



# UNIVERSITÀ DI PISA

---

## MUSEOLOGIA PER IL TURISMO DEL MEDITERRANEO

### ALEXANDRA ANDRESEN

Anno accademico	2020/21
CdS	SCIENZE DEL TURISMO
Codice	468LL
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
MUSEOLOGIA PER IL TURISMO DEL MEDITERRANEO	L-ANT/07	LEZIONI	48	ALEXANDRA ANDRESEN MAURIZIO VANNI

#### Obiettivi di apprendimento

##### *Conoscenze*

Lo studente sarà in grado di acquisire conoscenze su:

- ruolo e funzioni del Ministero per i beni, le attività culturali e il turismo e dei musei e delle istituzioni culturali italiane e straniere, con particolare riferimento alla realizzazione di eventi artistici e culturali;
- strumenti e metodologie per l'analisi di fattibilità di un progetto e la realizzazione di un evento culturale;
- struttura organizzativa del museo, con riferimento agli aspetti di organizzazione, gestione e rapporti con i visitatori.

##### *Modalità di verifica delle conoscenze*

Per l'accertamento delle conoscenze saranno svolte delle prove in itinere (individuali o in gruppo)

##### *Capacità*

**Conoscenza e comprensione.** Essendo esposto a diversi metodi di insegnamento dell'apprendimento attivo (ad esempio, best practice, casi, lavori su progetti, video), lo studente dovrebbe essere in grado di comprendere le teorie e gli argomenti chiave dell'organizzazione di un evento artistico culturale e della gestione di un museo, presentati durante il corso e di svolgere una ricerca base sulla fattibilità di un progetto.

**Autonomia di giudizio.** L'uso di metodi di insegnamento attivi incoraggerà lo studente a raccogliere e analizzare i dati e a valutare possibili soluzioni pratiche.

**Capacità di comunicazione.** Attraverso le lezioni e la lettura dei testi di studio a casa, lo studente apprenderà concetti chiave, quadri teorici e argomenti e dovrebbe poter presentare, in una relazione scritta, i risultati dell'attività progettuale svolta in gruppo

##### *Modalità di verifica delle capacità*

Lo studente, nell'ambito di un gruppo di lavoro, dovrà partecipare alla stesura di una relazione scritta che riporti i risultati dell'attività di progetto. Il progetto sarà presentato in forma di power point alla classe.

##### *Comportamenti*

Lo studente potrà apprendere:

- capacità di reporting, problem solving e team building;
- come gestire responsabilità di conduzione di un team di progetto e lavorare in gruppo;
- acquisire opportune accuratezza e precisione nello svolgere attività di raccolta e analisi delle informazioni;
- sviluppare sensibilità verso le problematiche relative alla salvaguardia del patrimonio artistico e culturale in Italia e nel mondo.

##### *Modalità di verifica dei comportamenti*

- Durante le prove in itinere saranno valutati il grado di accuratezza e precisione delle attività svolte
- Durante il lavoro di gruppo saranno verificate le modalità di gestione e organizzazione delle fasi progettuali

##### *Indicazioni metodologiche*

Le lezioni si svolgeranno online (piattaforma Microsoft teams) con l'ausilio di slide e video, in lingua italiana e in lingua inglese;  
Sono previste esercitazioni (individuali e di gruppo) e la presentazione/discussione dei progetti svolti e la partecipazione alle discussioni.  
Frequenza delle lezioni: obbligatoria



**Programma (contenuti dell'insegnamento)**

**Il corso è suddiviso in due principali aree di interesse:**

**Area A** - Il "sistema dell'arte in Italia e la produzione di eventi artistici e culturali, con particolare riferimento alle procedure e agli standard internazionali;

**Area B** - La nuova museologia e il turismo umanistico.

**Area A (prof.ssa Andresen)** - Questa parte del corso, introduce alle caratteristiche del patrimonio artistico italiano e del "sistema" dell'arte in Italia - ruolo, struttura e servizi del Ministero dei beni, delle attività culturali e del turismo -, con particolare riferimento alla realizzazione di eventi artistici e culturali.

Saranno esaminati in dettaglio i processi organizzativi che vanno dall'idea alla concreta realizzazione di un progetto culturale: dall'analisi della fattibilità all'elaborazione di un budget, dalla gestione dei rapporti con musei e istituzioni internazionali alle procedure di prestito, dalla copertura assicurativa ai problemi di conservazione e di trasporto, dalla comunicazione ai servizi.

Esempi di best practice saranno introdotti e discussi per stimolare, anche attraverso workshop interattivi, le capacità di reporting, problem solving e team building degli studenti. Saranno infine approfondite le attività svolte in ambito internazionale dall'Unesco, in riferimento alla tutela del patrimonio culturale e alle opportunità di formazione.

- Cos'è un evento espositivo? Storia ed evoluzione delle mostre temporanee
- Mostre permanenti e rassegne temporanee: analisi e confronti
- Il sistema dell'arte in Italia: ruolo, struttura e servizi del Ministero dei beni e delle attività culturali, la riforma Franceschini, sviluppi futuri
- L'organizzazione di un evento artistico e culturale: dall'idea al progetto concreto. Procedure standard europee e modelli di best practice
- Come stanno evolvendo le strutture organizzative dei musei? Pubblico, professioni e luoghi della cultura
- La tutela delle opere d'arte in movimento: la tecnologia al servizio dell'arte e problemi di conservazione
- L'Europa della cultura: associazioni internazionali, code of ethics, e nuovi orientamenti di ricerca

**Area B (prof. Vanni)** - Questa parte del corso è strutturata sulle evoluzioni della nuova museologia in relazione alla Convenzione di Faro e a progetti di crescita sostenibile. Un'attenzione particolare sarà pertanto rivolta al rapporto tra museo e sostenibilità economica, responsabilità sociale, sostenibilità ambientale, salute e benessere, territorio. Il museo diventa destinazione turistica nel momento in cui si concentra sul benessere dei visitatori, utilizzando strategie appropriate ai nuovi obiettivi.

