

Istituto[®]
per l'Arte
e il **Restauro**

PALAZZO SPINELLI

Master in
Management
dei Servizi Museali



L'ALTA FORMAZIONE NEL RESTAURO
E NEI BENI CULTURALI

Istituto® per l'Arte e il Restauro

PALAZZO SPINELLI



L'Eccellenza nei Beni Culturali

L'Istituto per l'Arte e il Restauro nasce il 26 settembre del 1976 ed opera sia come centro di formazione, specializzazione e aggiornamento professionale nel settore della conservazione e del restauro del patrimonio culturale mondiale, sia come centro di consulenza e restauro per conto di enti pubblici e privati.

Allo stesso tempo opera come centro di formazione post laurea organizzando Master nel settore della conservazione e della valorizzazione dei beni culturali, dell'organizzazione di eventi e si dedica attivamente alla ricerca di nuovi percorsi che siano al passo con le esigenze del mondo del lavoro nel settore culturale.

L'esperienza accumulata in quasi 40 anni di attività, con più di 4.900 corsi attivati, oltre 9.000 studenti diplomati e 18.000 interventi effettuati, definisce l'Istituto per l'Arte e il Restauro quale centro di eccellenza del settore, a livello nazionale e internazionale, capace di offrire, all'interno di un ordinamento di tipo universitario, una formazione professionale eminentemente pratica, attenta alle esigenze del mondo del lavoro e costantemente aggiornata sulle moderne tecnologie e sulle nuove filosofie d'intervento.

Dal 1978 ad oggi, studenti di ogni parte del mondo si sono formati nelle aule, nei laboratori e atelier delle varie sedi istituzionali ed altrettanti hanno finora frequentato corsi brevi di introduzione alle tecniche o di aggiornamento. Questa intensa attività ha contribuito al consolidamento in ogni angolo del pianeta dell'immagine forte di Firenze come "capitale mondiale dell'arte e del restauro".

Accreditamento

L'Istituto è ccreditato dalla Regione Toscana con Decreto n. 1722 del 25 marzo 2003 e successivo Decreto n. 11516 del 16 luglio 2018, ai sensi della legge nazionale 845 del 21 dicembre 1978, dal 1980, l'Istituto ha avuto il riconoscimento dei propri corsi di restauro; tale riconoscimento è concesso ininterrottamente dalla Provincia di Firenze ai sensi dell'art 17 comma 1 lettera b della L.R. 32/2002.

Dal 1976
L'Alta Formazione
nel Restauro
e nei Beni Culturali

Il Restauro in Italia oggi

La formazione del restauratore in Italia è oggi regolata dal Decreto Ministeriale n. 86 del 26 maggio 2009 che definisce il profilo del restauratore e degli altri operatori che svolgono attività complementari al restauro e alla conservazione dei beni culturali, ai sensi dell'art. 29 comma 7 del Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio, Decreto Legislativo n. 42 del 22 gennaio 2004.

Il DM 86/2009 definisce i seguenti profili:

- Art. 1 - Restauratore (laurea quinquennale a ciclo unico)
- Art. 2 - Tecnico Restauro Beni Culturali e Collaboratore Restauratore (diploma triennale)
- Art. 3 - Tecnici con competenze specifiche (diploma annuale, biennale o esperienza professionale)
- Art. 4 - Esperti scientifici (laurea in chimica, fisica, biologia, geologia).

Questi tecnici intervengono in team con un progettista (restauratore laureato) e un direttore dei lavori (architetto o restauratore) sotto la sorveglianza della competente Soprintendenza.

L'attuale organizzazione dei corsi professionali dell'Istituto prevede un iter triennale che permetterà di conseguire la Qualifica di Tecnico del Restauro di Beni Culturali (art. 2 del DM 86/2009).

