

MASTER UNIVERSITARIO

Guida al Percorso Formativo

Management, Marketing e Multimedialità per i Beni e le Attività Culturali

VI edizione 2009/2010



Il Master Universitario di II livello in “**Management, Marketing e Multimedialità per i Beni e le attività culturali**” è un Master del Politecnico di Torino ed è gestito da COREP.

Nato nel 1987, il COREP è un Consorzio senza fini di lucro costituito da Politecnico di Torino, Università degli Studi di Torino, Università degli Studi del Piemonte Orientale “A. Avogadro” e da enti locali, associazioni imprenditoriali e importanti realtà industriali.

Il COREP opera come strumento per attuare iniziative di collaborazione fra gli atenei, il mondo della produzione e dei servizi e le istituzioni pubbliche locali, in due principali aree di intervento: **la formazione specialistica e di alto livello e i servizi per i consorziati.**

Nel campo della formazione, il COREP realizza Master universitari, rivolti sia a giovani laureati che a professionisti, e corsi brevi di educazione permanente, anche progettati sulla base di specifiche esigenze.

A garanzia di serietà e professionalità, alcune sedi COREP sono accreditate dalla Regione Piemonte per la Formazione Superiore (per dettagli e aggiornamenti è possibile consultare il sito www.corep.it).

Il Master è realizzato con il patrocinio di:



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



Il Master è realizzato in partnership con:



Direttore:

Prof. Rocco Curto, Facoltà di Architettura II, Politecnico di Torino

Vicedirettore:

Prof. Luca Dal Pozzolo, Facoltà di Architettura II, Politecnico di Torino, Vicepresidente Fondazione Fitzcarraldo

Progettisita-Gestore d'Area COREP (Area ingegneristico-architettonica):

Arch. Diana Rolando

Coordinatrice Organizzativa COREP:

Dott.ssa Annalisa Russo

Segreteria Master COREP

C.so Trento, 13 - 10129 Torino

Tel 011.197.424.20 - Fax 011.197.424.20

E-mail: formazione@corep.it

Web: www.formazione.corep.it



*Il Master ha ottenuto l'approvazione e il finanziamento del Fondo Sociale Europeo Bando Regionale per i Master Universitari di I e II Livello 2009/2010. D.D. n.349 del 03/07/2009.

SOMMARIO

1. PERCHÉ QUESTO MASTER?	1
2. SBOCCHI PROFESSIONALI/COMPETENZE ACQUISITE.....	1
3. DESTINATARI E REQUISITI DI INGRESSO	1
4. PERIODO E SEDE	2
5. STRUTTURA DIDATTICA E PROGRAMMA	2
6. COMITATO SCIENTIFICO.....	3
7. MODALITÀ DI ISCRIZIONE	3
8. SELEZIONE E CONDIZIONI PREGIUDIZIALI PER L'AVVIO	5
9. QUOTA DI ISCRIZIONE.....	5
10. TITOLI RILASCIATI	6
11. PROGRAMMA DIDATTICO.....	6
12. AZIENDE ED ENTI.....	12

1. PERCHÉ QUESTO MASTER?

Il Master universitario di II livello in Management, Marketing e Multimedialità per i Beni e le attività culturali si propone di professionalizzare i laureati specialistici in Architettura (Restauro e Valorizzazione) o provenienti da altre facoltà affini, favorendo l'acquisizione di metodi, strumenti e competenze multidisciplinari da spendere nei **progetti di valorizzazione e gestione dei beni e delle attività culturali**.

La figura professionale del **project manager**, in grado di coniugare conoscenze storico – artistiche e competenze manageriali, sta giocando nel mercato del lavoro un ruolo sempre più significativo, in ragione della progressiva centralità che sta assumendo l'offerta culturale nelle realtà urbane; offerta intesa sia come produzione di nuova cultura sia come tutela, conservazione, gestione e fruizione dei depositi culturali accumulati.

Il Master favorisce l'integrazione delle competenze acquisite in ambito universitario – storiche, tecnico-costruttive, del restauro, progettuali, economiche – con quelle manageriali e di gestione che sono necessarie in tutte le fasi del processo di programmazione, progettazione e gestione dei beni e delle attività, a partire dal momento della prefattibilità. L'approccio manageriale si riflette nella didattica, dove alle lezioni frontali si alternano esercitazioni pratiche che indagano i diversi aspetti di progettazione e gestione con un taglio operativo e professionalizzante.

Particolare attenzione, oltre che alle centrali tematiche del **management** e del **marketing**, sarà data ai principali aspetti della **multimedialità per i beni culturali**; ulteriore spazio sarà dedicato all'arte contemporanea, intesa come un motore all'interno delle politiche urbane di sviluppo.

2. SBOCCHI PROFESSIONALI/COMPETENZE ACQUISITE

I Profili professionali di riferimento, dotati di competenze progettuali, gestionali e tecniche, sono congruenti con:

- funzioni manageriali e/o tecniche all'interno di musei/ fondazioni/ associazioni culturali/ gallerie;
- funzioni manageriali e/o tecniche all'interno di agenzie di gestione, promozione e valorizzazione di beni e delle attività culturali;
- funzioni manageriali e/o tecniche presso amministrazioni pubbliche, istituzioni impegnate nella tutela, conservazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali;
- competenze progettuali finalizzate alla realizzazione di eventi culturali;
- competenze avanzate per la libera professione (architetti, conservatori, ecc.);
- competenze avanzate per operatori culturali;
- funzioni manageriali e/o tecniche per agenzie di comunicazione e organizzazione eventi.

