



IR[®]

PALAZZO SPINELLI

XXXII EDIZIONE

Master in Management dei Beni Culturali

**PALAZZO
SPINELLI
GROUP**

**L'ALTA FORMAZIONE NEL RESTAURO
E NEI BENI CULTURALI**

contesto di riferimento

Perché un Master in Management dei Beni Culturali

La fotografia scattata di recente dall'Istat, associata ai rapporti "Impresa Cultura" di Federculture e a quello importantissimo di Symbola, "Io sono Cultura", sullo stato delle industrie creative in Italia evidenzia una crescita esponenziale dell'attenzione verso il nostro patrimonio culturale, il paesaggio ed il territorio. Allo stesso tempo, si assiste ad un incremento costante della spesa in cultura degli italiani e un aumento parallelo del numero di visitatori di musei, monumenti e siti archeologici.

A fronte di questo fenomeno, si assiste anche a un graduale rinnovamento delle forme di finanziamento e di gestione delle strutture deputate a offrire al pubblico dei servizi sempre più complessi e differenziati, anche tramite strumenti agevolativi importanti quali il fundraising museale e l'art bonus.

Da un punto di vista della gestione e del management dei beni culturali, per riempire il gap ancora alto con l'Europa, è quindi fondamentale formare delle nuove figure professionali in grado di contribuire allo sviluppo e all'implementazione dei servizi di fruizione culturale e del territorio del nostro Paese.

obiettivi del master

Il Master in Management dei Beni Culturali ha lo scopo di formare professionisti con competenze manageriali e culturali approfondite, che siano in grado di gestire strumenti di comunicazione, fundraising, project management abbinandole a una conoscenza accurata del nostro patrimonio culturale e del nostro territorio e che possano pertanto sfruttare la rete di istituzioni che operano nel settore per creare nuove sinergie e circuiti virtuosi per una nuova gestione e valorizzazione culturale.

la figura professionale

La figura professionale definita dal Master possiede delle competenze manageriali e gestionali in ambito culturale. Può operare all'interno di musei, gallerie, associazioni culturali, fondazioni, case d'asta, società di comunicazione e fundraising, studi di progettazione, società per l'organizzazione di eventi culturali, enti per la valorizzazione turistica e del territorio con lo scopo di creare nuovi servizi di fruizione culturale per la società attuale e permettere al nostro Paese di collocarsi in una posizione di rilievo a livello internazionale.

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. 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**

Periodo di durata del Master

XXXII edizione
dal 09/02/2026 al 18/12/2026

Iter formativo: **1500 ore**

- Prima Fase (09 febbraio 2026 – 17 luglio 2026): 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 di valorizzazione territoriale legata al settore culturale.
- (Interruzione per le vacanze estive dal 18 luglio al 31 agosto 2026)
- Seconda Fase (01 settembre 2026 - 18 dicembre 2026): minimo 4 mesi di stage formativo da svolgere in Italia o all'estero. Presentazioni 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 - Firenze

Posti disponibili

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

Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Marketing dei Beni Culturali
- Comunicazione per i Beni Culturali
- Comportamento Organizzativo
- Gestione dell'Ufficio Stampa
- Management e Comunicazione del Museo

Area Normativa

- Legislazione dei Beni Culturali
- Sicurezza e Salute sui Luoghi del Lavoro

Area Economico - Finanziaria

- Project Management per la Cultura
- Fundraising per le Imprese Culturali

Area Cultura - Territorio

- Territorio per i Beni Culturali
- Logistica dei Beni Culturali
- Organizzazione di Eventi Culturali
- Le Gallerie d'Arte
- Le Case d'Asta
- Turismo Culturale e Realizzazione di Itinerari
- Cultura, Ambiente e Parchi Museo
- Educazione ai Valori Culturali

Area Informatica

- Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

Progettazione sul campo

- Workshop progettuale di Valorizzazione e Sviluppo dei Beni Culturali

Visite tecniche, seminari

- Visite tecniche a Musei, Gallerie, Aziende di settore. Partecipazione a eventuali eventi e congressi di settore.