Il Profilo di Tecnico del Restauro di Beni Culturali ("collaboratore restauratore"), è la figura professionale che collabora con il restauratore eseguendo, con autonomia decisionale strettamente afferente alle proprie competenze tecniche, determinate azioni dirette ed indirette per limitare i processi di degrado dei beni ed assicurarne la conservazione, operazioni di cui garantisce la corretta esecuzione secondo le indicazioni metodologiche ed operative, sotto la direzione ed il controllo diretto del restauratore. Ha la responsabilità della cura dell'ambiente di lavoro e delle attrezzature, cura la preparazione dei materiali necessari per gli interventi, secondo le indicazioni metodologiche del restauratore. La qualifica di «collaboratore restauratore di beni culturali», acquisita ai sensi dell'articolo 182 del Codice, corrisponde al profilo professionale di cui al presente articolo.

La suddetta Qualifica, in quanto rilasciata da una Regione delegata dallo Stato italiano, ai sensi della Legge Nazionale n. 845 del 21 dicembre 1978, è valido su tutto il territorio nazionale. Il titolo triennale è anche valido nei Paesi dell'Unione Europea in quanto rilasciato in conformità del Sistema Generale di riconoscimento, regolamentato con due direttive generali (89/48/CEE e 92/51/CEE), modificate dalla direttiva 2001/19/CE attuata dallo Stato italiano con Decreto Legislativo n. 277 dell'8 luglio 2003, art 1 lettera b.



Emanuele
Amodei
Presidente

Il Messaggio del Presidente

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

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

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

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

La Mission

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



L'internazionalità

Ad oggi, l'Istituto opera globalmente per la difesa del patrimonio culturale mondiale, sia attraverso la promozione e la gestione di iniziative finalizzate allo studio, alla conservazione, al restauro e alla valorizzazione dei beni storico-artistici, sia attraverso progetti realizzati in collaborazione con Enti pubblici e privati, con la Commissione Europea, l'Unesco e il Ministero degli Affari Esteri italiano; in quest'ultimo caso nel quadro degli accordi di Cooperazione Scientifica, Tecnologica e Culturale sottoscritti con oltre 60 governi nel mondo.

In quest'ambito l'Istituto ha organizzato e gestito progetti, scuole, seminari e conferenze, fra gli altri, ad Alessandria d'Egitto, Algeri, Amman, Amsterdam, Atene, Barcellona, Belo Horizonte, Berlino, Bruxelles, Bucarest, Budapest, Buenos Aires, Città del Messico, Copenaghen, Cracovia, Damasco, Dubrovnik, Granada, Il Cairo, Istanbul, La Habana, Lisbona, Londra, Los Angeles, Madrid, Monaco di Baviera, Mosca, New York, Parigi, Pechino, Praga, Riga, Riyadh, Rio de Janeiro, Tirana, Tokyo, Santiago del Cile, Shanghai, Sidney, Tallin, Tirana, Tripoli, Tunisi, Vilnius.

Grazie a quest'attività internazionale e alla costante partecipazione a progetti finanziati dalla Commissione Europea (Cultura, Eumedis, Euromed Heritage, Formites, Incomed, Info2000, Interreg, Leonardo, Life, Minerva, Raphael, Grundtvig, Leonardo da Vinci, ENPI, Erasmus, Europa Creativa, Creative Industries ed altri), l'Istituto ha costituito una vasta rete di rapporti di collaborazione che comprende oltre 500 partners in 100 Paesi.

Con il Patrocinio del Ministero degli Affari Esteri e del Ministero della Pubblica Istruzione, l'Istituto è organizzatore e promotore della mostra didattica itinerante "Arte su Arte: un'introduzione alle tecniche e al restauro dei dipinti su tela e su tavola". La mostra, disponibile su richiesta, è già stata ospitata da Musei, Fondazioni, Università, Istituti Italiani di Cultura, Ambasciate d'Italia ed altre istituzioni pubbliche e private, per un totale di 86 allestimenti in Italia e in altri 24 Paesi.

Infine, l'Istituto, scelto per il Comitato Internazionale Giubileo Mondo del Lavoro, è stato promotore e organizzatore, il 19 marzo 2000, del Giubileo degli Artigiani e Restauratori, ricevendo il ringraziamento del S. Padre per il dono della scuola di restauro carta all'Etiopia.

