



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 1/4

<input type="radio"/> PROF.	NOME	Lucia
<input checked="" type="radio"/> PROF. SSA	COGNOME	Giardino
	E-MAIL	l.giardino@accademia.firenze.it

DATI CORSO

CORSO DI	ABPC67 Informazione per l'arte. Mezzi e metodi		
DOCENTE LIVELLO	II		
INDIRIZZO	Exhibit Design		
SEMESTRE	<input type="radio"/> PRIMO	<input checked="" type="radio"/> SECONDO	
CREDITI FORMATIVI	6	(CFA)	
TIPOLOGIA DI CORSO	T		
AULA	28		
GIORNI E ORARI DELLE LEZIONI	AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]	
LUNEDÌ	/	/	
MARTEDÌ	/	/	
MERCOLEDÌ	/	15:00	/ 18:30
GIOVEDÌ	/	/	
VENERDÌ	/	/	
SABATO	/	/	

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Descrizione:

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito:

- competenze e conoscenze per la gestione ordinaria e straordinaria e per la comunicazione di eventi, manifestazioni, mostre e prodotti culturali delle istituzioni culturali, pubbliche, private, profit o non-profit
- una conoscenza storica delle principali metodologie espositive e curatoriali
- la metodologia per sistematizzare la gestione e la produzione di eventi artistici
- la conoscenza dei ruoli specifici in diversi ambiti della comunicazione per l'impresa culturale
- nozioni principali di comunicazione e PR per l'arte
- le competenze necessarie per gestire e promuovere un evento culturale artistico dal suo nascere alla sua conclusione, individuando figure specifiche per ruoli, mansioni e competenze



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 2/4

PROGRAMMA DEL CORSO

Descrizione:

Il corso sarà impostato in modalità laboratoriale, simulando, e auspicabilmente realizzando, una vera e propria impresa culturale in cui gli studenti occuperanno posizioni nelle seguenti aree: curatela; logistica; produzione; ricerca fondi; comunicazione. Durante il corso a tutti i frequentanti sarà richiesta la preparazione nelle aree comuni, ma gli studenti nei singoli ambiti riferiranno e opereranno informando il resto della classe di quanto appreso e delle azioni da intraprendere/ intraprese in vista della realizzazione dell'evento simulato o reale.

Il corso prevede incontri con professionisti che saranno gestiti direttamente dagli studenti e diventeranno parte delle esercitazioni in classe (e quindi saranno elementi valutativi) in cui gli studenti saranno responsabili per tutte le operazioni di back office e dovranno fornire 3 tipi di elaborati:

- comunicati stampa
- materiali da copywriter per l'area social
- elaborazione di testi critici

MODALITÀ DELLA DIDATTICA

Descrizione:

Le lezioni saranno organizzate in:

- lezioni frontali con presentazione di contenuti e discussioni
- esercitazioni e sessioni di gruppo o laboratoriali
- Revisione degli elaborati scritti prodotti settimanalmente (PR, review mostre, testi critici)

Oltre alla preparazione tradizionale del corso e alle esercitazioni per il presente anno accademico gli studenti dovranno:

- contribuire a un progetto di tesi per il biennio di curatela incentrato sul dispositivo "intervista"
- sviluppare una scheda (modello 5x5) di valutazione mostre, le quali saranno visitate come classe o indipendentemente, come da calendario. Le schede mirano a far valutare mostre/musei, da diversi punti di vista: la sintesi dei quali porta alla maturazione di giudizi "di merito" riguardo ad allestimenti, curatela, contenuti, sostenibilità e all'intero prodotto mostra.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 3/4

TIPOLOGIA DI VERIFICA FINALE

TIPOLOGIA

Descrizione:

L'esame prevederà la revisione dei due progetti di classe e la verifica di apprendimento di alcuni concetti chiave, case-studies e tematiche discusse in classe e/o presenti nella bibliografia

BIBLIOGRAFIA PER L'ESAME

Bibliografia di base

SCUDERO D., Manuale pratico del curator. Tecniche e strumenti editoria e comunicazione, Gangemi Editore, 2013

ROMANO G. (a cura di), Become a curator, Postmediabooks, Milano 2019

MALAGUGINI M., Allestire per comunicare. Spazio divulgativi e spazi persuasivi, Franco Angeli, 2008 (selezione)

Approfondimenti (estratti da)

BALBONI BRIZZA M. T., Immaginare il museo. Riflessioni sulla didattica e il pubblico, Jaca Book, 2021

CATALDO L., PARAVENTI M., "La Comunicazione museale"; "Strategie e strumenti per lo sviluppo del museo: il marketing, in Il Museo Oggi, Hoelpi, 2007, pagg. 175 – 195; 279 – 285

DEL MASTRO, NICITA, Big Data. Pluralismo, come stanno cambiando il nostro mondo, Il Mulino 2019

GRASSO A., TRIONE V., Arte in tv. Forme di divulgazione, Johan & Levi, 2014

MANDANARO N., Musei e media digitali, Carocci, 2019

LANDI B., MARRAS A. M., Musei e digitale. L'impatto della pandemia tra criticità e opportunità in Next Generation Culture_ Musei Digitali, Civita 2021

MUNARI B., "L'arancia, i piselli e la rosa", in Arte come Mestiere, (1966), Laterza 2003

OBRIST H.U., Breve storia della curatela, Postmedia Books, 2011

OLINS W., "Tate Gallery of Modern Art, Il sistema di identità visiva, Londra 2000" in FERRARA Cinzia, La comunicazione dei beni culturali. Il progetto dell'identità visiva di musei, siti archeologici, luoghi della cultura, Lupetti, 2007,

PAOLIN D., Lo stato dell'arte, Autori Riuniti, 2019

ZUCCARO A., Copywriting arte e tecnica, 2021



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 4/4

**STRUMENTI PER STUDENTI CON
DISABILITÀ E/O DSA**

Descrizione:

Il professore metterà a disposizione il proprio materiale didattico e provvederà a fornire materiali alternativi valutando caso per caso e con il proprio coordinatore accademico, anche le modalità per l'esame finale.

STUDENTI ERASMUS

Descrizione:

Lo studente Erasmus è tenuto a frequentare il corso e partecipare per quanto possibile a tutte le attività che si svolgono in classe. Il docente è disponibile a valutare il ricorso a una bibliografia nella lingua madre dello studente analoga a quella del corso

RICEVIMENTO DOCENTE

MODALITÀ	<input type="radio"/> IN SEDE	AULA	<input checked="" type="radio"/> ONLINE
GIORNI E ORARI DI RICEVIMENTO		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
<u>LUNEDÌ</u>		/	/
<u>MARTEDÌ</u>		08:30 / 9:30	/
<u>MERCOLEDÌ</u>		/	/
<u>GIOVEDÌ</u>		/	/
<u>VENERDÌ</u>		/	/
<u>SABATO</u>		/	/