Stage operativo

- Stage operativo in aziende, Musei, Istituzioni Culturali, Gallerie, Case d'Asta 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

:: Marketing dei Beni Culturali

Obiettivi del Modulo

Il modulo si propone di fornire agli studenti un marketing kit, che consenta di apprendere una competenza operativa nel campo della comunicazione e della promozione affrontando in modo pratico le tecniche più attuali di comunicazione presenti nel settore della valorizzazione del territorio, sia da un punto di vista culturale che turistico.

Argomenti trattati

Il triangolo strategico; Le leve del marketing mix. L'analisi SWOT per individuare i punti di forza e di debolezza, le opportunità da cogliere e le minacce da gestire. L'importanza dell'immagine e gli strumenti per creare una buona reputazione. Analisi della concorrenza: il benchmarking. Le tendenze del mercato. Analisi degli strumenti di comunicazione, promozione e pubblicità.

:: Comunicazione dei Beni Culturali

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, volta alla valorizzazione e dello sviluppo dei musei, intesi come cardini su cui poggi il concetto di museo diffuso, 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 significative.

Argomenti trattati

Introduzione alla Comunicazione mediata - definizione del messaggio e dei suoi destinatari. Pianificazione dei target media per il Patrimonio culturale. Analisi dei mass media più utili per la cultura. Definizione del budget.

Strategia: introduzione ai mercati che insistono sul Patrimonio culturale. Studio dei sistemi di gestione dell'Istituzioni/Organizzazioni culturali. Analisi dei Servizi museali. Segmentazione e tracciatura della Domanda culturale.

Tattica: attività di Public Relation. Marketing mix per i Beni culturali. Sviluppo di prodotti/servizi rivolti al visitatore.

:: 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. Il modulo è centrato sullo sviluppo 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 e accorgimenti grafici per rafforzare l'acquisizione delle informazioni chiave. Ascolto "partecipativo". Intelligenza emotiva. La comunicazione in pubblico. Gestione psicologica di un gruppo. 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 a lavoro. Gestione del conflitto e negoziazione. Leadership.

:: Gestione Ufficio Stampa

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire le competenze per la gestione di un ufficio stampa legato al settore dell'organizzazione di mostre ed eventi culturali. In particolare, l'obiettivo è quello di saper elaborare un comunicato stampa e organizzare una conferenza stampa in occasione di un evento culturale ed artistico.

Argomenti trattati

Analisi della stampa. 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.

:: Management e Comunicazione del Museo

Obiettivi del Modulo

Il modulo si prefigge di portare a conoscenza dei corsisti le principali tecniche di gestione e manutenzione periodica del patrimonio conservato ed esposto presso le istituzioni museali e mostre-temporanee. Il corso intende fornire gli strumenti per analizzare e comprendere come le testimonianze musealizzate debbano essere conservate ed esposte ai fini della loro prevenzione e salvaguardia. Tratta le diverse attività legate alla gestione pratica del patrimonio musealizzato, attività che mettono in campo figure e competenze multidisciplinari: dall'ambito scientifico a quello conservativo, dall'esposizione all'allestimento, dalla conservazione e salvaguardia del contenitore museale alle questioni di natura assicurativa e legale.

La seconda parte del modulo affronta la conoscenza delle ricerche e degli studi sul tema della comunicazione museale, nonché l'applicazione pratica delle sue teorie nell'ambito della progettualità, possa contribuire ad aumentare la capacità di fruizione dell'immenso patrimonio musealizzato. Renderlo conoscibile agli occhi dei molti visitatori, del sempre più vasto ed eterogeneo pubblico dei musei, attuando, oltre alla funzione conservativa, l'altra fondamentale quella educative e formativa, cardine della funzione sociale del museo.

