



IAS[®]

PALAZZO SPINELLI

**Master in
Gestione e
Innovazione delle
Attività Museali**



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

contesto di riferimento

Perché un Master in Gestione e Innovazione delle Attività 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 pratici e manageriali per poter progettare, gestire e innovare tutte quelle attività che i musei sono chiamati ad offrire ad un pubblico sempre più ampio e variegato.

Le nuove sfide che i musei si trovano a dover affrontare per "promuovere la conoscenza, il pensiero critico, la partecipazione e il benessere della comunità" rendono infatti necessaria la presenza di professionalità altamente specializzate che possano vantare una preparazione mirata per operare nel mondo della cultura ad ampio raggio in contesti caratterizzati da continui mutamenti e innovazione.

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 e nuovo ordinamento didattico in Lettere, Storia e Conservazione dei Beni Culturali, Operatori per i Beni Culturali, Architettura, Filosofia e simili;
- laureati o laureandi 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, Economia del territorio e del turismo, Comunicazione e gestione nei mercati dell'arte e della cultura e simili;
- laureati o laureandi in tutti gli altri corsi di laurea, previa valutazione da parte del Comitato Scientifico;
- 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 gli 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:

10 mesi: 6 mesi di lezione e 4 mesi di stage

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** finalizzato alla progettazione di attività e servizi museali innovativi
- **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 50125 – Firenze

Tel: +39 055 282951

Fax: +39 055 217963

Posti disponibili:

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

Area Economico - Finanziaria

- Fundraising per le Imprese Culturali
- Gestione Economica per i Musei
- Il Bilancio Sociale di un'Impresa Culturale
- Qualità delle Istituzioni Culturali
- Gestione dei Bandi per le Imprese Culturali

Area Tecnico - operativa

- Tecniche di organizzazione e Gestione dei Servizi Museali
- Mediazione Culturale e Servizi Didattici
- Logistica per i Beni Culturali
- Social Media per i Musei
- Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni
- Organizzazione di Eventi Culturali

Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

Area Laboratoriale

- Workshop progettuale per la progettazione di attività e servizi aggiuntivi per una realtà museale del territorio

Visite tecniche, seminari

- Visite tecniche a Musei, Gallerie, Collezioni, Seminari interni

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

piano di studi

Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Tecniche di Marketing e Comunicazione dei Musei
- Comportamento Organizzativo
- Museologia e Management Museale

Area Normativa

- Legislazione dei Beni Culturali
- Sicurezza sui luoghi di lavoro

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.

:: Museologia e Management Museale

Obiettivi del Modulo

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

Argomenti trattati

Sotto il tetto della museologia (Le competenze della scienza sociale). Il museo come sistema culturale. Lo studio del museo aspetti terminologici: Museo, Museologia e Museografia. ICOM e le definizioni ufficiali di Museo. Denominazioni museali. Tipologie di museo per caratteristiche museali. 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 museale. Tipologie di percorsi museali. Psico-fisiologia del percorso museale. Il manuale di stile e dell'immagine coordinata. Media e supporti didattici per la comunicazione museale. La Gestaltpsychologie 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 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.

:: Fundraising per le Imprese Culturali

Obiettivi del mMdulo

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: il ciclo del fundraising, la raccolta fondi, il piano, gli strumenti e i mercati del fundraising. Pianificazione del Portfolio di sostenitori e preparazione del Piano operativo per le richieste di contributo. Focus sul Corporate Fundraising: ricerca e cura dei sostenitori, le donazioni e i contratti di sponsorizzazione.

:: Gestione Economica per i Musei

Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire una visione generale di gestione economica dell'istituzione museale, da un punto di vista contabile e finanziario, 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.

:: Gestione dei Bandi per le Imprese Culturali

Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di offrire all'allievo le competenze necessarie per ricercare, partecipare e rendicontare un contributo ricevuto da un Ente appaltante di un bando. I bandi ad oggi sono la massima espressione di distribuzione di fondi europei,

nazionali e locali destinati
a Musei, Enti ed Imprese Culturali.

Argomenti trattati

Comprensione di un bando europeo, nazionale e locale. Le fonti di un bando e i soggetti coinvolti. La gestione di un contributo, di un finanziamento e di un cofinanziamento. Costruzione di un budget di un bando e approfondimento sulle modalità di rendicontazione.