Dal 2010 l'Istituto è uno dei principali promotori del Salone per l'Arte e il Restauro di Firenze, evento biennale che accoglie ogni volta realtà provenienti da tutto il mondo e che operano nel settore del restauro per uno scambio sinergico.



La sede storica

Palazzo Spinelli prende il nome dall'omonimo edificio del '500, sito in Borgo S. Croce al numero 10, prima sede storica dell'Istituto fin dal 1976. Nel 1985 vengono aperte due nuove sedi presso i Palazzi Ridolfi e Niccolini. Oggi, Palazzo Spinelli è posizionato presso il Palazzo Zanchini-Ridolfi, al numero 13 della famosissima Via Maggio, strada di riferimento per la quantità e qualità di botteghe artigiane, di arte e di antiquariato del centro di Firenze; qui, in diverse sedi affacciate sulla via, l'Istituto offre agli studenti la possibilità di operare all'interno dei propri laboratori ed ambienti didattici, oltre che agli spazi-mostre dedicati alla conservazione ed al restauro.

Il palazzo, costruito a partire dai primi anni del '400, è espressione di quella tendenza della cultura architettonica fiorentina tardo-cinquecentesca ed ospita al suo interno, tra gli altri ambienti, una splendida cappella quattrocentesca con affreschi riconducibili alla scuola di Santi di Tito.



1500
ORE

100 ORE
DI LABORATORIO
PROGETTUALE

VISITE
DIDATTICHE

560 ORE
DI STAGE IN
AZIENDA

La Specializzazione

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



I Master

Master in Conservazione e Restauro dei Beni Storico- Artistici

Master in Management dei Beni Culturali

Master in Gestione dei Servizi Museali

Master in Sostenibilità e Valorizzazione del Patrimonio Mondiale

Master in Management degli Eventi Artistici e Culturali

Master in Design degli Allestimenti e dei Percorsi Museali

Master in Management degli Eventi dello Spettacolo

Master in Management dei Servizi Museali

IV EDIZIONE

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



IN COLLABORAZIONE CON
Mus.e
Apice
Museo del Novecento
Museo Pecci



contesto di riferimento

Perché un Master in Management dei Servizi Museali

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

Dal 2014, con il Decreto Musei, il Museo diventa un istituto dotato di autonomia tecnico scientifica che svolge funzioni di tutela e valorizzazione delle raccolte assicurandone e promuovendone la pubblica fruizione.

Se a livello europeo le istituzioni museali stanno investendo sempre di più nella creazione di servizi aggiuntivi diversificati e innovativi, nel panorama museale italiano emerge la necessità di implementare e potenziare la varietà e la qualità dei servizi museali offerti ai visitatori, partendo dalla consapevolezza del ruolo centrale che tali servizi svolgono nella creazione di un'offerta culturale completa e attenta ad un pubblico sempre più numeroso ed eterogeneo.

obiettivi del Master

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

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

la figura professionale

La figura professionale di riferimento è quella di un manager di elevata cultura ed esperienza, che sappia tenere di conto delle innovazioni e dei profondi mutamenti che il settore sta vivendo. Tale figura professionale avrà conoscenze specifiche dei servizi e delle attività museali e dovrà quindi essere in grado di ideare e progettare delle soluzioni innovative affinché i musei possano raggiungere e mantenere un livello di fruibilità sempre all'avanguardia e al passo con i cambiamenti delle esigenze e delle aspettative della società.

destinatari

Il Master è riservato a:

- Laureati del vecchio ordinamento didattico (anteriore alla riforma universitaria dell'A.A. 2001/2002) in Lettere, Storia e Conservazione dei Beni Culturali, Operatori per i Beni Culturali, Architettura e simili;
- Laureati del nuovo ordinamento didattico in tutte le lauree rientranti nella classe di Scienze dei Beni Culturali, di
- Tecnologie per la conservazione e il restauro dei Beni Culturali, di Conservazione e restauro del patrimonio storico-artistico, di Storia dell'arte e simili; e inoltre a laureati in Scienze del turismo per i Beni Culturali, in Scienze dell'economia e della gestione aziendale, Comunicazione e gestione nei mercati dell'arte e della cultura e simili;
- Laureati in tutti gli altri corsi di laurea, previa valutazione da parte del Comitato Scientifico.
- Diplomatici presso le Accademie di Belle Arti, DAMS ed i Conservatori Musicali e professionisti.
- L'accesso è ugualmente consentito a studenti che abbiano conseguito pari titolo presso Università straniere.

