

Executive Master

Gestione del Patrimonio Culturale

M G P C



Executive Master Gestione del Patrimonio Culturale

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online
- » Rivolto a: **Laureati e diplomati che hanno precedentemente completato una qualsiasi delle qualifiche nel campo delle Scienze Sociali ed Umanistiche**

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/business-school/master/master-gestione-patrimonio-culturale

Indice

01

Benvenuto

pag. 04

02

Perché studiare in TECH?

pag. 06

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Competenze

pag. 18

06

Struttura e contenuti

pag. 22

07

Metodologia

pag. 36

08

Profilo dei nostri studenti

pag. 44

09

Impatto sulla tua carriera

pag. 48

10

Benefici per la tua azienda

pag. 52

11

Titolo

pag. 56

01

Benvenuto

La cultura ha saputo adattarsi ai nuovi tempi segnati da tecnologie più all'avanguardia. Sono stati promossi eventi ibridi o puramente online, pur mantenendo la vivacità dell'evento presenziale. In questo scenario di innovazione e costante cambiamento, il settore culturale richiede professionisti al passo con gli ultimi sviluppi, in grado di promuovere e tutelare l'arte in ogni angolo di una città e allo stesso tempo di favorire la fruizione delle diverse discipline artistiche. È in questo contesto che è stato creato questo corso in modalità 100% online, che offre ai professionisti le conoscenze più avanzate sulla pianificazione, la gestione, la produzione e la comunicazione di un'attività culturale con cui potranno proiettare la loro carriera verso istituzioni più importanti. A tal fine, verranno presentati contenuti multimediali innovativi a cui si può accedere 24 ore su 24, da qualsiasi dispositivo elettronico dotato di connessione a Internet.



Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale.
TECH Università Tecnologica



“

Questo Executive Master ti fornirà le conoscenze necessarie per progredire come manager culturale e rivoluzionare il settore”

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.



TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

Questo programma è stato progettato per rafforzare le competenze di gestione culturale dei professionisti che desiderano progredire in questo settore. Al termine dei 12 mesi di formazione universitaria, gli studenti saranno in grado di valutare il ruolo della cultura nella società, la sua conservazione e l'applicazione delle nuove tendenze digitali nella produzione, programmazione e diffusione di eventi culturali. I casi di studio forniti in questa laurea avvicineranno lo specialista ad azioni e metodologie che possono essere integrate in progetti su larga scala.



“

Questo corso ti permetterà di conoscere casi di successo nella progettazione di eventi culturali”

TECH fa suoi gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale prepara lo studente a:

01

Comprendere le caratteristiche della Gestione del Patrimonio Culturale in relazione al settore turistico

04

Analizzare le caratteristiche della domanda di turismo culturale in ogni area

02

Gestire il patrimonio culturale nelle diverse aree turistiche secondo i principi della sostenibilità

05

Imparare a gestire il patrimonio culturale in spazi diversi

03

Identificare e gestire i piani esistenti per proteggere le collezioni di Belle Arti

06

Apprendere, nel contesto della cultura, i concetti di base, i principi e le teorie della comunicazione e delle industrie culturali

07

Comprendere e interpretare la realtà sulla base di competenze e procedure culturali

10

Dimostrare le procedure di promozione delle idee culturali

08

Gestire le fonti, pianificare i progetti e organizzare diversi metodi per risolvere i problemi

11

Comprendere l'importanza e l'organizzazione di eventi ibridi

09

Imparare a progettare e produrre campagne o prodotti legati alla cultura

12

Acquisire una comprensione approfondita delle tendenze attuali nell'organizzazione di eventi

05

Competenze

Il programma di studi di questo corso universitario consentirà ai professionisti di ampliare le proprie competenze e abilità per una gestione appropriata ed efficiente degli eventi culturali. A tal fine, dispone di risorse didattiche innovative, che ti porteranno a conoscere le diverse metodologie utilizzate per la conservazione del patrimonio, gli ultimi strumenti tecnologici utilizzati per la progettazione e la diffusione di eventi, nonché le competenze necessarie per promuovere il settore culturale nella società.



“

Affinerai le competenze necessarie per diventare un eccellente manager culturale sia nella sfera pubblica che in quella privata”

01

Imparare a conoscere la digitalizzazione dell'evento, gli strumenti più utilizzati e le nuove tendenze

02

Implementare diverse metodologie di conservazione del patrimonio

03

Gestire correttamente le informazioni rilevanti o storiche

04

Valorizzare il ruolo dei musei e delle gallerie nell'educazione

05

Identificare il tipo di pubblico che frequenta i diversi tipi di eventi culturali.



06

Saper programmare in base all'offerta e al pubblico

08

Conoscere i diversi prodotti culturali



09

Comprendere il ruolo delle organizzazioni del terzo settore nella società

07

Stabilire strategie di comunicazione di successo

10

Saper pianificare le risorse materiali e umane necessarie alla realizzazione di un evento culturale

06

Struttura e contenuti

Il Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale è un'eccellente opportunità per i professionisti che desiderano progredire in questo settore attraverso una qualifica insegnata esclusivamente online e accessibile in qualsiasi momento della giornata, da un computer, *Tablet* o smartphone con connessione internet. Una flessibilità ideale per chi desidera conciliare i propri impegni personali con un'istruzione all'avanguardia nel mondo accademico.



“

Il sistema Relearning utilizzato da TECH renderà molto più facile per te scorrere i contenuti di questo Executive Master”

Piano di studi

Il Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale di TECH Università Tecnologica è un programma intensivo che ti prepara ad affrontare le sfide e le decisioni nel settore artistico.

Il contenuto di questo corso è stato concepito per promuovere lo sviluppo di competenze manageriali che consentano di prendere decisioni in un settore in costante evoluzione e che cerca di attrarre pubblici diversi attraverso l'innovazione.

In questo modo, durante le 1.500 ore di lezione gli studenti avranno accesso a casi di studio forniti da specialisti che conoscono il settore culturale. In questo modo gli studenti si avvicineranno a situazioni e metodologie che saranno in grado di introdurre nella loro vita professionale quotidiana. Si tratta quindi di una vera e propria esperienza di coinvolgimento nella realtà aziendale.