Argomenti trattati

Aspetti fondamentali della gestione museale. La docu-

mentazione e inventariazione dei materiali musealizzati. Le cause del degrado, la conservazione preventiva: parametri termo-igrometrici, luce, umidità relativa, temperatura. Il monitoraggio delle opere. I depositi. I prestiti delle opere per mostre. La movimentazione: trasporto, imballaggio e il disimballaggio delle opere. Riprese fotografiche e misurazione degli oggetti. Le assicurazioni. Il piano di sicurezza ed emergenza museale (PSEM). Tecniche espositive per la conservazione e tutela: materiali, supporti, metodologie.

Il ruolo comunicativo del museo. Processo della comunicazione: modelli di riferimento teorico. Teorie della conoscenza e dell'apprendimento museale. Il museo comportamentista e quello costruttivista. I diversi media per la comunicazione museale. Le nuove tecnologie per la comunicazione museale. La "Gestaltpsychologie": comunicare con l'allestimento. La redazione del piano di comunicazione museale. Analisi di 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 per la salvaguardia e la valorizzazione dei beni culturali.

:: 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.

:: Project Management per la Cultura

Obiettivi del Modulo

Il modulo è progettato per offrire una visione approfondita degli aspetti strategici della gestione dei progetti nelle organizzazioni artistiche e culturali. La componente teorica e quella di progettazione saranno svolte parallelamente con la preparazione di un Project Work su cui lavorare in piccoli gruppi applicando le conoscenze acquisite durante le lezioni.

Argomenti trattati

Introduzione alle pratiche e ai metodi di gestione dei progetti. Identificare il settore. Tipologia di aziende che operano nel settore. Introduzione al project work. Comprendere il contesto e l'impatto. Strumenti: SWOT; analisi degli stakeholder, budgeting e crowdfunding. Introduzione a pianificazione ed esecuzione Tecniche di Project management. Concept, mission, work breakdown structure, schedule, feasibility, SWOT, analisi degli stakeholder, strutture organizzative. Strumenti di pianificazione: GANTT, Elementi di budget e bilancio finanziario; Fundraising. Finanziamenti alla cultura: Artbonus, Italian Council, PNRR. La fase di attuazione e il monitoraggio. Messa in atto del piano, monitoraggio dei progressi, pianificazione delle emergenze e controllo del rischio. Presentazione del Project Work

:: 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. Venogno fornire 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 master plan dell'impresa culturale. Comprensione del diverso approccio allo Sponsorship e al Fundraising - pianificazione del Portfolio di sostenitori - preparazione del Piano operativo per la finalizzazione delle richieste di contributo.

:: Territorio per i Beni Culturali

Obiettivi del Modulo

Fine del modulo è quello di comprendere la funzione urbanistico-architettonica del disegno urbano tanto a livello di costi-benefici quanto a livello di compatibilità e di impatto ambientale, cogliendo nel contempo l'importanza delle reti culturali e dei distretti dell'arte in quanto poli di intermediazione, di innovazione e di sviluppo locale, ovvero intendendoli come strumenti di marketing e di promozione territoriale.

Argomenti trattati

Storia dell'architettura, dell'urbanistica e del design del contemporaneo. Progettazione urbanistica degli allestimenti fieristici, di mostre d'arte e di allestimenti temporanei in generale. Le reti culturali italiane ed europee. Le differenze con il sistema anglosassone. Strumenti cognitivi e sistemi di progettazione delle reti. Case history. Il concetto di distretti culturali: origini e sviluppi. Il futuro delle reti culturali. Studi di settore e progettazione sul campo.

:: Logistica dei Beni Culturali

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.

:: Educazione ai Valori Culturali

Obiettivi del modulo

Il modulo affronta una serie di questioni relative al comune denominatore della cultura ed è diviso in tre aree tematiche. Come punto di partenza, viene esaminata la categoria dei diritti culturali finora considerata come la categoria sottosviluppata nel vasto panorama dei diritti umani. Nella seconda parte del modulo verrà analizzato il contributo di Nicholas Roerich (1874-1947) allo sviluppo del sistema internazionale della protezione del patrimonio culturale come lo conosciamo oggi.

