IAR®
PALAZZO SPINELLI

Master in Gestione e Innovazione delle Attività Museali

PALAZZO SPINELLI GROUP

L'ALTA FORMAZIONE NEL RESTAURO E NEI BENI CULTURALI

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, con il Decreto Musei, il Museo diventa un istituto dotato di autonomia tecnico scientifica che svolge funzioni di tutela e valorizzazione delle raccolte assicurandone e promuovendone la pubblica fruizione.
Se a livello europeo le istituzioni museali stanno investendo sempre di più nella creazione di servizi aggiuntivi diversificati e innovativi, nel panorama museale italiano emerge la necessità di implementare e potenziare la varietà e la qualità dei servizi museali offerti ai visitatori, partendo dalla consapevolezza del ruolo centrale che tali servizi svolgono nella creazione di un'offerta culturale completa e attenta ad un pubblico sempre più numeroso ed eterogeneo.

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 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 e delle attività museali e dovrà quindi essere in grado di ideare e progettare delle soluzioni innovative affinché i musei possano raggiungere e mantenere un livello di fruibilità sempre all'avanguardia e al passo con i cambiamenti delle esigenze e delle aspettative della società.

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.
- Diplomati 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. Suggeriamo 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

V Edizione
dal 14/10/2024 al 25/07/2025

Iter formativo: 1500 ore

- **Prima Fase** (14 ottobre 2024 - 28 marzo 2025): lezioni teoriche, laboratori progettuali, esercitazioni pratiche, visite a imprese del settore, conferenze e interventi di esperti, seminari di studio, verifiche e valutazioni. Workshop progettuale per l'ideazione di un progetto sulla gestione sostenibile del territorio.
- **Seconda Fase** (31 marzo 2025 - 25 luglio 2025): minimo 4 mesi di stage formativo da svolgere in Italia o all'estero. Presentazioni finali.

Orari di Frequenza
Da lunedì a venerdì per un totale di 20/24 ore settimanali.

Sede del Master
Il corso si terrà presso lo storico Palazzo Ridolfi, in Via Maggio, 13 a Firenze.

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

piano di studi

Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Tecniche di Marketing e Comunicazione dei Musei
- Comportamento organizzativo
- 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
- Tecniche di organizzazione e Gestione dei Servizi Museali
- 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 Informatica

- Informatica e Grafica per i Beni Culturali

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 comunicazione 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.

:: Comportamento organizzativo

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 mussali 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 le 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.

:: Tecniche di organizzazione e Gestione dei Servizi Museali

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.

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.

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
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.

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 mussale. L'esperienza nei Musei Civici Fiorentini.

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.
Genesi, 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.

:: 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 Firen-

ze, 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.

:: 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.

:: Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Obiettivi del Modulo
Obiettivo del modulo è consegnare agli allievi non solo delle competenze tecniche nel settore del "graphic design" ma anche una chiave di lettura della relazione fra le varie, numerose, discipline in esso contenute.
Dall'ideazione fino alla realizzazione di un percorso comunicativo/visivo intervengono molteplici Professionisti e Soggetti, ciascuno con un gergo ed una terminologia tecnica

che il Manager deve saper far dialogare fra loro, riconoscendone le sfumature.

Argomenti Trattati
Il corso prevede un excursus dei "fondamentali" per comprendere ed utilizzare i principali software impiegati nel campo del Graphic and Web Design.
Il modulo è connotato, necessariamente, da una forte impronta pratica, al fine di sperimentare e memorizzare gli strumenti d'uso; cercando di completare un progetto coordinato che abbracci tutti i software proposti.

- Introduzione teorica al Graphic and Web Design
- Adobe Photoshop teoria e pratica
- Adobe Illustrator teoria e pratica
- Adobe InDesing teoria e pratica
- Esercitazione finale

:: 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 mussale 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.

La metodologia didattica

La base dell'approccio didattico sta tutto in un unico concetto, quello di "operatività".
I docenti che sono tutti professionisti del settore, le classi che hanno un numero limitato di partecipanti, l'impostazione delle lezioni che è sempre molto interattiva, la presenza di molte attività operative individuali o di gruppo e il lungo periodo di workshop progettuale hanno come unico obiettivo quello di fornire delle competenze pratiche, operative, lavorative a studenti che hanno già una base teorica importante derivante dagli studi universitari.
Il fulcro di questa metodologia è quindi quella di permettere ai partecipanti non solo di ampliare le loro conoscenze, ma di trovare poi un reale applicazione pratica di tali conoscenze in quello che sarà poi il loro futuro ambito lavorativo.

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.

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

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 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.

docenti

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
Andrea Maulini - Marketing manager presso Mus.e
Monica Consoli - Esperta di serivizi di biglietteria e accoglienza presso Mus.e
Angela Corbo - Esperta S-ROI
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

Direzione Generale - Emanuele Amodei
Vice Direzione - Lorenza Raspanti
Ufficio Stage - Martina Migliorini
Segreteria dell'Istituto - Silvia Turchi
Segreteria Amministrativa - Carla Bonini
Tutoraggio - Martina Migliorini; Francesca Manfredini
Responsabile Biblioteca - Angela Degli Innocenti
Responsabile Informatico - 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 corredata corredata dal CV e da una lettera motivazionale. L'Ufficio Ammissioni 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'Istituto.

STEP 2
Se la domanda è accettata, lo studente può completare l'iscrizione inviando alla Segreteria dell'Istituto (Via Maggio, 13 50125 Firenze) oppure via e-mail all'indirizzo info@palazzospinelli.org la seguente documentazione:

1. Copia del Regolamento Amministrativo, debitamente firmata.
2. Copia della ricevuta di versamento della quota di Iscrizione.
3. Fotocopia dei titoli di studio.
4. Fotocopia di un documento di identità.
5. Una fotografia formato tessera.

L'iscrizione si intende formalizzata solo dopo il ricevimento del Regolamento Amministrativo debitamente firmato dallo studente e della ricevuta di versamento della quota di Iscrizione.

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 lo sconto del:
- 25% entro sei mesi dall'inizio del Master
- 20% entro tre mesi dall'inizio del Master
- 15% entro due settimane dall'inizio del Master

È possibile rateizzare il costo del Master fino a un massimo di 10 rate.

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.

Master in Gestione e Innovazione delle Attività Museali

V EDIZIONE

IN COLLABORAZIONE CON

Mus.e
Apice
Museo del Novecento
Museo Pecci

PALAZZO SPINELLI GROUP

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

www.palazzospinelli.org
info@palazzospinelli.org
admin@pec.spinelli.it

progetto grafico: Francesco Luglio - Firenze - febbraio 2022