I profili professionali indicati presentano nei prossimi anni sbocchi occupazionali rilevanti sul territorio, in ragione anche della sempre maggiore importanza dell'offerta culturale, nonostante la contrazione delle risorse; offerta intesa sia come produzione di nuova cultura sia come tutela, conservazione, gestione e fruizione dei depositi culturali accumulati.

In particolare il caso torinese costituisce un punto d'osservazione privilegiato, in virtù del progressivo posizionamento della città - a livello internazionale - nell'ambito dei grandi eventi e dell'arte contemporanea.

Tutto ciò assume particolare importanza per la contemporaneità del processo di trasferimento delle competenze dallo Stato al livello regionale e locale e della ridefinizione degli assetti istituzionali degli Enti che tale trasferimento comporta.

3. DESTINATARI E REQUISITI DI INGRESSO

Il Master è rivolto ai possessori di Diploma di Laurea Specialistica del Nuovo Ordinamento nelle seguenti classi: Archeologia (2/S), Architettura del Paesaggio (3/S), Architettura e Ingegneria Edile (4/S), Conservazione dei Beni Architettonici e Ambientali (10/S), Conservazione e Restauro del Patrimonio Storico-Artistico (12/S), Ingegneria per l'Ambiente e il Territorio (38/S), Pianificazione Territoriale Urbanistica e Ambientale (54/S), Scienze Economiche per l'Ambiente e la Cultura (83/S), Scienze Economico-Aziendali (84/S), Storia dell'Arte (95/S).

È aperto inoltre alle/ai laureati/e del Vecchio Ordinamento in: Architettura e Storia e Conservazione dei Beni Culturali e Ambientali (classe 4), Lettere (classe 5), Ingegneria Civile e Ambientale (classe 8), Scienze dei Beni Culturali (classe 13), Scienze dell'Economia e della Gestione Aziendale (classe 17), Scienze Economiche (classe 28).

Potranno inoltre essere ammessi/e laureati/e all'estero in possesso di titolo equipollente (l'equipollenza sarà verificata dalla Commissione di Selezione) e laureandi/e a condizione che conseguano il titolo prima dell'inizio del Master.

Si richiede tra i prerequisiti la capacità di utilizzo autonomo del PC, di navigazione in Internet e dell'uso della posta elettronica, in particolare la conoscenza del sistema operativo Windows e degli applicativi word ed excel.

La Commissione di Selezione del Master potrà ammettere alla selezione anche studenti in possesso di titoli di studio diversi da quelli indicati, in caso dimostrino di possedere la preparazione scientifica e culturale necessaria per frequentare con profitto gli insegnamenti del Master. Tali persone dovranno quindi aver maturato un'esperienza professionale nell'ambito dei beni culturali oppure aver frequentato significative attività formative inerenti al settore.

4. PERIODO E SEDE

Il Master si svolgerà **dal 15 Gennaio 2010 a dicembre 2010.**

Le lezioni si svolgeranno indicativamente da Gennaio a Luglio, presso COREP, c.so Trento 13 – Torino e lo stage presso enti e/o aziende del settore.

Le lezioni, con frequenza obbligatoria, **si terranno:**

- Venerdì dalle 9.00 alle 18.00
- Sabato dalle 9.00 alle 13.00

Per gli studenti già occupati il Comitato Scientifico potrà valutare se far coincidere il luogo di svolgimento dello stage con il luogo di lavoro dello studente, qualora in linea con le disposizioni previste per l'ottenimento del finanziamento del Fondo Sociale Europeo.

5. STRUTTURA DIDATTICA E PROGRAMMA

Il Master è annuale, corrisponde a **62 crediti formativi (CFU)**, e ha una **durata complessiva di 877 ore**, così suddivise:

- Didattica frontale n. 382 ore + 70 ore di formazione a distanza, (da Gennaio a Luglio 2010), corrispondenti ad un totale di 45 CFU
- Stage n. 350 ore, pari a 14 CFU (tra Luglio e Dicembre 2010)
- Prova finale n. 75 ore, pari a 3 CFU

Per agevolare la partecipazione anche delle persone occupate, il Master prevede una frequenza obbligatoria delle lezioni indicativamente il **venerdì** (dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 18.00) e il **sabato** (dalle ore 9.00 alle 13.00).

Si segnala inoltre che è prevista **una settimana di frequenza full time** (dal lunedì al venerdì): il periodo verrà concordato con gli studenti.

Per gli studenti già occupati il Comitato Scientifico potrà valutare se far coincidere il luogo di svolgimento dello stage con il luogo di lavoro dello studente, qualora in linea con le disposizioni previste per l'ottenimento del finanziamento del Fondo Sociale Europeo.

All'interno del programma didattico saranno previste giornate seminari dedicate a testimonianze dirette di enti e aziende del settore.

Il programma delle lezioni è organizzato nelle seguenti **macroaree**:

1_ I BBCC: POLITICHE E LEGISLAZIONE

Si vuole offrire una panoramica sulle problematiche generali della valorizzazione del patrimonio culturale. In particolare l'accento è posto sugli aspetti di programmazione e normativi nell'ambito della comunicazione culturale, con una prospettiva anche internazionale.

2_ CONTROL MANAGEMENT E FATTIBILITA'

Gli argomenti sono declinati in: fattibilità economico- finanziaria e gestionale, project management, budget e controllo di gestione, project financing.

3 COMUNICAZIONE E MARKETING CULTURALE

Centrali sono gli aspetti legati a: conoscenza dei pubblici, segmentazione dei mercati, strategie e contenuti del marketing culturale, canali di promozione nei settori pubblico e privato.

4 MULTIMEDIA E NUOVE TECNOLOGIE

Vengono indagati i fenomeni della multimedialità, del web 2.0 e della realtà virtuale, sempre più determinanti nella divulgazione culturale, e dei Sistemi informativi territoriali e di gestione dati, strumenti ormai fondamentali nell'attuale riforma amministrati.