Nel corso di 12 mesi, gli studenti di questo programma online approfondiranno la conservazione del patrimonio culturale, la gestione di musei, gallerie e mostre, la catalogazione, le strategie più efficaci per la produzione di eventi musicali e di danza e l'applicazione delle nuove tecnologie per promuovere il mercato culturale.

Un piano di studi pensato per fornire al professionista i contenuti più innovativi e attuali in un settore che richiede sempre più personale altamente qualificato con capacità di gestione creativa, adattandosi ai nuovi tempi, segnati soprattutto dall'ambiente digitale.

Questo Executive Master ha la durata di 12 mesi e si divide in 10 moduli:

- Modulo 1.** Conservazione del patrimonio culturale
- Modulo 2.** Gestione di musei, gallerie e mostre
- Modulo 3.** Documentazione culturale: catalogazione e ricerca
- Modulo 4.** Gestione culturale della musica e della danza
- Modulo 5.** Gestione del turismo culturale
- Modulo 6.** Marketing nel mercato culturale
- Modulo 7.** Produzione e direzione in Gestione del Patrimonio Culturale
- Modulo 8.** Tecnologia e progetto per la promozione culturale
- Modulo 9.** Progettazione di eventi culturali
- Modulo 10.** Pianificazione di eventi culturali



Dove, quando e come si svolge?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale completamente online. Durante i 12 mesi della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Conservazione del patrimonio culturale

1.1. Teoria della conservazione e del restauro del patrimonio storico e artistico

- 1.1.1. Come si conserva il patrimonio?
- 1.1.2. Chi è responsabile della sua manutenzione?
- 1.1.3. Passi da compiere per la manutenzione
- 1.1.4. Sviluppi storici
- 1.1.5. Criteri attuali

1.2. Curatore del museo

- 1.2.1. Descrizione del curatore di un museo
- 1.2.2. I passi da seguire per diventare curatore di un museo
- 1.2.3. Deontologia
- 1.2.4. Funzioni

1.3. Metodologia per la diagnosi dello stato di conservazione dei beni culturali

- 1.3.1. Cosa sono i BIC?
- 1.3.2. Beni culturali o BIC
- 1.3.3. Guida alla conservazione dei BIC
- 1.3.4. Alterazione e agenti di deterioramento

1.4. Metodi di analisi e studio dei materiali e delle tecniche

- 1.4.1. Definizione di metodo e tecnica
- 1.4.2. Analisi scientifica
- 1.4.3. Tecniche di studio del patrimonio storico e artistico
- 1.4.4. Pulizia e trattamento di BIC

1.5. Criteri di intervento nel restauro e nella conservazione I

- 1.5.1. Definizione dei criteri
- 1.5.2. Interventi di emergenza
- 1.5.3. Piani di protezione delle collezioni di Belle Arti
- 1.5.4. Piani di protezione delle etnografie

1.6. Criteri di intervento nel restauro e nella conservazione II

- 1.6.1. Piani di protezione dei resti archeologici
- 1.6.2. Piani di protezione delle collezioni scientifiche
- 1.6.3. Piani di protezione di altri elementi del patrimonio culturale immateriale
- 1.6.4. Importanza del restauro

1.7. Problemi di conservazione dei BIC

- 1.7.1. Cosa comporta la conservazione?
- 1.7.2. Problemi di conservazione
- 1.7.3. Criteri per l'esecuzione del restauro del patrimonio culturale
- 1.7.4. Riabilitazione dei BIC

1.8. Conservazione preventiva nel patrimonio culturale

- 1.8.1. Concetto
 - 1.8.1.1. Che cos'è la conservazione preventiva?
- 1.8.2. Metodologie
- 1.8.3. Tecniche
- 1.8.4. Chi è responsabile della conservazione?

1.9. Studio del contesto dei beni culturali e delle collezioni del patrimonio I

- 1.9.1. Che cos'è la valutazione dei beni culturali?
- 1.9.2. Materiali utilizzati per la conservazione dei beni materiali e delle collezioni del patrimonio culturale
- 1.9.3. Conservazione
- 1.9.4. Esposizione

1.10. Studio del contesto dei beni culturali e delle collezioni del patrimonio II

- 1.10.1. Cosa comporta e chi è il responsabile dell'imballaggio?
- 1.10.2. Imballaggio di beni culturali e collezioni di beni patrimoniali
- 1.10.3. Trasporto di beni culturali e collezioni di beni patrimoniali
- 1.10.4. Manipolazione di beni culturali e collezioni di beni patrimoniali

Modulo 2. Gestione di musei, gallerie e mostre

2.1. Musei e gallerie

- 2.1.1. Evoluzione del concetto di museo
- 2.1.2. Storia dei musei
- 2.1.3. Tipologie basate sui contenuti
- 2.1.4. Contenuti

2.2. Organizzazione dei musei

- 2.2.1. Quali sono le funzioni di un museo?
- 2.2.2. Il nucleo del museo: le collezioni
- 2.2.3. Il museo invisibile: i magazzini
- 2.2.4. Il programma DOMUS: sistema integrato di documentazione e gestione museale

2.3. Diffusione e comunicazione del museo

- 2.3.1. La pianificazione delle mostre
- 2.3.2. Forme e tipi di mostre
- 2.3.3. Le aree di divulgazione e comunicazione
- 2.3.4. Musei e turismo culturale
- 2.3.5. Immagine aziendale

2.4. Gestione dei musei

- 2.4.1. L'area di direzione e amministrazione
- 2.4.2. Fonti di finanziamento: pubbliche e private
- 2.4.3. Le associazioni degli Amici dei Musei
- 2.4.4. Il negozio

2.5. Il ruolo del museo nella società dell'informazione

- 2.5.1. Differenze tra museologia e museografia
- 2.5.2. Il ruolo del museo nella società di oggi
- 2.5.3. Le tecnologie dell'Informazione e della comunicazione al servizio del museo
- 2.5.4. Applicazioni per dispositivi mobili