Ammissione degli studenti stranieri

Sebbene le lezioni siano tenute in italiano, i corsi non presentano eccessive difficoltà per quegli studenti stranieri che sono in possesso di un adeguato livello di espressione e comprensione della lingua italiana. Sugeriamo agli studenti stranieri di frequentare un corso di lingua italiana

presso l'Istituto Italiano di Cultura del loro Paese, oppure, presso il nostro Istituto a Firenze.

struttura del master

Durata, orario di frequenza, iter formativo, sede, posti disponibili, coordinamento didattico

Periodo di durata del Master:
10 mesi: 6 mesi di lezione e 4 mesi di stage
dal 16/05/2022 al 28/04/2023

Iter formativo: 1500 ore

- **Prima Fase** (16 maggio 2022 – 30 novembre 2022): lezioni teoriche, laboratori progettuali, esercitazioni pratiche, visite a imprese del settore, conferenze e interventi di esperti, seminari di studio, ricerca e documentazione, verifiche e valutazioni.
- **Workshop progettuale** per l'elaborazione di un progetto sui servizi museali.
- **Seconda Fase** (5 dicembre 2022 - 28 aprile 2023): minimo 4 mesi di stage formativo da svolgere in Italia o all'estero. Esami Finali.

Orari di Frequenza:

Tutti i giorni dal lunedì al venerdì per un totale di 20/24 ore settimanali

Sede del Master:

Palazzo Ridolfi, Via Maggio 13 50125 – Firenze
Tel: +39 055 282951
Fax: +39 055 217963

Posti disponibili:

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

piano di studi

Area Marketing e Comunicazione dei Beni Culturali

- Tecniche di Marketing e Comunicazione dei Musei
- Comportamento organizzativo
- Project Management per i musei

Area Normativa

- Legislazione dei Beni Culturali
- Sicurezza sui luoghi di lavoro

Area Economico - Finanziaria

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

Area Tecnico - operativa

- Responsabilità sociale e Qualità delle Istituzioni Culturali
- Tecniche di organizzazione e Gestione dei Servizi Museali
- Mediazione Culturale e Servizi Didattici
- Movimentazione ed Imballaggio di Opere d'arte
- Social Network per i Musei
- Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni
- Organizzazione di Eventi Culturali

Area Linguistica

- Seminario di Lingua Inglese

Area Informatica

- Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Area Laboratoriale

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

Visite tecniche, seminari e study tour

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

Stage operativo

- Stage operativo in aziende di settore, Musei, Enti, Fondazioni, ecc.

N.B. I programmi didattici potranno subire delle variazioni sulla base delle risultanze dei monitoraggi periodici, dell'inserimento di visite tecniche e di interventi di professionisti esterni

i moduli

:: Tecniche di Marketing e Comunicazione dei Musei

Obiettivi del Modulo

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

Argomenti trattati

Alla ricerca di una definizione di Cultura. La domanda e l'offerta di Cultura: in Italia, in Europa e nel mondo. Analisi dei cambiamenti nella produzione e nella fruizione dei musei. Elementi generali di marketing. L'economia della Cultura e il marketing culturale. Il marketing culturale applicato ai servizi museali; un confronto con il marketing degli eventi culturali. La pianificazione del marketing. La verifica: analisi dei dati, customer e stakeholder satisfaction. La comunicazione dei beni culturali. Tutto è comunicazione, il concetto di comunicazione totale applicato ai musei. Il sistema di identità viva, la corporate identity. Marketing, comunicazione e p.r. Il co-marketing, la comunicazione coordinata con partner e sponsor. Tecniche di comunicazione integrata e multicanale. L'universo digitale: la comunicazione dei beni culturali su web e social media. Dallo storytelling al social media marketing.

