

IAR[®]

PALAZZO SPINELLI



**Master in
Organizzazione
degli Eventi
Artistici e Culturali**

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



contesto di riferimento

Perché un Master in Organizzazione degli Eventi Artistici e Culturali

Nel campo della gestione e della valorizzazione dei beni culturali l'ideazione, l'organizzazione e la promozione di mostre d'arte e di eventi a queste collegate risulta essere un settore in continuo sviluppo e assume un ruolo fondamentale nel rapporto tra enti culturali e fruitori del bene culturale. Per poter creare e proporre prodotti sempre più accattivanti e innovativi, è necessario acquisire competenze in termini di marketing, comunicazione, management sempre più all'avanguardia oltre che conoscenze approfondite sulla storia dell'arte, sulla museologia e museografia nonché sulle tecniche economiche necessarie per poter usufruire di fondi e sponsorizzazioni.

In Italia questa interdisciplinarietà non è ancora presente e questo si rispecchia in scelte espositive non sempre all'altezza delle aspettative. Vi è quindi la necessità di avere delle professionalità "complesse", capaci di abbinare alle conoscenze artistiche e umanistiche, delle competenze più manageriali che rendano possibile una valorizzazione più mirata dei beni culturali, a livello nazionale e internazionale.

obiettivi del master

L'obiettivo di questo Master è quello di fornire gli strumenti per poter curare, allestire e organizzare mostre ed eventi artistici formando professionalità capaci di progettare e pianificare un evento espositivo e anche di coordinare il team preposto a tale realizzazione. Per raggiungere questo fine, il Master si incentra soprattutto sulla parte progettuale in cui i partecipanti hanno modo di confrontarsi con la realtà del settore e con le delicate dinamiche del lavoro in team per poter elaborare un reale progetto espositivo.

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.

La figura professionale definita dal corso avrà conoscenze specifiche di storia dei musei e delle problematiche ad essi connesse, della loro organizzazione e gestione, compresa anche quella del personale, il tutto raggiunto anche attraverso l'acquisizione di competenze informatiche. Sarà in grado di identificare gli spazi espositivi utilizzabili e la collocazione razionale delle opere, di scegliere il tipo di gestione più rispondente alla situazione museale specifica e di programmare eventi culturali a partire dalla fase ideativa fino a quella gestionale (facendo anche ricorso ai finanziamenti comunitari previsti per tale ambito); attività, queste, tutte compiute nel rispetto della normativa vigente nel settore.

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.

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

dal 13/10/2025 al 24/07/2026

Iter formativo: 1500 ore

- **Prima Fase:** lezioni teoriche, laboratori progettuali, esercitazioni pratiche, visite a imprese del settore, conferenze e interventi di esperti, seminari di studio, ricerca e documentazione, verifiche e valutazioni.
- **Workshop progettuale** per l'ideazione, organizzazione e promozione di un evento culturale.
- **Seconda Fase:** 4 mesi di stage formativo da svolgere in Italia o all'estero. Presentazione finale dei progetti individuali.

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.

piano di studi

Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Marketing e Comunicazione per gli Eventi Artistici e Culturali
- Comportamento Organizzativo
- Gestione Ufficio Stampa
- Social Media per gli Eventi
- Comunicazione con le immagini

Area Normativa

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

Area Economico - Finanziaria

- Project Management
- Fundraising per le Imprese Culturali

Area Tecnico - artistica

- Museologia e Museografia
- Logistica dei Beni Culturali
- Tecniche di Allestimento
- Le Gallerie d'Arte
- Le Case d'Asta

Area Informatica

- Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

Progettazione sul campo

- Workshop progettuale di organizzazione, allestimento, gestione e promozione di una mostra d'arte

Visite tecniche, seminari

- Visite tecniche a Musei, Gallerie, Collezioni, Case d'Asta

Stage operativo

- Stage operativo in aziende, Musei, Enti, Gallerie, Fondazioni, ecc.