2.6. Il mercato dell'arte e i collezionisti

- 2.6.1. Che cos'è il mercato dell'arte?
- 2.6.2. Il commercio dell'arte
 - 2.6.2.1. Circuiti
 - 2.6.2.2. Mercati
 - 2.6.2.3. Internazionalizzazione
- 2.6.3. Le più importanti fiere d'arte nel mondo
 - 2.6.3.1. Struttura
 - 2.6.3.2. Organizzazione
- 2.6.4. Le tendenze del collezionismo internazionale

2.7. Le gallerie d'arte

- 2.7.1. Come progettare una galleria d'arte
- 2.7.2. Funzioni e costituzione delle gallerie d'arte
- 2.7.3. Verso una nuova tipologia di gallerie
- 2.7.4. Come vengono gestite le gallerie
 - 2.7.4.1. Artisti
 - 2.7.4.2. Marketing
 - 2.7.4.3. Mercati
- 2.7.5. Differenze tra musei, sale espositive e gallerie

2.8. Gli artisti e le loro mostre

- 2.8.1. Il riconoscimento dell'artista
- 2.8.2. L'artista e il suo lavoro
- 2.8.3. Copyright e proprietà intellettuale
- 2.8.4. Premi e opportunità
 - 2.8.4.1. Concorsi
 - 2.8.4.2. Borse di studio
 - 2.8.4.3. Premi
- 2.8.5. Riviste specializzate
 - 2.8.5.1. Critico d'arte
 - 2.8.5.2. Giornalismo culturale

2.9. I motivi della cultura

- 2.9.1. Cosa rappresenta la cultura
- 2.9.2. Cosa offre la cultura
- 2.9.3. Di cosa ha bisogno la cultura
- 2.9.4. Promuovere la cultura

2.10. Basi per la museografia didattica nei musei d'arte

- 2.10.1. Mostre d'arte e musei: il fattore differenziale
- 2.10.2. Alcune testimonianze e opinioni su tutto questo: da Boadella a Gombrich
- 2.10.3. L'arte come insieme di convenzioni

- 2.10.4. L'arte inserita in tradizioni culturali molto specifiche
- 2.10.5. L'arte nei musei e negli spazi di presentazione del patrimonio
- 2.10.6. Arte e didattica
- 2.10.7. L'interattività come risorsa didattica nei musei d'arte

Modulo 3. Documentazione culturale: catalogazione e ricerca

3.1. Documentazione di un museo

- 3.1.1. Che cosa è la documentazione di un museo?
- 3.1.2. Qual è la documentazione di un museo?
- 3.1.3. I musei come centro di raccolta di documentazione
- 3.1.4. Documentazione relativa agli oggetti del museo

3.2. La gestione delle informazioni e la sua applicazione pratica

- 3.2.1. Descrizione della gestione dell'informazione
- 3.2.2. Nascita e sviluppo della gestione delle informazioni
 - 3.2.2.1. Secolo XX
 - 3.2.2.2. Attualità
- 3.2.3. Strumenti per l'implementazione della gestione delle informazioni
- 3.2.4. Chi può essere responsabile della gestione delle informazioni

3.3. Sistema documentario I

- 3.3.1. Contenuto documentario d'archivio
 - 3.3.1.1. Archiviazione nella gestione dei documenti
 - 3.3.1.2. importanza degli archivi documentari
- 3.3.2. Compiti del personale addetto dell'archivio documentario
- 3.3.3. Strumenti documentari
 - 3.3.3.1. Registro
 - 3.3.3.2. Inventario
 - 3.3.3.3. Catalogo

3.4. Sistema documentario II

- 3.4.1. Documentazione
 - 3.4.1.1. Grafico
 - 3.4.1.2. Tecnica
 - 3.4.1.3. Del restauro
- 3.4.2. Movimenti e fondi documentari
- 3.4.3. Documentazione amministrativa e archiviazione

3.5. Standardizzazione dei documenti

- 3.5.1. Strumenti di controllo terminologico
 - 3.5.1.1. Elenchi gerarchici
 - 3.5.1.2. Dizionari
 - 3.5.1.3. Thesauri
- 3.5.2. Standard di qualità
- 3.5.3. Applicazioni delle TIC

3.6. Ricerca nei musei

- 3.6.1. Quadro teorico
- 3.6.2. Documentazione contro ricerca
- 3.6.3. Processi della gestione dell'informazione

3.7. Piattaforme di divulgazione di collezioni e progetti

- 3.7.1. Trasmissione della conoscenza
- 3.7.2. Social network
- 3.7.3. Mezzi di comunicazione

3.8. L'educazione nel contesto del patrimonio e dei musei

- 3.8.1. Didattica dei musei
- 3.8.2. Il ruolo dei musei e delle gallerie nell'educazione
- 3.8.3. Quadro teorico dell'apprendimento
 - 3.8.3.1. Formale
 - 3.8.3.2. Non formale
 - 3.8.3.3. Informale

3.9. Mediazione ed esperienze partecipative

- 3.9.1. Educazione all'uguaglianza e all'integrità
- 3.9.2. Proposte di sensibilizzazione e rispetto dell'ambiente
- 3.9.3. Sociomuseologia

3.10. Dipartimenti di educazione e azione culturale

- 3.10.1. Storia
- 3.10.2. Struttura
- 3.10.3. Funzioni

Modulo 4. Gestione culturale della musica e della danza

4.1. Concettualizzazioni e fonti

- 4.1.1. Relazioni nella gestione culturale
 - 4.1.1.1. Economia
 - 4.1.1.2. Sociologia
 - 4.1.1.3. Arte
- 4.1.2. La carenza di *Databases* e indagini affidabili
- 4.1.3. Fonti
 - 4.1.3.1. Siti web
 - 4.1.3.2. Critica
 - 4.1.3.3. Stampa (tutti i tipi)