La terza e conclusiva parte del modulo si ricollega a quelle precedenti e mira a presentare agli studenti un sistema di Educazione ai valori culturali, Value Education, come uno strumento per inculcare i valori universali nelle menti e nei cuori di persone.

Argomenti trattati

Ruolo del Relatore Speciale nel campo dei diritti culturali

del Consiglio delle Nazioni Unite per i Diritti Umani. Lo human rights-based approach per la protezione del patrimonio culturale. Il Patto Roerich del 1935, creazione della Lega Mondiale della Cultura, visione Pace attraverso la Cultura e il ruolo del museo percepito come centro culturale. La filosofia di Swami Vivekananda. Le basi concettuali e metodologiche del sistema di Educazione ai Valori inteso come un percorso graduale verso un vero sviluppo umano da dentro verso fuori.

:: Organizzazione Eventi Culturali

Obiettivi del Modulo

Il modulo intende fornire agli studenti gli elementi fondamentali nella ideazione, progettazione e produzione di eventi artistici e culturali. L'approccio al tema mira al tempo a legare la produzione di questi eventi alla promozione dell'immagine del contesto su cui tali eventi insistono, sia esso una sede espositiva o un territorio geografico quale un quartiere o un'intera città. Parte dell'analisi sarà costituita dalle riflessioni sulle strategie di comunicazione in relazione allo strumento evento. In questo modulo si vogliono quindi offrire gli strumenti strategici e operativi essenziali a quanti lavorano nell'ambito dell'organizzazione di eventi, in particolare culturali.

Argomenti trattati

Le professioni nell'ambito dei Beni Culturali. Una mostra: solo arte? Varie tipologie di mostre e di "opere". Ciclo di vita di una mostra: idea e ricerca. Pre-Progetto. Progetto esecutivo. La figura dell'organizzatore di eventi dello spettacolo, la fase ideativa e progettuale. La promozione sul territorio, le tecniche di fundraising, i comunicati stampa.

:: Le Gallerie d'Arte e le Case d'Asta

Obiettivi del Modulo

Il corso si pone l'obiettivo di indagare e analizzare il lavoro svolto all'interno di una galleria d'arte e delle case d'asta. Evitando un approccio accademico e concentrandosi sulla realtà del sistema delle gallerie d'arte italiane e internazionali, le lezioni si propongono di consegnare agli studenti una panoramica il più possibile ampia di un mondo troppo spesso visto come distante e inaccessibile.

Un'analisi storica del processo di cambiamento del con-

retto di galleria si tradurrà - dopo le prime ore di corso - in una base teorica utile per affrontare dall'interno le mansioni svolte e le figure professionali coinvolte. Oltre a questo, verrà spiegato il sistema all'interno delle case d'asta. All'interno del modulo verranno anche svolte alcune visite tecniche.

Argomenti trattati

Introduzione al corso. Evoluzione storica della Galleria. Mercanti e gallerie. Livelli e criteri di diversificazione. Le figure professionali coinvolte. Mansioni, progetti e analisi del collezionismo contemporaneo. Esempi rilevanti.

:: Turismo Culturale e Realizzazione di Itinerari

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di studiare il territorio per poter sviluppare delle politiche di turismo culturale che possano tutelare il territorio stesso, le sue peculiarità e il suo valore culturale e fornire gli strumenti per poter valorizzare al meglio tali aspetti anche attraverso l'ideazione e al gestione di appositi itinerari turistico-culturali.

Argomenti trattati

Il ruolo del turismo culturale. Il patrimonio culturale, il turismo e le organizzazioni internazionali non governative. I siti storici e il turismo culturale: la situazione attuale. Turismo e sviluppo urbano. Ecoturismo in Italia e in Europa. La valorizzazione economica delle risorse artistiche, culturali e ambientali. Identificazione dei problemi causati al patrimonio dallo sviluppo turistico. La pianificazione turistica per il patrimonio culturale.

Progettazione: indagini di mercato; progettazione di un itinerario; staff; la formazione del turista; sopralluogo; elaborazione grafica delle mappe; clientela; visibilità; Rapporti commerciali; rapporti con organi istituzionali; progettazione website per la gestione di itinerari di turismo culturale.