:: Marketing e Comunicazione per gli Eventi artistici e 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 poggia 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.

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. 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 pro-

prie 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.

:: 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 indirizzari 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.

:: Social Media per gli Eventi

Obiettivi del Modulo

Il web 2.0 ha aperto canali interattivi di accompagnamento comunicativo degli eventi da scegliere accuratamente e da gestire con attenzione. Obiettivo del modulo è fornire le conoscenze utili per l'utilizzo degli strumenti disponibili in rete.

Argomenti trattati

Search Engine Optimization. SEO. Tag, Link building e segnali di autorevolezza social. Tool indispensabili. FEED RSS. Georeferenziazione dei risultati. Google adwords, ottimizzazione di campagne di search engine advertising. WEB 2.0: I social network importanti per la visibilità nella rete italiana. Impostare gli obiettivi delle attività di social media marketing e la strategia più corretta per raggiungerli. Social media ROI. FACEBOOK: Profili personali vs. pagine fan. TWITTER: Il microblogging, #hashtag e liste. LINKEDIN: Business profiling. GOOGLE+: La condivisione selettiva. Digital asset optimization

:: Comunicazione con le immagini

Argomenti trattati

Teoria della comunicazione; progetti di comunicazione; ricerca iconografica; laboratorio; validazione immagini (teoria della percezione); progettazione pratica per presentazione di un lavoro finale

:: 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 e Salute 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

Obiettivi del Modulo

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

Argomenti trattati

Introduzione ai fondi pubblici. Finanziamenti diretti e indiretti. I bandi e le gare pubbliche. Analisi dei principali siti internet, delle gazzette ufficiali e delle principali. Breve introduzione al programma Cultura della UE. Presentazione generale del programma. Analisi del bando e degli strand. Analisi della documentazione da produrre. Analisi dei documenti relativi al budget da presentare. Principi di Project Management. Compiti del project manager. Presentazione dei principali metodi di project management. Elementi distintivi del Project Cycle Management. Vincoli del progetto. Risk management. La Work Breakdown Structure.

Diagramma di GANTT. Diagramma di PERT. Budgeting. Definizione di budgeting. Il Costo-uomo. Costi esterni vs costi interni. I costi indiretti. Esempi di costruzione budget di varia complessità.

:: 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 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.

:: Museologia e Museografia

Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo è quello di delineare la storia culturale dei termini museografia e museologia, configurando i fondamenti e gli ambiti applicativi della disciplina, esaminando gli strumenti per la ricerca e per l'attività museologica. Il corso si orienta sulla storia del collezionismo e delle forme di raccolta, sui mutamenti di funzione e di ricezione dei musei, con un'ovvia e particolare attenzione alla realtà fiorentina e toscana. Definisce inoltre l'identità del Museo, le competenze, i compiti e le attività dell'istituzione museale sotto il profilo giuridico-istituzionale. Si focalizza infine sulla conoscenza, conservazione e valorizzazione della sede e delle collezioni e sui rapporti con il pubblico, con il territorio e con le istituzioni politico-istituzionali.

Argomenti trattati

Accenni sulla valorizzazione dei Beni culturali. La figura del

Project Management. Il sistema architettonico del Museo. Criteri di base nell'allestimento museale. Tipologie e Spazi. Accessi e Percorsi. Criteri di Allestimento. Nozioni di base sugli aspetti tecno-impiant. Esercitazioni e visite in loco. Riferimenti legislativi. Il ruolo della luce nell'allestimento museale. Nozioni di base sull'illuminotecnica. Sistemi di illuminazione

Esempi realizzati di allestimenti recenti. I materiali utili all'allestimento. Materiali polimeri. Analisi, qualità e difetti dei materiali utilizzabili. Esercitazione Finale. Alcuni Riferimenti Bibliografici.