4.2. Musica e danza

- 4.2.1. Arte
 - 4.2.1.1. Nel tempo
 - 4.2.1.2. Nello spazio
- 4.2.3. Risorse umane per sviluppare la musica e la danza
- 4.2.4. Il disco e il video
- 4.2.5. Panoramica dei generi in tutto il mondo

4.3. Fonti di finanziamento

- 4.3.1. Schemi storici
- 4.3.2. Borse di studio per le arti del tempo del canone classico negli ultimi 70 anni
- 4.3.3. Riflessioni sui modelli
- 4.3.4. Musica e danza di canone non classico

4.4. Tipi di organizzazioni e risorse umane

- 4.4.1. Questioni di principio
 - 4.4.1.1. Entità produttrici
 - 4.4.1.2. Entità di programmazione
 - 4.4.1.3. Entità miste
- 4.4.2. Orchestre sinfoniche
 - 4.4.2.1. La figura del manager
 - 4.4.2.2. La figura del direttore musicale

- 4.4.3. Orchestre da camera
- 4.4.4. Compagnie d'opera
- 4.4.5. Compagnie di danza classica
- 4.4.6. Audit
- 4.4.7. Festival
- 4.4.8. Gruppi musicali leader in tutto il mondo

4.5. Infrastrutture

- 4.5.1. Tipologie
 - 4.5.1.1. Teatri
 - 4.5.1.2. Musei
 - 4.5.1.3. Stadi
 - 4.5.1.4. Colossei
 - 4.5.1.5. Altro
- 4.5.2. Dimensioni e capacità
- 4.5.3. Ubicazione e trasporto

4.6. Il pubblico

- 4.6.1. Che tipo di pubblico si trova nella musica e nella danza?
- 4.6.2. Relazione tra offerta e pubblico
- 4.6.3. La variabile del tipo di consumo
- 4.6.4. La variabile dell'età
- 4.6.5. La variabile educativo-culturale
- 4.6.6. La variabile socio-economica

4.7. I prezzi e i loro principali problemi

- 4.7.1. Organizzazione dell'offerta
 - 4.7.1.1. Cicli
 - 4.7.1.2. Stagioni
 - 4.7.1.3. Abbonamenti
 - 4.7.1.4. Programmi
 - 4.7.1.5. Funzioni
- 4.7.2. Ambito pubblico e privato in relazione ai prezzi
- 4.7.3. Dalla Madonna al canto gregoriano

4.8. La scelta dei repertori nicchie sature vs. nicchie trascurate

- 4.8.1. Problematiche
- 4.8.2. Prima l'artista poi la sua arte
- 4.8.3. Esiste un eccesso di formati e repertori?
- 4.8.4. I broker di opinione hanno un'influenza negativa?
- 4.8.5. Il profilo dei programmatori
- 4.8.6. Il gusto personale e la cultura musicale dei programmatori
- 4.8.7. Esistono soluzioni?

4.9. Elementi necessari

- 4.9.1. Gestione della musica e della danza
- 4.9.2. I politici
- 4.9.3. Agenzie e agenti di concerti
- 4.9.4. La critica musicale
- 4.9.5. Radio e televisione
- 4.9.6. Etichette discografiche e video

4.10. La gestione del patrimonio musicale e dei diritti d'autore

- 4.10.1. Materiali scritti e copyright
 - 4.10.1.1. Musical
 - 4.10.1.2. Coreografici
 - 4.10.1.3. Diritti d'autore
- 4.10.2. Reperti storici
 - 4.10.2.1. Problemi delle edizioni
 - 4.10.2.2. Possibilità di autopubblicazione

- 4.10.3. Repertori classici
 - 4.10.3.1. Problemi con i costi
 - 4.10.3.2. Problemi con le basse riscossioni
- 4.10.4. Repertori in prima assoluta nei canoni popolari urbani e jazzistici
- 4.10.5. Archivi musicali di repertorio inedito, manoscritto o scritto
- 4.10.6. Biblioteche sonore
- 4.10.7. Il caso particolare delle danze

Modulo 5. Gestione del turismo culturale

5.1. Introduzione al patrimonio culturale

- 5.1.1. Turismo culturale
- 5.1.2. Patrimonio culturale
- 5.1.3. Risorse turistiche culturali

5.2. La sostenibilità come riferimento per il turismo e il patrimonio culturale

- 5.2.1. Concetto di sostenibilità urbana
- 5.2.2. Sostenibilità turistica
- 5.2.3. Sostenibilità culturale

5.3. Capacità di carico e sua applicazione nelle destinazioni turistiche

- 5.3.1. Concettualizzazione
- 5.3.2. Dimensioni della capacità di carico del turismo
- 5.3.3. Casi di studio
- 5.3.4. Approcci e proposte per lo studio della capacità di carico del turismo

5.4. Uso turistico dello spazio

- 5.4.1. Flussi di visitatori e siti turistici del patrimonio
- 5.4.2. Linee guida generali per la mobilità turistica e l'utilizzo degli spazi
- 5.4.3. Turismo e siti del patrimonio: effetti e problemi derivanti dai flussi turistici

5.5. Le sfide della gestione dello spazio

- 5.5.1. Strategie per la diversificazione dell'uso turistico dello spazio
- 5.5.2. Misure di gestione della domanda turistica
- 5.5.3. Valorizzazione del patrimonio e controllo dell'accessibilità
- 5.5.4. Gestione dei visitatori nei siti del patrimonio culturale con modelli di visita complessi. Casi di studio

5.6. Prodotto turistico culturale

- 5.6.1. Il turismo urbano e culturale
- 5.6.2. Cultura e turismo
- 5.6.3. Trasformazioni nel mercato dei viaggi culturali

5.7. Le politiche di conservazione del patrimonio

- 5.7.1. Conservazione vs. Sfruttamento del Patrimonio
- 5.7.2. Normativa internazionale
- 5.7.3. Politiche di conservazione

5.8. Gestione delle risorse culturali nell'area turistica

- 5.8.1. Promozione e gestione del turismo urbano
- 5.8.2. Gestione turistica del patrimonio
- 5.8.3. Gestione pubblica e privata