Per verificare l'apprendimento, durante il percorso didattico saranno proposte **delle verifiche in itinere** con valutazione espressa in trentesimi, mentre, a conclusione dell'intero percorso, è prevista una **verifica finale**, valutata in centodecimi, consistente nella discussione della tesi di Master, legata all'esperienza dello stage.

6. COMITATO SCIENTIFICO

Il Comitato Scientifico del Master è composto da:

prof. Francesco Antinucci , Direttore di Ricerca all'Istituto di Scienze e Tecnologie della Cognizione del CNR.

prof. Alessandro Bollo, Coordinatore Area Ricerca Fondazione Fitzcarraldo di Torino

prof.ssa Cristina Coscia, Il Facoltà di Architettura, Politecnico di Torino

prof. Rocco Curto, Preside Il Facoltà di Architettura, Politecnico di Torino

prof. Luca Dal Pozzolo, Il Facoltà di Architettura, Politecnico di Torino e Vicepresidente Fondazione Fitzcarraldo

Prof. Franz Fischnaller, Chief Designer, Project and Production Manager F.A.B.R.I.CATORS

dott.ssa Annalisa Russo, Coordinatrice organizzativa Corep

prof. Ludovico Solima, Il Università di Napoli

7. MODALITÀ DI ISCRIZIONE

Scadenza iscrizioni: 25 Novembre 2009 (non farà fede il timbro postale).

Per iscriversi a un Master è necessario compilare la Domanda di Iscrizione (in formato **.doc** o **.pdf**) che, entro i termini di iscrizione, potrà essere inviata secondo una delle seguenti modalità:

- in formato elettronico (**iscrizioni@corep.it**)
- via fax (+39. 011/197 424 19)
- consegnata a mano presso la Segreteria Master COREP (Corso Trento, 13 – 10129 Torino)
- spedita in busta chiusa alla Segreteria Master COREP (Corso Trento, 13 – 10129 Torino)

La domanda di iscrizione, che **non è in alcun modo vincolante** e ha la sola finalità di ammettere alle selezioni, dovrà essere corredata da alcuni allegati (inviati in formato elettronico o cartaceo, a seconda della modalità scelta).

- **TUTTI GLI STUDENTI** dovranno allegare:
 - Domanda di Iscrizione (in formato **.doc** o **.pdf**)
 - *Curriculum vitae* secondo lo standard europeo (in formato **.doc** o **.pdf**)
Il *curriculum* dovrà riportare in calce l'autorizzazione al trattamento dei dati personali (D.Lgs.196/2003) e dovrà essere inviato, anche se già consegnato in formato cartaceo, in formato elettronico all'indirizzo **iscrizioni@corep.it**
 - Fotografia formato tessera con indicati nome e cognome sul retro (se la domanda viene spedita in formato elettronico, la fotografia non è obbligatoria, ma dovrà essere consegnata in caso di selezione)
 - Copia di un documento di identità in corso di validità (Carta di Identità o Passaporto)
 - Copia del Codice FiscaleRichiedibile presentandosi all' **Ufficio locale dell'Agenzia delle Entrate** (link a

http://www1.agenziaentrate.it/indirizzi/agenzia/uffici_locali/index.htm) con un documento di riconoscimento (gli stranieri devono presentare passaporto o permesso di soggiorno). I residenti all'estero possono rivolgersi anche ai Consolati, se collegati al sistema informativo dell'Anagrafe Tributaria. **Per maggiori informazioni** (link a <http://www.agenziaentrate.it/ilwwcm/connect/Nsi/Servizi/Codice+fiscale+-+Tessera+Sanitaria/Codice+fiscale+faq/>)

- Titolo della tesi accompagnato da una breve sintesi (massimo una pagina) della medesima
 - Modello di dichiarazione sostitutiva di certificazione (in formato **.doc** o **.pdf**).
 - Modulo "Condizione Professionale Prevalente attuale" (in formato **.doc** o **.pdf**).
- **GLI STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ITALIANO** dovranno inoltre allegare:
 - Certificato di laurea con esami. Per laureandi certificato degli esami con voti. È ammessa anche l'autocertificazione ai sensi del DPR 445/2000 artt. 46-47 (in formato **.doc** o **.pdf**).
 - **GLI STUDENTI CON TITOLO DI STUDIO ESTERO** dovranno inoltre allegare:
 - Dichiarazione di valore e certificato con traduzione degli esami sostenuti
Tale dichiarazione deve essere richiesta al Consolato italiano del Paese in cui è stata conseguita la laurea.
I cittadini Comunitari possono presentare fotocopie autenticate dei titoli della Dichiarazione di Valore.
I cittadini Extracomunitari devono presentare gli originali dei titoli della Dichiarazione di Valore.
 - **GLI STUDENTI STRANIERI PROVENIENTI DAI PAESI INDICATI NELLE NORME SUI VISTI E SULL'INGRESSO DEGLI STRANIERI IN ITALIA E NELLO SPAZIO SCHENGEN** (<http://www.esteri.it/visti>) **CHE RISIEDONO IN ITALIA** dovranno inoltre allegare:
 - Visto di ingresso e permesso di soggiorno

Le domande di iscrizione non complete non saranno tenute in considerazione.

La Segreteria COREP invierà una conferma di ricezione (via e-mail), entro tre giorni lavorativi, per ogni domanda di iscrizione pervenuta. Qualora tale conferma non pervenisse, si prega di contattare telefonicamente o via e-mail la Segreteria.