:: Qualità delle Istituzioni Culturali

Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire nozioni tecniche relative agli strumenti di misurazione necessari ad intraprendere decisioni a breve, medio e lungo periodo.

Argomenti trattati

La situazione italiana. Il significato delle indagini. La differenza tra Customer Satisfaction generale imposta dal Ministero alle Regioni e di conseguenza ai Comuni e indagini qualitative ad hoc dell'Impresa Culturale. Gli strumenti per lo svolgimento delle indagini. L'Annual Report.

:: Il Bilancio Sociale di un'Impresa Culturale

Obiettivi del Modulo

Oggi è impossibile non informare tutti gli stakeholder degli impatti sociali che un'Impresa può avere sul territorio, in ottica di valore generato in termini di miglioramento di benessere multidimensionale collegato con gli SDGs dell'Agenda 2030 e con i domini BES dell'Istat. Il modulo ha come obiettivo quindi quello di offrire una conoscenza dell'evoluzione che negli ultimi anni sta avvenendo in materia di misurazione degli impatti e restituzione al territorio di un valore economico di ritorno sociale dell'investimento.

Argomenti trattati

Il bilancio sociale e la responsabilità sociale. L'Agenda 2030 e gli SDGs. L'analisi degli impatti. I soggetti coinvolti: gli stakeholder di un'impresa culturale. Il NeXt Impact di MUS.E e il calcolo SROI. La metodologia utilizzata e la 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 museale. 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 2023. Trend e tendenze a Firenze, in Italia e nel mondo

Intorno ai concetti di "museo", di "pubblico", di "mediazione". Le ragioni di un'esperienza culturale.

La figura professionale del mediatore: competenze, qualifiche, prospettive.

Dal pubblico ai pubblici: i diversi bisogni e profili del pubblico dei musei. Analisi dei principali target.

I pubblici speciali, lineamenti di accessibilità universale.

Metodi, linguaggi e formati della mediazione nei musei. Analisi delle forme più consolidate e delle sperimentazioni più innovative.

Tra l'effimero e il permanente, le occasioni di esperienza culturale nei 365 giorni dell'anno.

Altre forme di mediazione culturale: i supporti alla visita autonoma e i "musei in valigia".

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

:: Logistica per i 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.

:: Social Media 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

Obiettivi del Modulo

Il modulo intende fornire agli studenti gli elementi fondamentali nella ideazione, progettazione e produzione di eventi artistici e culturali.

Argomenti trattati

Analisi del contesto storico, definizioni e classificazioni degli eventi. Dal brief alla realizzazione di un progetto. Pianificazione e organizzazione dell'evento. Promozione e ufficio stampa per l'evento. Fase post- evento.

:: 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 per la progettazione di attività e servizi aggiuntivi per una realtà museale del territorio

Obiettivi del Modulo

Obiettivo del modulo è la realizzazione di un progetto legato a una realtà museale e allo sviluppo di servizi aggiuntivi.

Gli allievi del master metteranno in pratica quanto appreso durante la fase delle lezioni teoriche tenutesi a Palazzo Spinelli. Gli alunni dovranno realizzare il progetto e presentare il book finale 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.

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 inesprese, presenti sul territorio.

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

presentazione finale

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 Gestione e Innovazione delle Attività Museali, 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 dell'Istituto per l'Arte e il Restauro - 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

Angela Corbo - Esperta S-ROI

Vittorio Mellini - Esperto di comunicazione interpersonale

Chiara Marino - Docente di Lingua Inglese

Matteo Innocenti - Esperto di social network e ufficio stampa

Emanuele Tirinnanzi - esperto di organizzazione eventi culturali

Valentina Zucchi - esperta di servizi didattici presso Mus.e

Francesco Fricelli - esperto di Fundraising e Gestione Economica Museale

staff

Emanuele Amodei - Amministratore Unico

Lorenza Raspanti - Direzione Generale

Claudio Paolini - Direttore Scientifico

Emma Moretti - Coordinamento Didattico

Silvia Bosio, Martina Migliorini - Tutoraggio

Martina Migliorini - Ufficio Stage

Benedetta Banini - Segreteria dell'Istituto

Guido Lascialfari - Responsabile Amministrativo

Benedetta Banini - 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 co-

noscitivo, 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@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 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

IV EDIZIONE

IN COLLABORAZIONE CON
Associazione Mus.e Firenze
Apice Srl
Museo del Novecento di Firenze
Centro per l'Arte Contemporanea L. Pecci



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