:: Comportamento organizzativo

Obiettivi del Modulo

Il modulo ha l'obiettivo di sviluppare le competenze comunicative e persuasive al fine di adottare comportamenti e stili di comunicazione flessibili e adeguati alle diverse situazioni. Si cerca di sviluppare delle abilità di gestione della relazione e sul miglioramento delle capacità di individuazione e comprensione delle esigenze dell'interlocutore. Si vuole inoltre approfondire le tematiche legate alla comunicazione pubblica, alla comunicazione che si attiva nella gestione delle relazioni interpersonali con clienti e collaboratori e alla comunicazione intesa come marketing di se stessi, cioè come capacità di promuovere se stessi e le proprie capacità. Ultimo fine è quello di perfezionare le dinamiche relazionali, migliorare la comprensione e la gestione delle persone in un ambiente di lavoro e realizzare gruppi sempre più efficaci e coesi.

Argomenti Trattati

Competenza comunicativa. Gestione della relazione. Programmazione Neurolinguistica. Linguaggio di precisione. Influenza della comunicazione su comportamenti e atteggiamenti. Comunicazione persuasiva. Elementi di comunicazione scritta efficace. Ascolto "partecipativo". Intelligenza emotiva. La comunicazione in pubblico. Gestione psicologica di un gruppo. Fattori che influenzano il grado di efficacia di una comunicazione. Come presentare se stessi. Come presentare il progetto aziendale. Come strutturare un discorso in modo chiaro ed efficiente. Come gestire le emozioni e gli stati d'animo durante la comunicazione. Creare un'immagine di se stessi e della propria azienda. Gestione dello stress. Apprendere e gestire il comportamento organizzativo. Cultura organizzativa e mentoring. Coinvolgimento, condivisione e responsabilità. Gruppo, gruppo di lavoro, lavoro di gruppo. Auto-stima, auto-efficacia. La teoria motivazionale. I processi decisionali di gruppo. Come costruire una relazione di fiducia. Tecniche per il problem-solving di gruppo. Dinamiche di gruppo. Team al lavoro. Gestione del conflitto e negoziazione. Leadership. Elementi di Analisi Transazionale nella gestione del gruppo.

:: Project Management per i musei

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di dare i lineamenti di base dell'istituzione museale trattando temi di progettualità museologica

e museografica e analizzando i servizi 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 Gestalpsychologie per la comunicazione e l'allestimento. Luce, spazio e criteri di illuminazione. Opere d'arte e contesto all'origine del gap semiotico. Il processo della comunicazione: modelli di riferimento. La comunicazione: tra media e codici museali. L'organizzazione dello spazio di accoglienza e l'erogazione dei primi servizi. Nature di pubblico e target di riferimento. Quantità della domanda qualità dell'offerta dei servizi. La legge Ronchey. I servizi per l'accessibilità: le visite guidate e i supporti didattici alla visita. Servizi e nuove tecnologie: il sistema informatizzato di bigliettazione e l'erogazione dei device per la fruizione museale. Casi di studio

:: Legislazione dei Beni Culturali

Obiettivi del modulo

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

Argomenti trattati

Le fonti normative del Diritto e le forme della Tutela. Il Testo Unico delle disposizioni in materia di beni culturali ed ambientali. Il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio La circolazione e l'esportazione dei beni culturali mobili e le azioni a sostegno della tutela. L'organizzazione del Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Convenzioni sulla protezione del patrimonio culturale mondiale e in caso di conflitto armato.

Convenzioni per la protezione dei patrimoni specifici e norme sulla circolazione dei Beni Culturali mobili. Competenza comunitaria nel campo dei beni culturali, il Trattato di Maastricht e l'articolo 151 TUE. Le linee d'azione della Commissione Europea

:: Sicurezza sui luoghi di lavoro

Obiettivi del modulo

La finalità del modulo è quella di fornire agli studenti una adeguata conoscenza delle leggi in materia di sicurezza e salute del lavoro per svolgere con sicurezza il proprio ruolo all'interno dei laboratori o in cantieri esterni.