Lo staff del COREP è disponibile per informazioni e chiarimenti: Tel. +39. 011 090 51.07

E-mail: formazione@corep.it

La Domanda di Iscrizione e i relativi allegati dovranno pervenire alla Segreteria Master COREP **entro e non oltre la scadenza indicata (non farà fede il timbro postale)**.

Al termine della selezione sarà redatta una graduatoria definitiva degli idonei, cui sarà proposta, nel limite dei posti disponibili, l'iscrizione al Master.

Lo studente dovrà perfezionare la domanda di iscrizione mediante apposito modulo ("**Conferma di iscrizione**") rilasciato dalla Segreteria Master.

Si precisa inoltre che per confermare l'iscrizione:

- **GLI STUDENTI IN POSSESSO DI TITOLO DI STUDIO ITALIANO** dovranno consegnare copia del certificato di laurea originale.
- **GLI STUDENTI STRANIERI PROVENIENTI DAI PAESI INDICATI NELLE NORME SUI VISTI E SULL'INGRESSO DEGLI STRANIERI IN ITALIA E NELLO SPAZIO SCHENGEN** (<http://www.esteri.it/visti>) **E CHE NON RISIEDONO IN ITALIA**, prima di perfezionare la domanda di iscrizione mediante apposito modulo ("Conferma di iscrizione"), dovranno consegnare alla Segreteria, entro i termini stabiliti, il visto di ingresso per motivi di studio di tipo D con ingressi multipli e il permesso di soggiorno.

Ulteriori informazioni sui documenti che devono essere prodotti dagli studenti stranieri sono reperibili sul sito: **www.esteri.it/visti/home.asp**

I dati raccolti da COREP saranno utilizzati ai sensi dell'Art. 13 del D. Lgs. 196/03.

Per la corretta visualizzazione dei documenti nel formato .doc si consiglia di utilizzare una versione di Microsoft Office superiore o uguale alla versione 2003. Versioni precedenti potrebbero non consentire la corretta visualizzazione del documento (es. logo COREP non visibile), tuttavia ciò non pregiudicherà la validità dello stesso ai fini dell'iscrizione.

Per il formato .pdf si consiglia di utilizzare Adobe Acrobat in versione superiore alla 5. Per scaricare il programma:

<http://get.adobe.com/it/reader>

8. SELEZIONE E CONDIZIONI PREGIUDIZIALI PER L'AVVIO

La selezione sarà realizzata da apposita Commissione di Selezione, che avrà la responsabilità di esaminare le domande pervenute.

La Commissione di Selezione è composta dal Prof. Rocco Curto, dalla Prof.ssa Cristina Coscia, dal Prof. Alessandro Bollo e dalla Dott.ssa Annalisa Russo, con l'eventuale contributo di docenti del corso.

Una prima selezione avverrà sulla base dell'analisi del curriculum vitae (voto di laurea, tesi svolta, esperienze affini al percorso proposto dal Master, etc); i candidati che verranno ritenuti idonei potranno partecipare al successivo colloquio orale e a un eventuale test di valutazione della conoscenza della lingua inglese.

Per studenti provenienti da fuori Regione Piemonte o dall'estero il colloquio orale potrà essere effettuato in videoconferenza.

DATE DI SELEZIONE

Colloquio orale: **1-2 dicembre 2009** presso COREP, Corso Trento 13, Torino .

Al termine delle selezioni sarà redatta una graduatoria pubblicata sul sito del master in data **4 dicembre 2009**.

I candidati ammessi, nel limite dei posti disponibili, dovranno confermare l'iscrizione entro il **9 dicembre 2009**.

Se qualche candidato ammesso al Master dovesse rinunciare a parteciparvi, la Segreteria procederà a contattare i nominativi degli "ammessi con riserva" secondo l'ordine della graduatoria a partire dalle ore 12.00 del giorno **9 Dicembre**. In tal caso i candidati dovranno confermare la partecipazione al Master entro le ore 12.00 del giorno **11 Dicembre**.

I candidati che avranno confermato la partecipazione al Master dovranno versare la I rata di iscrizione entro il **11 dicembre 2009**, secondo le modalità che verranno comunicate in seguito alla pubblicazione della graduatoria finale.

Al Master sarà ammesso un **numero massimo di 20 Iscritti**.

Il Master potrà essere attivato se sarà raggiunto il **numero minimo di 11 iscritti**.

Il Comitato Scientifico, con decisione motivata, può in deroga attivare il Master con un numero di iscritti inferiore, fatta salva la congruenza finanziaria.

La conoscenza della lingua italiana, parlata e scritta, per gli studenti stranieri, è requisito indispensabile per l'ammissione al Master e deve essere attestata o sarà valutata in sede di colloquio.

9. QUOTA DI ISCRIZIONE

Il Master ha ottenuto l'approvazione e il finanziamento del Fondo Sociale Europeo (D.D. n. 349 del 03/07/2009).

La quota d'iscrizione è di **3.000 Euro** (compresi gli oneri di gestione dovuti al Politecnico di Torino).

In funzione di eventuali sponsorizzazioni pervenute, e sulla base dei risultati conseguiti dagli studenti durante il percorso didattico, potranno essere previsti **rimborsi parziali della quota di iscrizione**.

Il Master sarà avviato a condizione che sia raggiunto il numero minimo di 11 iscritti.

Il Comitato Scientifico, con decisione motivata, può in deroga attivare il Master con un numero di iscritti inferiore, fatta salva la congruenza finanziaria.

In funzione delle sponsorizzazioni pervenute potranno essere previste esenzioni parziali o totali della quota di iscrizione.

