimentazioni più innovative.

Tra l'effimero e il permanente, le occasioni di esperienza culturale nei 365 giorni dell'anno. Altre forme di mediazione culturale: i supporti alla visita autonoma e i "musei in valigia".

L'esperienza nei Musei Civici Fiorentini: il patrimonio della città nel dialogo con le diverse tipologie di pubblico.

### :: Servizi di Documentazione

#### Obiettivi del modulo

Il modulo tratta dei servizi di documentazione dei musei rivolti agli studenti, agli studiosi e agli esperti di settore. Saranno quindi analizzate le esperienze virtuose in ambito nazionale e internazionale rivolgendo un'attenzione specifica ai processi di acquisizione e di aggiornamento dei materiali e del servizio al pubblico.

#### Argomenti trattati

Le ragioni di un servizio di documentazione all'interno di un museo: lo studio e la ricerca come premessa fondamentale per la vita di un bene culturale.

Genesis, vita e sviluppo del servizio: forme di acquisizione e di aggiornamento, modalità di accesso al pubblico. Le esperienze più significative in Italia, in Europa e nel mondo. Il panorama dei musei italiani.

### :: Movimentazione ed Imballaggio di Opere d'arte

#### Obiettivi del Modulo

Il modulo intende offrire una panoramica dei sistemi di imballaggio e delle modalità di trasporto nelle diverse tipologie di movimentazione delle opere d'arte, dallo spostamento all'interno del museo al trasferimento a migliaia di chilometri di distanza. Approfondire la conoscenza degli standard procedurali da seguire per rendere un imballaggio e un trasporto "a regola d'arte".

#### Argomenti Trattati

Le attività di una società di imballaggi e trasporti. Varie tipologie di movimentazione. Esposizioni in arrivo o in partenza, in Italia o all'estero. Elaborazione preventivo e conferma di

incarico. Contatti con corrispondenti esteri. Sopralluogo delle opere, verifica richieste prestatore. Gli extra costi. Analisi dei materiali di imballaggio e scelta dell'imballaggio in base al tipo di opera. Scelta del tipo di trasporto. Verifica autorizzazioni ministeriali e copertura assicurativa. Elaborazione dei documenti belle arti e doganali di temporanea importazione o esportazione. Imballaggio e ritiro delle opere. Elaborazione del programma di trasporto. Scorte armate, soste tecniche, consegna in aeroporto, arrivo in sede mostra. Disimballaggio e montaggio. Consuntivo costi.

### :: Social Network per i Musei Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni

#### Obiettivi del modulo

Il modulo ha come obiettivo quello di presentare i processi della comunicazione integrata, gli strumenti a disposizione di chi lavora nella promozione di eventi culturali, la scelta delle attività da intraprendere. Le lezioni, tramite esempi pratici, partendo dall'analisi delle potenzialità dei singoli strumenti, portano alla costruzione - mediante esercitazioni - di un piano di comunicazione completo. Particolare attenzione sarà data ai temi dei rapporti con i media tradizionali (giornali, tv, radio) e ai media digitali.

#### Argomenti trattati

La comunicazione coordinata e integrata. La promozione pubblicitaria. Gli strumenti. Ufficio stampa. Il Web. I social network. La programmazione. Tool utili. Newsletter. La fase di verifica. Il Budget. Esercitazioni.

### :: Organizzazione di Eventi Culturali 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.

### :: Workshop progettuale per la progettazione di servizi aggiuntivi legati a una realtà museale del territorio

#### Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è la realizzazione di un progetto legato a una realtà museale e allo sviluppo di servizi aggiuntivi. Gli allievi del master metteranno in pratica quanto appreso durante la fase delle lezioni teoriche tenutesi a Palazzo Spinelli. Gli alunni dovranno realizzare il progetto e presentare il book finale al committente sotto la supervisione di tutor e

professionisti del settore che seguiranno il progetto in tutte le sue fasi.

#### Metodologie Didattiche

Lavoro di gruppo, esercitazione pratica, presentazione progetto finale.

## visite tecniche

Durante il corso sono previste una serie di visite tecniche presso Musei, Istituzioni Culturali pubbliche e private, cantieri di lavoro, Gallerie, 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. I docenti, inoltre, durante la fase progettuale, accompagnano gli studenti a visitare le mostre di arte presenti nel panorama fiorentino e non solo.