5.9. Occupabilità nel turismo culturale

- 5.9.1. Le caratteristiche dell'occupabilità nel turismo culturale
- 5.9.2. Studi e profili nel turismo culturale
- 5.9.3. L'importanza della guida turistica e l'interpretazione del patrimonio

5.10. Studi di casi di successo nella gestione del patrimonio culturale nel campo del turismo

- 5.10.1. Strategie di sviluppo culturale e turistico del patrimonio locale
- 5.10.2. La gestione associativa di un progetto pubblico

- 5.10.3. L'analisi dei visitatori come strumento di gestione culturale
- 5.10.4. Politiche locali per il rilancio del turismo e le principali attrazioni culturali
- 5.10.5. Pianificazione e gestione del turismo locale in una città Patrimonio dell'Umanità

Modulo 6. Marketing nel mercato culturale**6.1. Cultura al di fuori dell'industria**

- 6.1.1. Il mercato dell'arte
 - 6.1.1.1. Ambiente dell'industria culturale e creativa: il posto delle organizzazioni culturali nella società
 - 6.1.1.2. L'impatto economico globale delle industrie culturali e creative
- 6.1.2. Patrimonio culturale e arti dello spettacolo
 - 6.1.2.1. Patrimonio culturale e arti dello spettacolo nella società
 - 6.1.2.2. Il patrimonio culturale e le arti dello spettacolo nei media

6.2. Industrie culturali

- 6.2.1. Il concetto di industria culturale
 - 6.2.1.1. L'industria editoriale
 - 6.2.1.2. L'industria musicale
 - 6.2.1.3. L'industria cinematografica

6.3. Giornalismo e arte

- 6.3.1. Nuove e vecchie forme di comunicazione
 - 6.3.1.1. Inizio ed evoluzione dell'arte nei media
 - 6.3.1.2. Nuove forme di comunicazione e scrittura

6.4. La cultura nel mondo digitale

- 6.4.1. La cultura nel mondo digitale
- 6.4.2. L'onnipresenza del visivo. Controversie dell'era digitale
- 6.4.3. La trasmissione di informazioni attraverso i videogiochi
- 6.4.4. Arte collaborativa

6.5. La struttura mediatica

- 6.5.1. Il settore audiovisivo e della stampa
 - 6.5.1.1. L'impatto sulla cultura dei grandi gruppi mediatici
 - 6.5.1.2. Piattaforme live, una sfida per i media tradizionali
- 6.5.2. Il settore del giornalismo culturale
 - 6.5.2.1. Il mercato culturale in un mondo globale. Verso l'omogeneizzazione o la diversificazione?

6.6. Introduzione al Marketing

- 6.6.1. LE 4 P'S
 - 6.6.1.1. Aspetti base del marketing
 - 6.6.1.2. Marketing Mix
 - 6.6.1.3. La necessità (o meno) del marketing nel mercato culturale
- 6.6.2. Marketing e consumismo
 - 6.6.2.1. Il consumo della cultura
 - 6.6.2.2. La qualità come fattore trasversale nei prodotti informativi

6.7. Marketing e valore: arte per l'arte, arte all'interno di agende ideologiche e arte come prodotto di mercato.

- 6.7.1. Arte per l'arte
 - 6.7.1.1. L'arte delle masse. L'omogeneità dell'arte e il suo valore
 - 6.7.1.2. L'arte è creata per i media o i media trasmettono l'arte?

- 6.7.2. L'arte all'interno di programmi ideologici
 - 6.7.2.1. Arte, politica e attivismo
 - 6.7.2.2. Simbolismo di base nell'arte
- 6.7.3. L'arte come prodotto di mercato
 - 6.7.3.1. L'arte nella pubblicità
 - 6.7.3.2. Gestione culturale per uno sviluppo di successo del lavoro

6.8. Marketing delle principali industrie culturali

- 6.8.1. Tendenze attuali nelle principali industrie culturali
 - 6.8.1.1. Le esigenze dei consumatori rappresentate nelle imprese
 - 6.8.1.2. Prodotti culturali di successo nei media

6.9. La ricerca come strumento centrale di Marketing

- 6.9.1. La raccolta di dati sul mercato e sui consumatori e dei dati dei consumatori
 - 6.9.1.1. La differenziazione in relazione alla competenza
 - 6.9.1.2. Altre strategie dell'indagine

6.10. Il futuro del Marketing culturale

- 6.10.1. Il futuro del Marketing culturale
 - 6.10.1.1. Tendenze del Marketing culturale
 - 6.10.1.2. I prodotti culturali con il maggior potenziale di mercato