Tutti gli iscritti ai Master COREP di cittadinanza italiana e in possesso dei requisiti di onorabilità creditizia potranno usufruire di un **prestito ad honorem di Euro 5.000** (per annualità) erogato da UniCredit Banca. La documentazione illustrativa è disponibile presso la Segreteria Master COREP.

10. TITOLI RILASCIATI

Coloro che frequenteranno il percorso di formazione in aula (obbligatoriamente almeno i 2/3) e lo stage superando tutte le verifiche previste e raggiungendo i crediti prestabiliti, otterranno il titolo di **Master Universitario di II livello del Politecnico di Torino** in "Management, Marketing e Multimedialità per i Beni e le attività culturali".

Ai candidati che avranno frequentato il corso, pur non avendo i requisiti per l'iscrizione al Master Universitario, sarà rilasciato un **Attestato di frequenza COREP**.

Per gli studenti già occupati il Comitato Scientifico potrà valutare se far coincidere il luogo di svolgimento dello stage con il luogo di lavoro dello studente, qualora in linea con le disposizioni previste per l'ottenimento del finanziamento del Fondo Sociale Europeo.

Lo studente avrà diritto a ottenere il Diploma Universitario di Master, qualora non incorra nelle incompatibilità previste dal T.U. del 1933 sull'Istruzione Superiore, art. 142 (iscrizione ad altri corsi universitari, dottorati, etc).

11. PROGRAMMA DIDATTICO

I BBCC: POLITICHE E LEGISLAZIONE

Evoluzione delle politiche di comunicazione e valorizzazione del patrimonio culturale: in Europa ed in Italia

Prof. Luca Dal Pozzolo
Ore: 24 (di cui 10 in modalità FAD)
Crediti: 2

L'obiettivo del modulo è di fornire elementi di contesto relativi alle politiche per il patrimonio culturale nei Paesi Occidentali; verranno confrontati i modelli di politiche culturali nazionali evidenziando le tendenze attuali, l'evoluzione storica e l'analisi degli effetti, le esperienze recenti tra istanze federaliste e nuovi centralismi. Il modulo analizzerà le azioni e le politiche culturali messe in campo in rapporto alla dimensione territoriale, gli effetti riscontrabili in una geografia locale, i possibili contributi di cultura e creazione contemporanea alle dinamiche sociali ed economiche.

Arte contemporanea e politiche di sviluppo urbano

Dott.ssa Lisa Parola
Ore: 15
Crediti: 2

Dopo aver fornito una panoramica in merito al circuito dell'arte contemporanea a Torino, con un particolare inciso sull'arte pubblica, il corso indaga come la scelta politica di investire nell'arte, nelle sue dimensioni sociali ed economiche viene intesa come leva strategica per lo sviluppo urbano e per la definizione della sua identità.

Tutela del diritto d'autore, delle immagini e dei dati

Docente: da definire

Ore:15

Crediti: 2

L'obiettivo del corso è di illustrare il quadro normativo vigente rispetto alla tutela del diritto d'autore, delle immagini e dei dati. Tale approfondimento si rende necessario nell'ambito della multimedialità, dove immagini e dati vengono rielaborati da soggetti terzi rispetto a coloro che li hanno creati originariamente, creando in alcuni casi problemi di copyright; parallelamente verrà indagato il problema della proprietà intellettuale, ovvero di tutte quelle opere immateriali che derivano dall'ingegno (es. marchio, brand, design, ecc.) e che molto spesso è difficile tutelare.

Aspetti fiscali e contrattuali

Prof. Glauco Briante

Ore: 15

Crediti: 2

L'obiettivo del corso è di illustrare il quadro normativo e gli aspetti fiscali per la redazione di contratti di sponsorizzazione: verranno inoltre trattati gli aspetti delle erogazioni liberali nel settore culturale e la relativa disciplina fiscale. In questo contesto verranno forniti allo studente i principali riferimenti normativi per le *ONLUS* e verranno commentati specifici casi di studio.

CONTROL MANAGEMENT E FATTIBILITA'

Fattibilità finanziaria ed economica di progetti e piani: inquadramento generale

Docenti: Prof. Rocco Curto, Prof. Ssa Elena Fregonara

Ore: 16

Crediti: 2

Il modulo si propone di affrontare gli aspetti economico-finanziari che i progetti di intervento implicano, nelle diverse fasi del loro ciclo di vita. Si propone inoltre di fornire gli strumenti per misurarne la fattibilità nelle diverse fasi e scale di intervento; si cercherà di chiarire il contributo della valutazione nelle pratiche della pianificazione, con riferimento agli strumenti di verifica della fattibilità (e della pre-fattibilità), di volta in volta più adatti, lungo il ciclo di vita del progetto e di fornire l'approccio metodologico relativo alla ricerca di fonti di finanziamento. Verrà presentato un quadro sinottico delle tecniche di valutazione per trattare l'analisi economica e finanziaria. La verifica economica verrà introdotta presentando i concetti base della matematica finanziaria e le applicazioni all'interno di procedure dirette ed indirette di stima; lo studente acquisirà gli strumenti applicativi concreti di: ACR (Analisi Costi – Ricavi).

Fattibilità finanziaria ed economica di progetti e piani: il momento della gestione

Docente: Prof.ssa Cristina Coscia

Ore: 36 (di cui 18 in modalità FAD)

Crediti: 2

Lo studente acquisirà strumenti applicativi quali ACB (Analisi Costi – Benefici), Multicriteria Analysis (AHP - *Analytic Hierarchy Process* -) e acquisirà i mezzi per poter operare le valutazioni critiche su benefici ed esternalità.

Fra le tecniche, verrà introdotta la CIA (*Community Impact Analysis*), con la finalità di fornire agli studenti un mezzo per valutare gli effetti sui differenti segmenti sociali che possono essere impattati dal progetto. In questo modo potranno essere individuate le politiche, le strategie e le azioni per operare in un contesto di Pari Opportunità..