**Indice**

**1. Breve storia della Nuova Museologia**

1. Il museo assolve un servizio pubblico e dialoga con tutti
2. La genesi dei musei americani
3. Nasce l'industria dell'intrattenimento
4. Il Beaubourg: il primo "anti-museo europeo"
5. Il Museo e l'equità sociale
6. La museologia negli anni Ottanta
7. La legge Ronchey. Pubblico vs Privato

**2. Le funzioni, le necessità, i bisogni e la crescita sostenibile del museo**

1. Le funzioni istituzionali e le nuove funzioni del museo
2. Le necessità del museo
3. I bisogni del museo



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

4. La Convenzione di Faro
5. Il pensiero sostenibile
6. La sostenibilità economica
7. Il facility management
8. Il Corporate Fund Raising: la partnership con le imprese private
9. Perché le imprese private investono in cultura? Impresa, cultura e territorio
10. Il caso Vespa. La cultura non è mai stata così coinvolgente
11. Il caso Scorpion Bay. Take Your Freedom
12. Il caso Recard. The State of the Art
13. Il Turismo industriale
14. Il caso It's Tissue

### **3. MSR – Museum Social Responsibility. Obiettivo salute e benessere**

1. La progettualità etica e l'importanza delle risorse intangibili
2. Il Marketing Olistico
3. Le funzioni curative del museo: la museoterapia
4. Dal PIL al PIF. Il Museo rispecchia uno stile di vita: cultura e benessere
5. Il Marketing della Responsabilità Sociale
6. Il Museo e gli adolescenti
7. Il Museo e le famiglie
8. Il Museo e la terza età

### **4. La sostenibilità ambientale**

1. Progetti ecosostenibili per gli spazi dedicati ai servizi
2. Progetti per risparmio energetico a eccellente impatto ambientale
3. Ideazione e progettazione di merchandise ecosostenibile
4. Ideazione di concept per la formazione e lo sviluppo della coscienza ambientale



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

### 5. Il Green Marketing

#### 5. Il turismo umanistico tra cultura e natura. L'esperienza museo diventa destinazione

1. I “sensi” del turismo
2. I nuovi scenari modificano i criteri delle scelte
3. Dalla Smart City alla Smile City
4. Dal Marketing territoriale al Marketing umanistico
5. La cultura e le nuove offerte umanistiche
6. Destinazione museo
7. L'etica del turismo
8. Turismo e sostenibilità ambientale.

#### Bibliografia e materiale didattico

##### Area A (prof.ssa Andresen)

##### un testo a scelta tra i seguenti:

[Francesco Poli](#), Il sistema dell'arte contemporanea. Produzione artistica, mercato, musei, ed Laterza, 2011

[Haskell Francis](#) La nascita delle mostre. I dipinti degli antichi maestri e l'origine delle esposizioni d'arte, ed. Skira, 2008

Salvatore Settis, Italia S.p.A. L'assalto al patrimonio culturale, ed. Einaudi, Torino 2002

Durante le lezioni sarà fornito altro materiale didattico

##### Area B (prof. Vanni)

##### Testi di riferimento per l'esame:

- D. Piraina – M. Vanni, *La nuova museologia: le opportunità nell'incertezza. Verso uno sviluppo sostenibile*, Torino, Celid, 2020.
- C. Del Bò, *Etica del turismo. Responsabilità, sostenibilità, equità*, Roma, Carocci Editore, 2019
- M. Vanni, *Il museo diventa impresa. Il marketing museale per il break even di un luogo da vivere quotidianamente*, Torino, Celid, 2018.

##### Per approfondimenti:

- M. Della Lucia, *Approccio manageriale allo sviluppo turistico sostenibile. Un framework interpretativo e di gestione integrato*, Milano, Franco Angeli, 2018.
- Mailander (a cura di), *Il nuovo marketing dei sistemi territoriali. Scenari, storie di successo, modelli concreti per creare brand destination vincenti*, Milano, Gruppo24ore, 2012.
- M. V. Marini Clarelli, *Il museo nel mondo contemporaneo. La teoria e la prassi*, Roma, Carocci Editore, 2011.
- R. Cercola – F. Izzo – E. Bonetti, *Eventi e strategie di marketing territoriale. I network, gli attori e le dinamiche relazionali*, Milano, Franco Angeli, 2010.



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

- L. Cataldo – M. Paraventi, *Il museo oggi. Linee guida per una museologia contemporanea*, Milano, Hoepli, 2007.
- J. Ejarque, *La destinazione turistica di successo*, Milano, Hoepli, 2003.
- M. G. Carroll, *Il marketing territoriale*, Milano, Franco Angeli, 1999.

### Indicazioni per non frequentanti

materiale aggiuntivo da concordare con il docente

### Modalità d'esame

#### **Area A - (prof.ssa Andresen)**

Il voto finale è il risultato di:

- una prova orale o scritta (70%);
- un lavoro di gruppo (30%)

#### **Area B - (prof. Vanni)**

Il voto finale è il risultato di una prova orale (100%)

*Ultimo aggiornamento 11/11/2020 19:30*