Argomenti trattati

I fattori di rischio. Segnaletica e contrassegni di pericolo. Rischio chimico. Rischio biologico. Sicurezza nei laboratori. Agenti biologici nelle biblioteche. Microclima e movimentazione. Rischio psicosociale.

:: Fundraising per le Imprese Culturali

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di avvicinare l'allievo alle tecniche del fundraising attraverso l'analisi e l'approfondimento dei modelli di riferimento. Vengono fornite le competenze per poter pianificare un Piano di Ricerca fondi per disporre di un canale di supporto economico-finanziario per un'Istituzione/Organizzazione culturale.

Argomenti trattati

Introduzione al fundraising. Le caratteristiche istituzionali delle imprese culturali. Le strategie delle imprese culturali. Il fundraising: il ciclo del fundraising, la raccolta fondi, il piano, gli strumenti e i mercati del fundraising. Amministrazioni, i bandi delle fondazioni di origine bancaria. Il budget ed il masterplan dell'impresa culturale.

Comprensione del diverso approccio allo Sponsorship e al Fundraising; pianificazione del Portfolio di sostenitori; preparazione del Piano operativo per le richieste di contributo.

:: Gestione Economica per i musei

Obiettivi del modulo

Il modulo ha l'obiettivo di fornire una visione generale di gestione economica dell'istituzione museale soprattutto da un punto di vista della gestione delle risorse umane e finanziarie

per il corretto funzionamento del museo stesso.

Argomenti trattati

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

:: Responsabilità sociale e Qualità delle Istituzioni Culturali

Obiettivi del modulo

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

Argomenti trattati

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

:: 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 econo-

mico 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 2017. Trend e tendenze a Firenze, in Italia e nel mondo. Intorno ai concetti di "museo", di "pubblico", di "mediazione". Le ragioni di un'esperienza culturale.

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

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

I pubblici speciali, lineamenti di accessibilità universale.

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

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

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

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

:: Movimentazione ed Imballaggio di Opere d'arte

Obiettivi del Modulo

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

Argomenti Trattati

Le attività di una società di imballaggi e trasporti. Varie tipologie di movimentazione. Esposizioni in arrivo o in partenza, in Italia o all'estero. Elaborazione preventivo e conferma di incarico. Contatti con corrispondenti esteri. Sopralluogo delle opere, verifica richieste prestatore. Gli extra costi. Analisi dei materiali di imballaggio e scelta dell'imballaggio in base al tipo di opera. Scelta del tipo di trasporto. Verifica autorizzazioni ministeriali e copertura assicurativa. Elaborazione dei documenti belle arti e doganali di temporanea importazione o esportazione. Imballaggio e ritiro delle opere. Elaborazione del programma di trasporto. Scorte armate, soste tecniche, consegna in aeroporto, arrivo in sede mostra. Disimballaggio e montaggio. Consuntivo costi.

:: Social Network per i Musei

Ufficio stampa e Pubbliche Relazioni

Obiettivi del modulo

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

Argomenti trattati

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

:: Organizzazione di Eventi Culturali Seminario di Lingua Inglese

Obiettivi del Modulo

L'obiettivo del modulo è quello di permettere ai partecipanti di acquisire dimestichezza con la lingua Inglese parlata in modo da consentire la presentazione orale di progetti in un contesto internazionale.

Argomenti Trattati

Esercizi di associazione tra suoni e concetti, esercizi fisici per acquisire ritmo e pronuncia corretta, acquisizione di vocaboli adatti per la comunicazione di settore.

:: Informatica e Grafica per i Beni Culturali

Obiettivi del Modulo

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

scendono 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

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

Obiettivi del Modulo

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

Gli allievi del master metteranno in pratica quanto appreso durante la fase delle lezioni teoriche tenutesi a Palazzo Spinelli. Gli alunni dovranno realizzare il progetto e presentare il book finale al committente sotto la supervisione di tutor e professionisti del settore che seguiranno il progetto in tutte le sue fasi.

