

11^o
EDIZIONE

CORSO
FORMATIVO PER
**OPERATORE
MUSEALE**
VIA WEB

IL PROGRAMMA

15

GENNAIO 4 h.
COMUNICAZIONE E
GESTIONE DEI RAPPORTI
CON L'UTENZA
Gaetano Torrisi - 9.00/13.00

29

GENNAIO 4 h.
ORGANIZZAZIONE EVENTI
Valentino Nizzo - 9.00/13.00

11

FEBBRAIO 3 h.
FUNDRAISING
Irene Sanesi - 9.00/12.00

12

FEBBRAIO 3 h.
FUNDRAISING
Irene Sanesi - 14.30/17.30

26

FEBBRAIO 4 h.
ALLESTIMENTI MUSEALI
Chiara Tarantino - 9.00/13.00

11

MARZO 3 h.
MANAGEMENT MUSEALE
Alessandro Furiesi - 9.00/12.00



12

MARZO 3 h.

MANAGEMENT MUSEALE

Alessandro Furiesi - 9.00/12.00

19

MARZO 4 h.

EDUCAZIONE MUSEALE

Francesca Lemmi - 9.00/13.00

2

APRILE 4 h.

MARKETING

Alessandro Furiesi - 9.00/13.00

8

APRILE 4 h.

NUOVE TRAIETTORIE DI
SVILUPPO

Massimiliano Zane - 9.00/13.00

9

APRILE 8 h.

LABORATORIO DI

PROGETTAZIONE CULTURALE

Massimiliano Zane - 9.00/17.00



La proposta formativa, che anche quest'anno prevede un laboratorio di progettazione culturale, si articola in 9 moduli, per un totale di 44 ore. Le lezioni inizieranno il 15 gennaio e si concluderanno il 9 aprile, saranno erogate in modalità web. Il laboratorio finale sarà in presenza e si concluderà con la consegna degli attestati.

CONTENUTI

COMUNICAZIONE E GESTIONE DEI RAPPORTI CON L'UTENZA: 4 ORE

Accogliere il pubblico è essenziale per i musei: saranno illustrate strategie di comunicazione per la gestione del disservizio, il linguaggio inclusivo, la comunicazione per la vendita, le nuove tecnologie per la comunicazione.

GIVE BACK, L'ARTE DEL FUNDRAISING PER LA CULTURA: 6 ORE

Le due giornate di corso serviranno per apprendere le principali tecniche di raccolta fondi in ambito culturale, attraverso un percorso esperienziale e personalizzato. In particolare la seconda giornata si focalizzerà sul mercato del corporate fundraising, attraverso consigli e case histories.

ORGANIZZAZIONE EVENTI: 4 ORE

Un museo deve essere sempre di più considerato come un organismo vitale, inclusivo e universalmente accessibile. Per questi motivi, soprattutto negli ultimi anni, sono state sviluppate molte strategie per rendere i nostri luoghi della cultura dei motori per lo sviluppo anche economico del territorio di riferimento e delle realtà sia pubbliche che private, sia profit che no profit, che possono avere un interesse nell'organizzare iniziative al loro interno. La lezione verterà sulle strategie di engagement dei potenziali stakeholders e sulle modalità organizzative di eventi anche complessi.

EDUCAZIONE MUSEALE: 4 ORE

Questo modulo si focalizzerà sulla preparazione di progetti educativi e didattici per i musei, nonché sul ruolo dei servizi educativi, la loro realizzazione e promozione e il coinvolgimento delle scuole. Una parte importante sarà dedicata a illustrare le relazioni tra musei e territorio.

MANAGEMENT MUSEALE: 6 ORE

Il modulo affronterà il tema dell'organizzazione dei musei, delle attività di programmazione e gestione, verrà fatta una riflessione su come cambiano le necessità e le funzioni dei musei in rapporto alle risorse e alle prospettive di sviluppo.