Modulo 7. Produzione e direzione in Gestione del Patrimonio Culturale

<p>7.1. Strumenti per la gestione delle organizzazioni culturali I</p> <p>7.1.1. Gestione del Patrimonio Culturale 7.1.2. Classificazione dei prodotti culturali 7.1.3. Obiettivi delle Gestione del Patrimonio Culturale</p>	<p>7.2. Strumenti per la gestione delle organizzazioni culturali II</p> <p>7.2.1. Organizzazioni culturali 7.2.2. Tipologia 7.2.3. UNESCO</p>	<p>7.3. Collezionismo e mecenatismo</p> <p>7.3.1. L'arte di collezionare 7.3.2. Lo sviluppo del gusto per il collezionismo nel corso della storia 7.3.3. Tipi di collezioni</p>	<p>7.4. Il ruolo delle fondazioni</p> <p>7.4.1. Che cosa sono? 7.4.2. Associazioni e fondazioni 7.4.2.1. Differenze 7.4.2.2. Somiglianze 7.4.3. Esempi di funzioni culturali nel mondo</p>
<p>7.5. Sviluppo culturale nelle organizzazioni del terzo settore</p> <p>7.5.1. Cosa sono le organizzazioni del terzo settore? 7.5.2. Il ruolo delle organizzazioni del terzo settore nella società 7.5.3. Reti</p>	<p>7.6. Istituzioni e organismi pubblici</p> <p>7.6.1. Modello di organizzazione della politica culturale in Europa 7.6.2. Principali istituzioni pubbliche in Europa 7.6.3. Azione culturale delle organizzazioni internazionali europee</p>	<p>7.7. Patrimonio culturale</p> <p>7.7.1. La cultura come marchio di un Paese 7.7.2. Politiche culturali 7.7.2.1. Istituzioni 7.7.2.2. Figure 7.7.3. La cultura come patrimonio dell'umanità</p>	<p>7.8. Diffusione del patrimonio culturale</p> <p>7.8.1. Che cos'è il patrimonio culturale? 7.8.2. Gestione pubblica 7.8.3. Gestione privata 7.8.4. Gestione coordinata</p>
<p>7.9. Creazione e gestione di progetti</p> <p>7.9.1. Che cos'è la gestione di progetti? 7.9.2. Produzioni 7.9.2.1. Pubbliche 7.9.2.2. Private 7.9.2.3. Coproduzioni 7.9.2.4. Altre 7.9.3. Pianificazione delle gestione del Patrimonio Culturale</p>	<p>7.10. Arte, impresa e società</p> <p>7.10.1. Il terzo settore come opportunità sociale 7.10.2. Impegno sociale dell'impresa attraverso i diversi tipi di arte 7.10.2.1. Investimento 7.10.2.2. Produttività 7.10.2.3. Promozione 7.10.2.4. Profitto</p>	<p>7.10.3. L'arte come inclusione e trasformazione della società 7.10.4. Il teatro come opportunità sociale 7.10.5. Festival che coinvolgono il pubblico</p>	

Modulo 8. Tecnologia e progettazione per la promozione culturale

<p>8.1. L'importanza dell'immagine oggi</p> <p>8.1.1. MTV 8.1.1.1. L'ascesa di MTV 8.1.1.2. Videoclip</p> <p>8.1.2. Da MTV a YouTube</p> <p>8.1.3. Vecchio marketing vs. Era digitale</p>	<p>8.2. Creazione di contenuti</p> <p>8.2.1. Nucleo di convinzione drammatica 8.2.1.1. Obiettivo della stadiazione 8.2.1.2. Strategia estetico-stilistica 8.2.1.3. Il passaggio dal teatro al resto delle arti</p>	<p>8.2.2. Target del consumatore a livello mondiale</p> <p>8.2.3. Creazione di contenuti 8.2.3.1. <i>Flyer</i> 8.2.3.2. <i>Teaser</i> 8.2.3.3. Social Network</p> <p>8.2.4. Supporti di diffusione</p>	<p>8.3. Graphic designer e community manager</p> <p>8.3.1. Fasi delle riunioni</p> <p>8.3.2. Perché è necessario avere un graphic designer?</p> <p>8.3.3. Ruolo del <i>community manager</i></p>
<p>8.4. Inclusione dei creatori nei mezzi espositivi convenzionali</p> <p>8.4.1. Inclusione delle TIC 8.4.1.1. Ambito personale 8.4.1.2. Ambito professionale</p> <p>8.4.2. Introduzione di DJ e VJ 8.4.2.1. Uso di DJ e VJ negli spettacoli 8.4.2.2. Uso di DJ e VJ nel teatro</p>	<p>8.4.2.3. Uso di DJ e VJ nella danza 8.4.2.4. Uso di DJ e VJ negli eventi 8.4.2.5. Uso di DJ e VJ negli eventi sportivi</p> <p>8.4.3. Illustratori in tempo reale 8.4.3.1. Arena 8.4.3.2. Disegno 8.4.3.3. Trasparente 8.4.3.4. Narrazione visiva</p>	<p>8.5. TIC per la scena e la creazione I</p> <p>8.5.1. Proiezione video, <i>videowall</i>, <i>videosplitting</i> 8.5.1.1. Differenze 8.5.1.2. Evoluzione 8.5.1.3. Dall'incandescenza ai fosfori laser</p> <p>8.5.2. L'uso del software nelle rappresentazioni 8.5.2.1. Cosa si usa?</p>	<p>8.5.2.2. Perché vengono utilizzati? 8.5.2.3. Come aiutano la creatività e l'esposizione?</p> <p>8.5.3. Personale tecnico e artistico 8.5.3.1. Ruoli 8.5.3.2. Gestione</p>
<p>8.6. TIC per la scena e la creazione II</p> <p>8.6.1. Tecnologie interattive 8.6.1.1. Perché vengono utilizzati? 8.6.1.2. Vantaggi 8.6.1.3. Svantaggi</p> <p>8.6.2. AR</p> <p>8.6.3. VR</p> <p>8.6.4. 360°</p>	<p>8.7. TIC per la scena e la creazione III</p> <p>8.7.1. Modalità di condivisione delle informazioni 8.7.1.1. Drop Box 8.7.1.2. Drive 8.7.1.3. iCloud 8.7.1.4. WeTransfer</p> <p>8.7.2. Social network e loro diffusione</p> <p>8.7.3. Uso delle TIC negli spettacoli dal vivo</p>	<p>8.8. Detentori di campioni</p> <p>8.8.1. Supporti convenzionali 8.8.1.1. Cosa sono? 8.8.1.2. Quali sono quelli conosciuti? 8.8.1.3. Formato ridotto 8.8.1.4. Grande formato</p>	<p>8.8.2. Supporti non convenzionali 8.8.2.1. Cosa sono? 8.8.2.2. Quali sono? 8.8.2.3. Dove e come possono essere utilizzati?</p> <p>8.8.3. Esempi</p>
<p>8.9. Eventi aziendali</p> <p>8.9.1. Eventi aziendali 8.9.1.1. Cosa sono? 8.9.1.2. Cosa stiamo cercando?</p> <p>8.9.2. La revisione concreta 5W+1H applicata all'azienda</p> <p>8.9.3. I supporti più utilizzati</p>	<p>8.10. Produzione audiovisiva</p> <p>8.10.1. Risorse audiovisive 8.10.1.1. Risorse nei musei 8.10.1.2. Risorse sulla scena 8.10.1.3. Risorse negli eventi</p> <p>8.10.2. Tipi di scatti</p> <p>8.10.3. Esecuzione dei progetti</p> <p>8.10.4. Fasi del processo</p>		