Metodologie Didattiche

Lavoro di gruppo, esercitazione pratica, presentazione progetto finale.

La metodologia didattica

La base dell'approccio didattico sta tutto in un unico concetto, quello di “operatività”.

I docenti che sono tutti professionisti del settore, le classi che hanno un numero limitato di partecipanti, l'impostazione delle lezioni che è sempre molto in-

terattiva, 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.

gli esami finali

L'esame finale consiste nella presentazione del progetto individuale svolto durante il corso del Master.

L'esame è sostenuto nell'Aula Magna di Palazzo Spinelli alla presenza di una commissione di valutazione composta da docenti del Master, Professionisti esterni e rappresentanti di imprese di settore.

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

il comitato tecnico-scientifico

Elisabetta Nardinocchi - Direttrice del Museo Horne.

Claudio Paolini - Storico dell'Arte e funzionario della Soprintendenza per i Beni Architettonici ed il Paesaggio e per il Patrimonio Storico Artistico e Demoetnoantropologico per le province di Firenze Prato e Pistoia.

Salvatore Siano - Responsabile Area Tecnica presso il CNR

WEBSITE ▼ PALAZZOSPINELLI.ORG

di Firenze.

Franco Vichi - Coordinatore del CNA di Firenze.

faculty

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

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

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

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

Andrea Maulini - Marketing manager presso Mus.e

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

Angela Corbo - Esperta S-ROI

Vittorio Mellini - Esperto di comunicazione interpersonale

Chiara Marino - Docente di Lingua Inglese

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

Emanuele Tirinnanzi - esperto di organizzazione eventi culturali

Valentina Zucchi - esperta di servizi didattici presso Mus.e

staff

Presidente - Dr. Francesco Amodei

Direzione Generale - Dr. Emanuele Amodei

Vice Direzione - Dr.ssa Lorenza Raspanti

Direttore Didattico e Scientifico - Prof. Claudio Paolini

Ufficio Stage - Dr.ssa Emma Moretti, Dr.ssa Silvia Bosio

Segreteria dell'Istituto - Dr.ssa Silvia Turchi

Segreteria Amministrativa - Sig. Guido Lascialfari

Tutoraggio - Dr.ssa Emma Moretti

Responsabile Biblioteca - Dr.ssa Emma Moretti

Responsabile Informatico - Dr. Francesco Luglio

modalità di adesione

STEP 1

Per iscriversi ad un corso accademico, ad un Master o ad un Corso di Specializzazione, lo studente deve inviare la Domanda di Ammissione, la quale sarà esaminata dall'Admission Office dell'Associazione.

La domanda di ammissione dovrà essere corredata dal CV e da una lettera motivazionale. L'Admission Office si riserva il diritto di invitare il candidato in sede per un incontro conoscitivo.

STEP 2

Se la domanda è accettata, lo studente può completare l'iscrizione inviando al più presto alla Segreteria dell'Associazione (Via Maggio, 13 50125 Firenze) la seguente documentazione:

1. Copia del Regolamento Amministrativo, debitamente firmata.
2. Copia della ricevuta di versamento della prima retta di frequenza.
3. Fotocopia dei titoli di studio.
4. Fotocopia di un documento di identità.
5. 2 fotografie formato tessera.

L'iscrizione si intende formalizzata solo dopo il ricevimento del Regolamento Amministrativo debitamente firmato dallo studente.

STEP 3

Una volta ricevuta la documentazione, La Segreteria invia allo studente il Certificato di Iscrizione per posta e una comunicazione di conferma iscrizione via e-mail.

sconti e agevolazioni

Advanced booking

Con l'iscrizione anticipata è possibile avere fin da subito il 20% di sconto sulla quota di partecipazione al master.

Borse di studio

Importanti partners di Palazzo Spinelli mettono a disposizione dei partecipanti borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione per sostenere i candidati più meritevoli.

Per maggiori informazioni, è necessario scaricare il bando presente nella scheda del Master all'interno del sito Internet www.palazzospinelli.org.

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.





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