ALLESTIMENTI MUSEALI: 4 ORE

Il modulo propone un'introduzione teorico-pratica alla progettazione di allestimenti museali per collezioni permanenti e mostre temporanee. Attraverso l'analisi di casi studio e il confronto critico, i partecipanti acquisiranno gli strumenti fondamentali per scegliere soluzioni espositive efficaci, coerenti con la mission dell'istituzione. Particolare attenzione sarà dedicata all'organizzazione dello spazio, all'accessibilità e all'uso delle nuove tecnologie, promuovendo un approccio progettuale consapevole, flessibile e creativo.

MARKETING MUSEALE: 4 ORE

Bookshop e giftshop dei musei. Si parlerà di strategie di vendita, progettazione e predisposizione di prodotti in linea con l'identità del museo.

NUOVE TRAIETTORIE DI SVILUPPO: 4 ORE

Dalla realtà aumentata agli allestimenti cross-disciplinari, dal digital storytelling al social gaming, fino ai contest digitali ed al turismo emotivo, le dinamiche evolutive di ogni settore culturale saranno sempre più caratterizzate dalla connessione tra istituzioni e utenza, attraverso sempre nuovi mezzi che apriranno inedite prospettive di valorizzazione (anche economica) delle proprie risorse. Tali mezzi costituiscono elementi essenziali per co-progettare, co-produrre e co-generare nuove logiche, formule e metodologie nelle policies di pianificazione strategica, sia organizzativa che curatoriale di musei ed istituzioni culturali in genere. Queste prospettive di supporto multimediale tenderanno ad influenzare i giudizi e le aspettative del pubblico. In questo senso l'audience development/engagement in arte e cultura sta cambiando velocemente e radicalmente forma, queste nuove dinamiche di personalizzazione nell'offerta dell'esperienza culturale già oggi si stanno sedimentando nella "Percezione di Bisogno" e sono ormai elementi discriminanti riguardo alla "Soddisfazione" generale del pubblico e della domanda del singolo, di dare ed avere risposte flessibili ai propri interessi. Non solo si guarda, ma si "desidera" implementare ogni informazione e contenuto con cui ci si confronta.

LABORATORIO DI PROGETTAZIONE CULTURALE: 8 ORE

Saper sfruttare le relazioni e le opportunità tra cultura e tecnologie sarà fondamentale per la realizzazione di progetti culturali innovativi, inclusivi e trasversali che rispondano a queste tendenze e per ottimizzare finanziamenti e connessioni virtuose tra locale e globale. In questo panorama in continua mutazione si fanno spazio nuove attività, nuovi attori istituzionali, nuove partnerships pubblico-privato che operano con modalità sempre più spesso cooperative e reticolari, richiedendo capacità di management strategico e una crescente intersectorialità nello sviluppo di prodotti e tecnologie che portino a progetti culturali innovativi, inclusivi e trasversali. Progettare cultura, oggi, non è più solo coinvolgere il pubblico con idee accattivanti, ma anche trovare le chiavi per relazionarsi con i propri target, vecchi e nuovi, mettendo in campo strategie di rete vincenti e innovative, coerenti con la propria mission ma anche con il budget a disposizione per costruire e sviluppare un nuovo posizionamento e definire la propria struttura gestionale, attrarre nuovi sostenitori e rendere visibile la propria identità. La giornata di formazione aiuterà i partecipanti, in modo concreto e non accademico, non solo ad individuare gli elementi per impostare una progettualità che risponda ai requisiti di bandi e call, ma fornirà strumenti tecnici per comprendere al meglio necessità ed opportunità offerte dal patrimonio culturale e come metterle a valore.

Info ed iscrizioni: mailing@siafvoltterra.eu

Scadenza delle iscrizioni: 8 GENNAIO 2027

Con il patrocinio di



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



FONDAZIONE
CASSA DI RISPARMIO
DI VOLTERRA