#### Alcuni dei Musei in cui gli allievi hanno svolto lezioni tecniche:

- Galleria degli Uffizi e depositi
- Museo degli Argenti
- Palazzo Vecchio
- Galleria Palatina
- Palazzo Pitti
- Galleria di Arte Moderna
- Museo Archeologico
- Museo del Bargello
- Museo Buonarroti
- Galleria dell'Accademia
- Museo Horne
- Museo dell'Opera del Duomo
- Museo Stibbert
- Museo del Risorgimento
- Palazzo Medici - Riccardi
- Museo Pecci di Prato
- Museo delle Cappelle Medicee
- Museo della Specola
- Museo di Storia della Scienza
- Museo di Antropologia
- Musei di Geologia e Paleontologia
- Museo dei Ragazzi
- Opificio delle Pietre Dure
- Museo dell'Opera di S.Croce
- Museo dell'Ospedale degli Innocenti
- Giardino di Boboli
- Museo delle Macchine di Leonardo
- Museo di S. Marco
- Mostre Contemporanee
- Museo del '900

## 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:**

- Apice - Firenze
- Arteria Div. Universal Express - Firenze
- Ente Cassa di Risparmio - Firenze
- Fondazione Alinari - Firenze
- Fondazione Culturale e Museo Mandralisca - Cefalù
- Fondazione Guggenheim - Venezia
- Fondazione Parchi Bardini Peyron - Firenze
- Fondazione Pistoletto - Biella
- Fondazione Ragghianti - Lucca
- Fundación Colección Thyssen - Bornemisza - Madrid
- Galleria d'Arte Moderna Palazzo Pitti - Firenze
- Galleria degli Uffizi - Firenze
- Istituto Museo degli Innocenti - Firenze
- Associazione Mus.e - Firenze
- Museo Archeologico Paolo Orsi - Siracusa

- Museo d'Art Contemporani de Barcelona - Barcellona
- Museo de Bellas Artes de Oviedo - Oviedo
- Museo de Prehistoria y Cultura de Valencia - Valencia
- Museo di Santa Maria della Scala - Siena
- Museo Palazzo Abatellis - Palermo
- Soprintendenza al Museo Nazionale Preistorico Etnografico "L. Pigorini" - Roma
- Soprintendenza Speciale per il Patrimonio Storico, Artistico e Etnoantropologico per il Polo Museale di Firenze

## gli esami finali

L'esame finale consiste nella presentazione del progetto individuale svolto 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, Professionisti esterni e rappresentanti di imprese di settore.

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

## il comitato tecnico-scientifico

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

**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

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

**Andrea Bianchi** - esperto di gestione economica e fundraising presso Mus.e

**Massimiliano Guetta** - Museologo, esperto di tecnologie applicate ai beni culturali

**Elena Bonicelli della Vite** - Avvocato, esperto di legislazione nel settore culturale

**Giovanni Carta** - Marketing manager presso Mus.e

**Monica Consoli** - Esperta di servizi di biglietteria e accoglienza presso Mus.e

**Angela Corbo** - esperta di economica, assistente direzione presso Mus.e

**Vittorio Mellini** - Esperto di comunicazione interpersonale

**Chiara Marino** - Docente di Lingua Inglese

**Daniele Pasquini** - esperto di ufficio stampa e PR presso Mus.e

**Emanuele Tirinnanzi** - esperto di organizzazione eventi culturali

**Valentina Zucchi** - esperta di servizi didattici presso Mus.e

## 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 Emanuela Binazzi

**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.

### 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 proprio 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 Ceca - 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.



MISSION  
The British Museum's mission is to lead the world in the study, care and display of the world's heritage. We are committed to the highest standards of excellence in all that we do, and to the highest standards of integrity and transparency. We are committed to the highest standards of excellence in all that we do, and to the highest standards of integrity and transparency.

Eating  
Shopping  
Lower floor  
Ground floor  
Upper floor

11 Restaurant & cafe  
12 Shop



Shakespeare  
staging the world  
The BP exhibition  
19 July - 25 November 2012



Tickets and Membership

Shakespeare  
staging the world  
The BP exhibition  
19 July - 25 November 2012



What's on





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)

[palazzospinelli.org](http://palazzospinelli.org)