Modulo 9. Progettazione di eventi culturali

9.1. Gestione di progetti

- 9.1.1. Raccolta di informazioni, avvio del progetto: Cosa dobbiamo fare?
- 9.1.2. Studio delle possibili ubicazioni
- 9.1.3. Pro e contro delle opzioni scelte

9.2. Tecniche di Ricerca *Design Thinking*

- 9.2.1. Mappe degli stakeholder
- 9.2.2. *Focus Group*
- 9.2.3. *Bench Marking*

9.3. *Design Thinking* Esperienziale

- 9.3.1. Immersione cognitiva
- 9.3.2. Osservazione occulta
- 9.3.3. *World café*

9.4. Definizione pubblico obiettivo

- 9.4.1. A chi è rivolto l'evento?
- 9.4.2. Perché facciamo questo evento?
- 9.4.3. Qual è l'obiettivo dell'evento?

9.5. Tendenze

- 9.5.1. Nuove tendenze di allestimento
- 9.5.2. Contributi digitali
- 9.5.3. Eventi immersivi ed esperienziali

9.6. Personalizzazione e progettazione di spazio

- 9.6.1. Adeguatezza dello spazio al marchio
- 9.6.2. *Branding*
- 9.6.3. Manuale del marchio

9.7. Marketing esperienziale

- 9.7.1. Vivere l'esperienza
- 9.7.2. Evento immersivo
- 9.7.3. Incoraggiare il ricordo

9.8. Segnaletica

- 9.8.1. Tecniche di segnaletica
- 9.8.2. La visione dell'assistente
- 9.8.3. Coerenza della storia. Evento con segnaletica

9.9. Le sedi dell'evento

- 9.9.1. Studi di possibili sedi. I 5 perché
- 9.9.2. Scelta della sede in base all'evento
- 9.9.3. Criteri di selezione

9.10. Proposta di allestimento. Tipi di scenari

- 9.10.1. Nuove proposte di allestimento
- 9.10.2. Priorità alla vicinanza con il relatore
- 9.10.3. Scenari legati all'interazione

Modulo 10. Pianificazione di eventi culturali

10.1. *Timing* e organizzazione del programma

- 10.1.1. Tempo disponibile per l'organizzazione dell'evento
- 10.1.2. Giorni di durata dell'evento
- 10.1.3. Attività dell'evento

10.2. Organizzazione degli spazi

- 10.2.1. Numero di assistenti previsti
- 10.2.2. Numero di sale simultanee
- 10.2.3. Formati delle camere

10.3. Relatori e ospiti

- 10.3.1. Selezione dei relatori
- 10.3.2. Contatto e conferma dei relatori
- 10.3.3. Gestione dell'assistenza dei relatori

10.4. Protocollo

- 10.4.1. Gamma di personalità invitate
- 10.4.2. Disposizione della Presidenza
- 10.4.3. Organizzazione dei parlamenti

10.5. Sicurezza

- 10.5.1. Controllo degli accessi: il punto di vista della sicurezza
- 10.5.2. Coordinamento con le FCSE
- 10.5.3. Controllo interno degli spazi

10.6. Emergenze

- 10.6.1. Piano di evacuazione
- 10.6.2. Valutazione dei bisogni in caso di emergenza
- 10.6.3. Creazione di un punto di assistenza medica

10.7. Capacità

- 10.7.1. Valutazione delle capacità
- 10.7.2. Distribuzione degli assistenti nella sede
- 10.7.3. Capacità massime e decisioni da prendere

10.8. Accessi

- 10.8.1. Studio del numero di accessi
- 10.8.2. Capacità di ogni accesso
- 10.8.3. Calcolo *Timing* per l'ingresso e l'uscita ad ogni accesso

10.9. Trasporto

- 10.9.1. Valutazione delle possibilità di trasporto
- 10.9.2. Accessibilità ai trasporti
- 10.9.3. Trasporto proprio o pubblico. Pro e contro

10.10. Ubicazioni

- 10.10.1. Quante sedi ha l'evento
- 10.10.2. Dove si trovano
- 10.10.3. Facilità di accesso alle sedi



“

Un programma in modalità 100% online che ti permetterà di progettare e pianificare un evento culturale dall'inizio alla fine applicando le ultime tendenze"

07

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”



La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



08

Profilo dei nostri studenti

Il programma si rivolge a laureati e diplomati che abbiano precedentemente conseguito uno dei seguenti titoli di studio nel campo di Scienze Sociali e Giuridiche, Scienze Umanistiche ed Economiche.

La diversità dei partecipanti, con vari profili accademici e di differenti nazionalità, rende veramente multidisciplinare l'approccio di questo programma.

Il Executive Master può essere frequentato anche da professionisti che, laureati in qualsiasi settore, abbiano maturato esperienze lavorative nel campo della Gestione del Patrimonio Culturale.





“

Se stai cercando di avanzare nella tua carriera professionale come manager culturale, TECH ha ideato un programma pensato per fornirti le conoscenze più recenti e avanzate in questo campo”

