



Riparte [COMÙ - Musei che creano spazi comuni](#), progetto formativo per il personale che lavora nei musei toscani. Il corso si articolerà in 4 moduli formativi incentrati sull'audience development, il marketing culturale, la progettazione e la valutazione. I corsi sono iniziati il 18 settembre da Siena, a seguire Pisa e Firenze.

I corsi **A** e **B** (livello base) è dedicato ai professionisti che non hanno partecipato lo scorso anno, il corso **C** è invece riservato ai partecipanti della prima edizione anno 2018, diverse giornate di approfondimento per lavorare in maniera pratica su temi che nel corso di base sono stati affrontati esaurientemente a livello teorico come la comunicazione esterna ed in particolare un approfondimento sulla gestione dei social media; progettazione complessa e creazione di reti, in relazione a finanziamenti erogati da diversi soggetti (Fondazioni, Enti locali, Ministeri e Unione Europea); Valutazione delle attività con possibile restituzione attraverso bilancio sociale, di responsabilità e di impatto.

CORSO A _ PISA - Museo della Grafica, Lungarno Galileo Galilei, 9 MODULI DEL CORSO:

1. Audience development (AD): inquadramento teorico e strategie

10 OTTOBRE dalle ore 9,30 alle ore 13,00 e dalle 14,00 alle 16,30

Docente: Cristina Da Milano

Durata: 6 ore

Il tema dell'AD inteso come un processo che, attraverso diverse strategie/strumenti e il coinvolgimento di tutta l'organizzazione, per concepire i pubblici come elemento centrale.

L'elemento quantitativo fa parte dell'AD ma è affiancato da elementi qualitativi, rappresentati dalle strategie di rafforzamento dei legami con e diversificazione dei pubblici esistenti. Il

modulo prevede un'attività laboratoriale di auto-valutazione in cui i partecipanti analizzeranno le strategie e le attività di AD della propria istituzione e si eserciteranno nella definizione di

strategie e attività di AD.

2. Marketing culturale

2 e 16 OTTOBRE dalle ore 9,30 alle ore 13,00 e dalle 14,00 alle 16,30

Durata: 12 ore

Docente: Francesca Guida

Il modulo presenterà i concetti e le teorie di riferimento relative alle pratiche di marketing, con particolare riferimento al marketing delle istituzioni museali; il ciclo di vita dei prodotti culturali e i prodotti multidimensionali. Saranno affrontate e discusse anche le nuove tendenze disciplinari del marketing: esperienziale e i processi di gestione delle innovazioni.

3. Progettazione

30 OTTOBRE e 6 NOVEMBRE dalle ore 9,30 alle ore 13,00 e dalle 14,00 alle 16,30

Durata: 12 ore

Docente: Francesca Guida e Cristina Da Milano

Durante il modulo saranno presentate le tecniche di progettazione e gli strumenti del project management per definire azioni e progetti complessi; la programmazione europea e i programmi di finanziamento. Sono previste esercitazioni pratiche su opportunità concrete di finanziamento.

4. Valutazione

11 e 18 NOVEMBRE dalle ore 9,30 alle ore 13,00 e dalle 14,00 alle 16,30

Durata: 12 ore

Docente: Elisabetta Falchetti

Metodi e strumenti di valutazione qualitativa e quantitativa della gestione e delle performances museali: accountability, rendicontazione e bilancio sociale/valoriale. Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione dell'impatto sociale, cognitivo e sull'apprendimento delle esperienze

museali

CORSO A

(Museo della Grafica, Pisa) e

B

(Museo d'arte per bambini - Bambinus, Siena)

1. Audience development (AD): inquadramento teorico e strategie - Docente: Cristina Da Milano

Il tema dell'AD inteso come un processo che, attraverso diverse strategie/strumenti e il coinvolgimento di tutta l'organizzazione, per concepire i pubblici come elemento centrale. L'elemento quantitativo fa parte dell'AD ma è affiancato da elementi qualitativi, rappresentati dalle strategie di rafforzamento dei legami con e diversificazione dei pubblici esistenti. Il modulo prevede un'attività laboratoriale di auto-valutazione in cui i partecipanti analizzeranno le strategie e le attività di AD della propria istituzione e si eserciteranno nella definizione di strategie e attività di AD.

2. Marketing culturale - Docente: Francesca Guida

Il modulo presenterà i concetti e le teorie di riferimento relative alle pratiche di marketing, con particolare riferimento al marketing delle istituzioni museali; il ciclo di vita dei prodotti culturali e i prodotti multidimensionali. Saranno affrontate e discusse anche le nuove tendenze disciplinari del marketing: esperienziale e i processi di gestione delle innovazioni.

3. Progettazione - Docente: Francesca Guida e Cristina Da Milano

Durante il modulo saranno presentate le tecniche di progettazione e gli strumenti del project management per definire azioni e progetti complessi; la programmazione europea e i programmi di finanziamento. Sono previste esercitazioni pratiche su opportunità concrete di finanziamento.

4. Valutazione - Docente: Elisabetta Falchetti

Metodi e strumenti di valutazione qualitativa e quantitativa della gestione e delle performance museali: accountability, rendicontazione e bilancio sociale/valoriale. Particolare attenzione sarà dedicata alla valutazione dell'impatto sociale, cognitivo e sull'apprendimento delle esperienze museali.

CORSO C, giornate di approfondimento (Regione Toscana - Direzione Cultura e Ricerca, Firenze)

1. Comunicazione esterna ed in particolare un approfondimento sulla gestione dei social media - Docente: Francesca Guida *Come impostare la strategia di social media marketing per il proprio museo, quali sono gli stili di*

comunicazione e le peculiarità dei diversi social network (approfondimento Instagram,

Facebook, Youtube, LinkedIn), come elaborare il proprio piano editoriale, come aumentare

l'engagement rate; simulazione di una campagna social.

2.Progettazione complessa e creazione di reti - Docente: Cristina Da Milano

Strutturare una progettazione complessa e creare reti in relazione a finanziamenti erogati da diversi soggetti (Fondazioni, Enti locali, Ministeri e Unione Europea). La pianificazione e l'uso delle risorse, le diverse metodologie di progettazione come il Project Management, il Project Life Cycle.

3.Valutazione - Docente: Elisabetta Falchetti *Valutazione delle attività con possibile restituzione attraverso bilancio sociale, di responsabilità*

e di impatto. Saranno approfonditi temi riguardanti gli strumenti di valutazione dei musei ed in particolare la valutazione di impatto attraverso gli indicatori GSO-Generic Social Outcomes e

GLO-Generic Learning Outcome

s.