



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