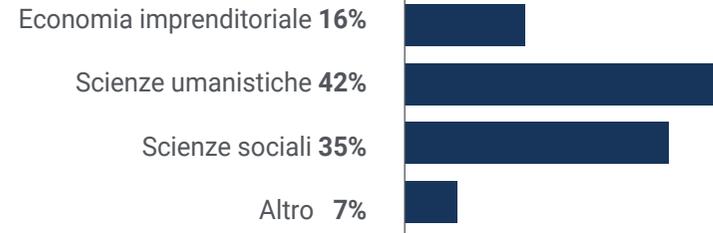
Età media

Da **35** a **45** anni

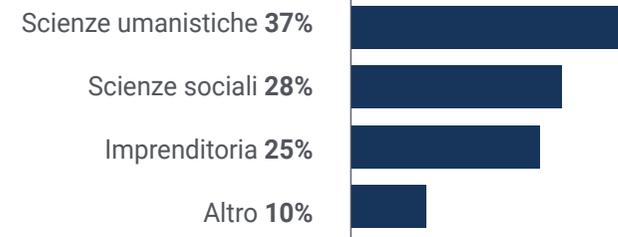
Anni di esperienza



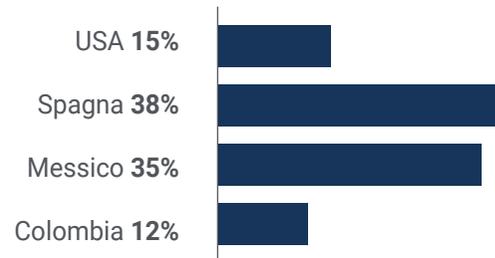
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Enrique Mendoza

Responsabile culturale

"Con questo programma ho potuto aggiornare le mie conoscenze di gestione del patrimonio culturale e adattare molto meglio la mia programmazione alle nuove tendenze digitali, senza perdere l'essenza delle discipline artistiche". In questo modo questa qualifica mi ha portato a progredire nella mia carriera professionale"

09

Impatto sulla tua carriera

Questo programma permetterà al professionista che lo segue di ottenere una prospettiva generale, ma allo stesso tempo attuale e creativa, della direzione e della gestione nel settore culturale. L'obiettivo finale di questa laurea non è altro che quello di fornire agli studenti le informazioni più rilevanti, essenziali e produttive per crescere sul posto di lavoro.



“

La tua carriera professionale potrà crescere grazie alle conoscenze esaustive che riceverete sulle più recenti strategie di marketing utilizzate nel mercato culturale"

Inizia già da ora a raggiungere i tuoi obiettivi di miglioramento professionale. Iscriviti ora e accedi alle conoscenze che ti porteranno a un cambiamento di carriera nel settore culturale.

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta.

Il Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale di TECH è un programma intensivo che prepara ad affrontare sfide e a prendere decisioni aziendali nell'ambito culturale. Il suo obiettivo principale è quello di promuovere la tua crescita personale e professionale. Aiutarti a raggiungere il successo.

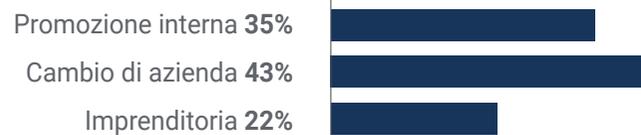
Se vuoi migliorarti, ottenere un cambiamento positivo a livello professionale e creare una rete con i migliori contatti, questo è il posto che fa per te.

Questo Executive Master in modalità 100% online è ideale per coloro che desiderano un titolo universitario compatibile con i propri impegni personali.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



10

Benefici per la tua azienda

Il Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale contribuisce a far sì che le aziende abbiano nelle loro organizzazioni un numero maggiore di professionisti qualificati e preparati ad affrontare le sfide manageriali in un settore altamente competitivo.

L'accesso a questa qualifica universitaria è un'opportunità unica per creare una rete di contatti in cui trovare futuri partner professionali, clienti o fornitori.





“

Nell'era digitale, il manager culturale deve avere una conoscenza dettagliata delle nuove tecnologie, dei canali di diffusione e dei nuovi sviluppi nella produzione di formati artistici"

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il professionista apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il professionista e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda stessa.

03

Creare agenti di cambiamento

Sarai in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista può lavorare su un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti nell'ambito di R&S o del Business Development della sua azienda

06

Aumento della competitività

Questo Executive Master fornirà ai rispettivi professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e portare avanti l'organizzazione.

11 Titolo

L'Esperto Universitario in Gestione del Patrimonio Culturale garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.





“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

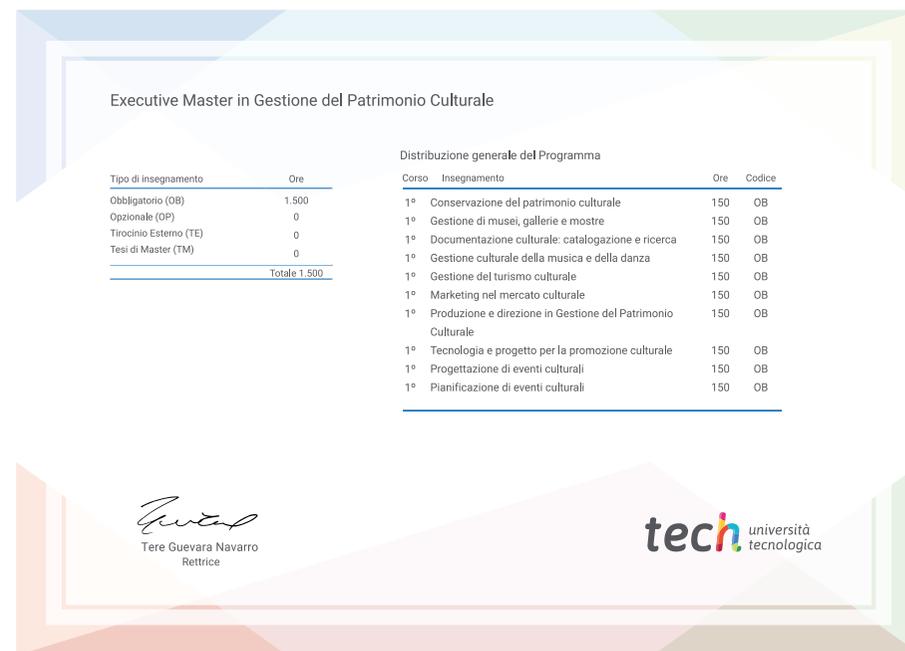
Questo **Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Executive Master** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Executive Master in Gestione del Patrimonio Culturale**

N° Ore Ufficiali: **1.500 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Executive Master Gestione del Patrimonio Culturale

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Executive Master

Gestione del Patrimonio Culturale