:: Gallerie d'Arte

Obiettivi del Modulo

Il corso si pone l'obiettivo di indagare e analizzare il lavoro svolto all'interno di una galleria d'arte. 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. Verrà infine approfondito l'ambito dell'organizzazione di una mostra all'interno della gallerie analizzando le diverse fasi e le professionalità coinvolte.

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. Fasi per l'organizzazione di una mostra d'arte.

:: Le Case d'Asta

Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo è quello di presentare le attività che caratterizzano le case d'asta proponendo sia un approccio teorico sia una visita tecnica per vedere più da vicino le varie mansioni presenti all'interno di questo importante settore.

Argomenti trattati

Attività di preparazione delle vendite all'asta. Valutazione delle opere d'arte. Gestione della clientela. Attività di catalogazione e numerazione dei lotti. Attività post asta.

:: 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

:: 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.

:: Exhibit Design e Tecniche di Allestimento

Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è fornire le conoscenze utili per la progettazione di spazi, di allestimenti e di installazioni in ambienti museali e, più in generale, alla fruizione strutturata dei Beni Culturali. Il corso fornisce strumenti e metodologie per affrontare il progetto dal concept allo sviluppo tecnico, funzionale, tecnologico, semantico e relazionale, gestendo le qualità formali, percettive, espressive e comunicative delle infrastrutture e dell'ambiente museale.

Argomenti trattati

Benchmark e case study museali ed espositive. Metodologia progettuale. Elementi di ergonomia, prossemica e fruizione degli spazi. Lighting Design. Cenni di Sound Design. Progettazione di spazi museali, allestimenti ed esposizioni residenti e temporanee.

:: 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 di organizzazione, allestimento, gestione e promozione di una mostra d'arte

Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è la realizzazione di un progetto artistico e culturale.

Gli allievi del master metteranno in pratica quanto appreso durante la fase delle lezioni teoriche tenutesi a Palazzo Spinelli. Gli alunni dovranno ideare un evento e curarne lo sviluppo fino alla presentazione del progetto con il coordinamento di un docente di riferimento.

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 una reale applicazione pratica di tali conoscenze in quello che sarà poi il loro futuro ambito lavorativo.

visite tecniche

Durante il master 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.

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.

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 di lezioni e workshop 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 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 Organizzazione degli Eventi Artistici e Culturali, rilasciato da Palazzo Spinelli.

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 - Presidente di Palazzo Spinelli, esperto di Progetti per la valorizzazione del territorio

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

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

Mario Guglielminetti - Marketing manager esperto di valorizzazione dei beni culturali

Vittorio Mellini - Esperto di comunicazione interpersonale

Angelo Minisci - Esperto di allestimento museale

Francesco Luglio - Esperto in Information and Communication Technologies

Diego Faa - Esperto di organizzazione e allestimento mostre d'arte

Chiara Marino - Docente di Lingua Inglese

Lapo Sergi - Direttore di Apice Firenze

Matteo Innocenti - Esperto Gestione e Comunicazione di Eventi Culturali

Raffaele Di Vaia - Responsabile organizzazione degli eventi espositivi e della gestione della collezione permanente del Centro per l'Arte Contemporanea L. Pecci

Dario Orlandi - Fotografo e giornalista pubblicitario.

staff

Direzione Generale - Emanuele Amodei

Vice Direzione - Lorenza Raspanti

Ufficio Stage - Francesca Manfredini

Segreteria dell'Istituto - Silvia Turchi

Segreteria Amministrativa - Carla Bonini

Tutoraggio - Francesca Manfredini

Responsabile Biblioteca - Angela Degli Innocenti

Responsabile Informatico - Francesco Luglio

modalità di adesione

STEP 1

Per iscriversi master 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 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 il 31/05/2025

- 20% entro il 31/07/2025

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 Organizzazione degli Eventi Artistici e Culturali



CON IL PATROCINIO DI
ANCI Toscana
Camera di Commercio di Firenze

IN COLLABORAZIONE CON
La Portineria
Lucca Crea srl
Apice srl
Museo del Novecento di Firenze
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