:: Cultura, Ambiente e Parchi Museo

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di valutare le peculiarità e le fragilità dell'ambiente, studiare le recenti norme di tutela e protezione e analizzare le realtà che operano nel settore per capire che impatto debba avere una politica di valo-

rizzazione culturale attenta all'ambiente.

Argomenti trattati

La salvaguardia delle aree verdi. I Parchi-Museo. La tutela ecoculturale. Percorsi del mare, della montagna, agrotecnici, dell'artigianato artistico. L'escursionismo interno. Il paesaggio letterario. Relazione città/campagna. Il paesaggio culturale. Estetica della natura e del paesaggio. L'ecologia del paesaggio e l'ecoscape. Progettazione dei percorsi. Segnaletica.

:: Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è insegnare 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 InDesign teoria e pratica
- Esercitazione finale

:: 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 pro-

getti 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 di Valorizzazione e Sviluppo dei Beni Culturali

Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è la realizzazione di un progetto di valorizzazione e sviluppo dei Beni Culturali.

Gli allievi del master metteranno in pratica quanto appreso durante la fase delle lezioni teoriche. La classe dovrà elaborare un progetto di gruppo con il coordinamento di un docente che seguirà il progetto in tutte le sue fasi e presentare il lavoro finale.

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 sono 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.

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.

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

presentazioni finali

La presentazione finale consiste nell'esposizione di un progetto individuale svolto durante il corso del Master. La presentazione è sostenuta alla presenza di una commissione di valutazione composta da docenti del Master e professionisti esterni. Al termine del corso viene conseguito il diploma di Master in Management dei Beni Culturali, rilasciato da Palazzo Spinelli.

comitato tecnico-scientifico

Elisabetta Nardinocchi - Direttrice del Museo Horne.
Claudio Paolini - Storico dell'Arte e ex 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 - Presidente dell'Istituto per l'Arte e il Restauro - Palazzo Spinelli, esperto di Progetti per la valorizzazione del territorio
Massimiliano Guetta - Museologo, esperto di allestimenti museali e applicazione delle nuove tecnologie
Mario Guglielminetti - Marketing manager esperto di valorizzazione dei beni culturali
Alesia Koush - Esperta in educazione ai valori culturali
Michele Lai - Avvocato specializzato in legislazione per i beni culturali
Vittorio Mellini - Esperto di comunicazione interpersonale
Chiara Marino - Docente di lingua inglese
Paolo Pieri Nerli - Architetto conservatore, esperto nella

progettazione per i Beni Culturali e per gli asset territoriali
Lapo Sergi - Direttore di Apice, esperto di movimentazione e imballaggio di opere d'arte

Diego Faa - Esperto di organizzazione di mostre
Carlo D'Eugenio - Esperto di Sicurezza sui luoghi del lavoro
Matteo Montanari - Esperto di project management e distretti culturali

Elisabetta Mignoni - Direttrice della Maison Bibelot
Francesca Luchini - Esperta di itinerari culturali
Matteo Innocenti - Esperto di social network e ufficio stampa
Miranda MacPhail - Docente di Cultura, Ambiente e Parchi Museo

staff

Emanuele Amodei - Amministratore Unico
Lorenza Raspanti - Direzione Generale e Coordinamento Didattico
Claudio Paolini - Direttore Scientifico
Francesca Manfredini - Tutoraggio e Ufficio Stage
Silvia Turchi - Segreteria
Carla Bonini - Responsabile Amministrativo
Angela Degli Innocenti - Responsabile Biblioteca
Francesco Luglio - Responsabile Informatico

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 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 dall'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@palazzo-spinelli.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 fine Luglio
- 20% entro fine Novembre

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 Management dei Beni Culturali

CON IL PATROCINIO DI
ANCI Toscana
Camera di Commercio di Firenze

IN COLLABORAZIONE CON
Museo Horne
Apice
Centro per l'Arte Contemporanea L.
Pecci
Maison Bibelot



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