Verrà inoltre presentato il metodo Delphi.

Project Management: Pianificazione strategica , programmazione e bilancio

Docenti: Prof. Ugo Bacchella, Prof. Alberto Gulli, Prof. Luca Zan, Ing. Paolo Pacelli

Ore: 38 (di cui 8 in modalità "Formazione a Distanza")

Crediti: 4

L'obiettivo è di illustrare il processo di pianificazione, definendo e costruendo una strategia a partire dai concetti di *mission* e *vision*, dall'analisi e mappatura degli *stakeholders*, dalla definizione del ruolo e dell'importanza strategica delle *partnerships*.

Si cercherà di fornire elementi di conoscenza teorica e strumenti operativi di control management, partendo dalle definizioni, illustrando le modalità di utilizzo delle tecniche e degli strumenti operativi, e portando all'attenzione della classe casi di applicazione concreta della metodologia, ponendo particolare attenzione anche a budget e bilanci.

Verranno trattati i temi del *Project management*, del *fund raising* e delle sponsorizzazioni (strategie e donatori fisici), arricchiti da una serie di *case history*. Per approfondire le tematiche affrontate in aula, verranno svolte 9 ore in modalità FAD per la lettura e l'analisi di casi-studio da definire e per progettare un evento culturale. Lo studente, affiancato dal tutoraggio in itinere del docente, dovrà ipotizzare di svolgere una consulenza e dovrà individuare attività, obiettivi primari, missione e visione strategica. Su questa base dovrà scrivere un progetto in cui siano evidenti origine e motivazione, idea e contenuti, elementi distintivi e qualificanti, luoghi, spazi, tempi, modalità di svolgimento, obiettivi, risultati attesi e bisogni e aspettative che si intendono soddisfare.

I progetti verranno commentati in aula sulla base della coerenza tra gli obiettivi del progetto e dell'organizzazione rispetto al contesto / ambiente ed alla dimensione interculturale e transnazionale del progetto; lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di mappare gli *stakeholder* e di individuare i pubblici di riferimento, operando tramite il *benchmarking*.

Dovranno essere ipotizzate le eventuali partnership e reti e lo studente dovrà individuare strategie, priorità, aspetti critici, "pietre miliari", competenze e risorse umane coinvolte nella struttura organizzativa (ed i rispettivi ruoli e responsabilità). Operativamente potranno essere applicati gli strumenti acquisiti durante l'intero percorso didattico, quali ad esempio il piano economico – finanziario (ed i flussi di cassa), la definizione dei budget, il piano di *fund raising*, il piano di comunicazione e *marketing*.

Analisi di bilancio e budget

Prof. Ludovico Solima

Ore: 12

Crediti: 1

Il concetto di gestione, se riferito al settore dei beni culturali, denota ancora oggi una varietà di interpretazioni, legate alle prospettive di osservazione dei differenti attori del sistema, ciascuno dei quali risulta spesso portatore di un proprio modo di interpretare il significato da attribuire a tale termine. L'attività di gestione può avvalersi, anche nel settore culturale, di larga parte di quelle metodologie e tecniche che sono state sviluppate dall'analisi teorica aziendale, a livello nazionale ed internazionale ed è con questa ottica che si intende presentare ai discenti alcuni strumenti operativi.

Nella letteratura aziendale, il sistema di scelte alla base del funzionamento delle organizzazioni viene generalmente rappresentato in forma piramidale, al fine di evidenziare con immediatezza il legame gerarchico tra i diversi livelli decisionali: la sequenza comunemente considerata vede al primo posto la definizione delle opzioni strategiche, da cui discendono le decisioni di tipo direzionale (programmazione e controllo, organizzazione e conduzione delle risorse umane), le quali vengono poi tradotte in scelte operative.

L'obiettivo dell'modulo è di fornire elementi teorici e operativi per la gestione delle risorse, operando per voci di *budget*, per aree di risultato e per centri di costo.

Verranno forniti gli strumenti ed i concetti essenziali di team building e team working: verrà acquisita dallo studente la capacità critica di leggere un bilancio e/o un *budget* in riferimento alle voci legate al personale ed alle risorse umane.

Gestione di programmi e piani per la valorizzazione del territorio

Docenti: Prof. Lorenzo Muller, Prof.ssa Paola Romero, Dott.ssa Sandra Bianciotto

Ore: 24

Crediti: 2

L'obiettivo del corso è di fornire elementi conoscitivi e strumenti operativi per lo sviluppo e la gestione di progetti, all'interno di programmi e di piani. Uno degli scopi del modulo è di fornire gli strumenti per ricercare le fonti, pubbliche e private, in un'ottica di sviluppo con partnerships mista. Verrà fatto riferimento al diritto della U.E., alla programmazione ed allo sviluppo ed alla gestione dei programmi comunitari per affrontare successivamente la problematica dello sviluppo locale e, infine, alla ricerca di finanziamenti tramite il canale dei fondi INTERREG III.

La necessità di superare i limiti degli strumenti di pianificazione tradizionali trova una risposta innovativa nell'introduzione dei programmi complessi all'interno del fare urbanistico ordinario; verranno quindi presentati differenti strumenti, fino ad arrivare alla definizione dei Piani Integrati Territoriali (PTI). Lo studente acquisirà gli strumenti per candidare il progetto ai finanziamenti disponibili ed imparerà a rispondere correttamente ai bandi; per tale ragione una parte del contributo avrà natura applicativa e gli studenti lavoreranno in gruppo per confrontarsi e produrre gli opportuni elaborati.

COMUNICAZIONE E MARKETING CULTURALE

Informatica per l'analisi di dati: statistica di base

Prof. Gabriele Brondino

Ore: 15

Crediti: 2

Il modulo intende trasmettere gli strumenti per analizzare ed elaborare i dati, rappresentando i risultati in grafici e tabelle. Lo studente verrà introdotto alla statistica e al *data mining*; il corso si articolerà in diversi *step*: dalla presentazione di alcuni *softwares* per i BBCC, all'utilizzo avanzato di *excel* (tabelle, funzioni, formattazione e grafici, tabelle *pivot*, filtri e divisioni, subtotali e macro) e di *access* (tabelle, *query*, *report* e maschere).

Informatica per l'analisi di dati: conoscere i pubblici e segmentare i mercati

Prof. Gabriele Brondino

Ore: 24 (di cui 11 in modalità FAD)

Crediti: 2

Il corso intende fornire gli strumenti base per le analisi statistiche e livello descrittivo dei fenomeni e verranno introdotti anche aspetti di statistica avanzata proponendo alcuni modelli per interpretare i risultati (ad esempio l'analisi multivariata). Nella sezione finale verrà approfondita la statistica inferenziale e verranno presentate alcune distribuzioni di probabilità note. Lo studente approfondirà alcune funzioni particolari di *Excel* necessarie al profilo professionale formato: in base ai dati del *Censimento Musei* raccolti, verranno elaborate delle statistiche di analisi commentate criticamente.

Marketing dei servizi e delle attività culturali

Prof. Alessandro Bollo

Ore: 28

Crediti: 3

Obiettivo dell'insegnamento è di introdurre i concetti di natura analitico-strategica ed operativa del *marketing* e di stimolare una capacità critica su aspetti connessi alle scelte strategiche che si presentano nell'ambito dei beni culturali e dei musei, anche attraverso la presentazione di casi di studio e di esercitazioni di gruppo. Particolare attenzione verrà prestata alle modalità più innovative di conoscenza del pubblico e agli approcci esperienziali applicati al consumo culturale. Verranno presentati strumenti, quali questionari, *desk research*, interviste e *focus groups*. Inoltre: l'applicazione del *marketing* al territorio è stata in un primo tempo resa fertile dall'impiego dell'analogia "città-impresa", ora si sta lentamente trasformando per mezzo dell'introduzione di una nuova valida analogia di "città-coproducer": un contributo didattico verrà dedicato quindi a presentare gli strumenti del *marketing* territoriale. Nella fase conclusiva verranno invece trattate le strategie di comunicazione e di promozione.

Le istituzioni pubbliche per la programmazione e promozione culturale

Docenti: Dott. Francesco De Biase, Dott. Luigi Ratclif

Ore: 24

Crediti: 2

Il modulo si propone di fornire una dettagliata panoramica delle attività intraprese dalle Istituzioni per organizzare e promuovere l'offerta culturale sul territorio, con particolare attenzione all'arte contemporanea. I primi due moduli saranno dedicati ai progetti di programmazione, dalle esperienze più consolidate (es. GAI) a quelle più recenti (Contemporary), mentre il terzo modulo sarà volto a indagare i meccanismi della promozione turistica del patrimonio.

Elementi di Fundraising

Docente: Dott.ssa Daniela Ivaldi

Ore: 27 (di cui 9 in modalità FAD)

Crediti: 3

L'obiettivo del modulo è quello di fornire le principali competenze relative alle tecniche di fund raising applicate all'ambito culturale. Verranno illustrati i principali strumenti per comunicare la cultura, indagando il rapporto tra impresa e cultura e approfondendo le tipologie fondamentali di sponsorizzazione e partnership.

Costruzione dei contenuti di un progetto di comunicazione culturale

Docenti: Prof. Francesco Antinucci, Dott. Giuliano Gaia e Dott.ssa Stefania Boiano

Ore: 30

Crediti: 3

Il Corso intende inquadrare, da un punto di vista teorico, il tema della comunicazione del Museo. Verranno fornite indicazioni di principio e linee guida per la progettazione di protocolli di comunicazione museale (dai pannelli, alla multimedialità, al podcasting, ecc), con l'intento di fornire le competenze per saper costruire e coordinare un progetto di comunicazione organico, che spazi dai mezzi tradizionali a quelli più innovativi, anche legati alle nuove tecnologie.

MULTIMEDIA E NUOVE TECNOLOGIE

ICT per la valorizzazione territoriale

Docente: Dott. Bruno Monti

Ore: 30 (di cui 6 in modalità FAD)

Crediti: 3

La creazione di Sistemi Informativi Territoriali (SIT), quali strumenti indispensabili per le analisi spaziali grazie all'"architettura" di banche dati alfanumeriche, cartografiche e multimediali, diviene momento nodale nel riconoscere i Beni Architettonici e Ambientali di interesse storico, non solo ai fini della loro tutela, ma anche ai fini della loro valorizzazione e gestione, in relazione alle caratteristiche intrinseche dei beni, dei patrimoni, dei circuiti e delle reti (es. i patrimoni e le reti museali, le aree e i siti archeologici, i circuiti sull'arte contemporanea, ecc.) e ai contesti. Il modulo di insegnamento è strutturato con parti teoriche di inquadramento e parti applicative direttamente verificabili in laboratorio su software dedicati.

Gli obiettivi del modulo sono i seguenti: conoscere la struttura di un SIT e le sue "fasi " di costruzione; guidare nella formalizzazione della struttura logica di un SIT per la valorizzazione e gestione dei beni architettonici e ambientali; illustrare le principali nozioni metodologiche per la costruzione della rete di informazioni; configurare il passaggio dal database relazionale alle mappe tematiche: il progetto logico; analizzare gli strumenti della rappresentazione territoriale mediante le tecniche cartografiche e la cartografia numerica in particolare; analizzare le operazioni di catalogazione e riconoscere i modelli di schedatura e gli standard; conoscere la struttura di un SIT e le sue "fasi " di costruzione; fornire le principali nozioni di carattere tecnico relative alla misura del territorio, anche per mezzo delle più moderne tecnologie; riconoscere le potenzialità della progettazione e pubblicazione dei risultati con tecnologie open-source.

Allestimenti multimediali e realtà virtuale

Docente: Prof. Franz Fischnaller

Ore: 24

Crediti: 2

Obiettivo del Corso è offrire una panoramica dettagliata sulle ultime tendenze nel campo delle nuove tecnologie applicate alla valorizzazione dei beni culturali. Verranno indagate le tematiche relative alla realtà virtuale come strumento di supporto dell'esperienza culturale, dell'*interactivre entertainment*, del *digital heritage*, dell'*interactive technology*, dell'*audio visual*, del *mixed media* e degli allestimenti multimediali in genere. Si prevedono le testimonianze di esperti del settore e la presentazione di casi studio.

Comunicazione sul Web

Docente: Prof. A. Ronchetta

Ore: 25 (di cui 8 in modalità FAD)

Crediti: 2

Obiettivo del corso è fornire gli strumenti concettuali, metodologici e informatici, per la progettazione di applicazioni multimediali on-line. Il modulo integra quindi teoria e progettualità della comunicazione con l'apprendimento di alcuni software di trattamento dell'immagine e software autore per la produzione multimediale. Nella prima parte si analizzerà il design invisibile del sito (ovvero l'architettura interna e la scrittura ipertestuale) e il design visibile (il progetto dell'interfaccia); nella seconda parte si passerà alla realizzazione vera e propria e all'informatizzazione.

PARI OPPORTUNITA' E MONDO DEL LAVORO

Valorizzazione delle risorse personali

Docente: Dott.ssa Monica Dacomo, Dott. Davide Caregnato

Ore: 16

Crediti: 2

In questo corso verranno chiariti i concetti connessi alla consapevolezza di sé e verranno forniti gli strumenti per migliorare le proprie capacità, comprendendo temi di cultura generale e di aggiornamento e fornendo le competenze per poter affrontare il mondo del lavoro (conoscenza di contratti, dei sistemi qualità, delle norme sulla sicurezza,...). I temi specifici riguarderanno le capacità e le competenze del progetto professionale proprio di ogni studente, la gestione e la pianificazione di un piano operativo, i contratti di lavoro e la gestione del tempo.

Integrazione, interculturalità, pubblici di riferimento e profili deboli

Docente: Dott.ssa Simona Bodo

Ore: 12

Crediti: 1

Il modulo si compone di due sezioni specifiche, rispettivamente:

- quadro teorico di parità e politiche culturali di sviluppo sociale;
- profili deboli: progetti e programmi di integrazione ed interculturalità.

La volontà di fare riferimento ai principi di Pari Opportunità, nasce dal fatto che le imprese, in un'economia governata da repentini mutamenti e continue turbolenze, hanno maturato la consapevolezza di quanto sia strategico investire nel capitale umano quale strumento per fronteggiare i cambiamenti organizzativi e mantenere la propria competitività. Il museo diventa il possibile terreno di dialogo interculturale e dall'analisi dei tre principali ambiti di intervento (accesso, partecipazione, rappresentazione) emerge come non solo i servizi educativi, ma tutte le funzioni vitali del museo (sviluppo delle collezioni, conservazione, interpretazione, esposizione...) debbano essere ripensate in chiave interculturale.

Il modulo prevede un ampio ricorso all'illustrazione e alla discussione con gli studenti di progetti/attività museali finalizzate a incoraggiare la partecipazione di pubblici tradizionalmente "emarginati", con particolare attenzione a: disabili, giovani "a rischio", comunità immigrate.

Il modulo avrà un taglio operativo e verranno presentati casi di studio (locali ed internazionali) in cui il museo ed il territorio hanno fatto da volano all'integrazione.

12. AZIENDE ED ENTI

Si elencano di seguito alcune delle aziende e degli enti che hanno ospitato gli stage nelle passate edizioni del Master:

Atrium Torino, Torino Internazionale, Chintana Sviluppo e Finanza del Progetto S.r.l., Galleria d'Arte Moderna di Torino, Fondazione Fitzcarraldo, Museo Storico di Montreal, Arcidiocesi di Susa e Arcidiocesi di Urbino, Torino Città Capitale Europea, Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Piemonte (Villa della Regina, Protocollo elettronico, Castello di Agliè, Armeria Reale, ArtPast, Castello di Moncalieri), Museo Nazionale del Cinema, Regione Piemonte, Laboratorio Ecomusei, N4STUDIO per il progetto "Dialogart", CERC (Centre d'Estudis i Recursos Culturals) di Barcellona, Istituto Beni Culturali di Bologna, Finpiemonte Back Office "Progetto la Venaria Reale", Comune di Casale, Casa Cavassa di Saluzzo, Castello di Rivoli – Museo d'Arte Contemporanea, Museo Diffuso della Resistenza di Torino, Comune di Chieri, Deik Savigliano, Zoculture Catania, Città di Torino- Settore Arti Visive, Ordine degli Architetti Pianificatori Paesaggisti e Conservatori, Bondardo Comunicazione, Associazione Culturale Marcovaldo, Ecomuseo Urbano, Oikos Centro Studi, Codess Cultura, Associazione Atitolo -Progetti per l'Arte Contemporanea, Fondazione 107, Fondazione CRT.