



ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI - SASSARI - - SASSARI

Documento in allegato protocollato in data 09/04/2019

N° di Protocollo - 1745 -

Oggetto: PROGRAMMA "MULTIMEDIALITA' PER I BENI CULTURALI" - A.A. 2018/2019

Data Documento: 09/04/2019

Inserito da: Utenza 1500 (PERSONALE DOCENTE)

Sottoclassificazione 1: *B4b- programmi di studio


Sottoclassificazione 2:

Sottoclassificazione 3:

Sottoclassificazione 4:

Mittente\Destinatario: PROF.SSA CINQUEGRANA GLENDA

Mezzo invio\ricezione:

← **Con Adobe Acrobat, apertura dell'allegato protocollato mediante il tasto  della barra a sinistra.**

Per le versioni obsolete utilizzare il menu *Documenti\Allegati file.*

0001745	2019	09042019	1
N° prot.	Anno	Data	1: ent, 2: usc.
			

I dati saranno conservati e trattati con le garanzie di sicurezza previste dal
GDPR - Regolamento UE 2016/679

Corso di Multimedialità e Beni culturali, secondo semestre, Anno Accademico 2018-19

Il marketing per la cultura: strumenti e strategie per la comunicazione dell'arte contemporanea

Il corso offre agli studenti un breve *excursus* sulla teoria economica del marketing museale, inteso quale strumento teorico e pratico di relazione con i pubblici nell'ambito della pratica museale. Il corso pone un'attenzione particolare sul tema della comunicazione all'interno del museo, visto come strumento operativo di marketing finalizzato all'*audience development*. I social media in particolare, intesi come luoghi virtuali di interazione fra pubblico e museo, interpretati in chiave strategica, sono analizzati quali elementi chiave per aumentare il coinvolgimento del pubblico, per avvicinare un maggior numero di utenti e migliorare l'esperienza di fruizione degli spazi del museo.

Accanto ad un nucleo di lezioni frontali di matrice teorica, il corso metterà al centro un'esercitazione basata sulla costruzione di una strategia di comunicazione culturale applicata ad un progetto di mostra integralmente virtuale. A partire dalla curatela dei contenuti culturali, agli studenti viene offerta la possibilità di costruire un progetto di comunicazione social dei contenuti culturali, che costituirà la base di valutazione ai fini dell'esame.

Programma delle lezioni frontali del corso

- 1) Che cos'è il marketing museale?
- 2) Il marketing fra teoria e pratica
- 3) Quali strumenti pratici del marketing museale?
- 4) Evoluzione teorica del marketing nel quadro del museo contemporaneo
- 5) La comunicazione nel museo come funzione di marketing
- 6) I pubblici del museo? Caratteristiche e descrizione
- 7) La comunicazione nel museo nell'universo Web 2.0
- 8) I social: perché strumenti imprescindibili della comunicazione culturale?
- 9) La costruzione di una campagna di comunicazione: strategie, modalità e obiettivi.

Esercitazione

Il gruppo lavora alla costruzione di una campagna di social media, fatta di immagini e contenuti video per i canali social. La costruzione di testi accurati e di livello curatoriali, viene accompagnata dai contenuti creativi; l'obiettivo è lo sviluppo di un'audience coinvolto e partecipe.

Testi di esame

Fondazione Fitzcarraldo (2014) *Il museo e la rete. Nuovi modi per comunicare. Linee guida per una comunicazione innovativa nei musei*, Fondazione Fitzcarraldo.

Testi di riferimento

Bollo A. (2014), *50 sfumature di pubblico, in I pubblici della cultura. Audience development, audience engagement*, Franco Angeli, Milano.

Bollo A. (2012), *Il marketing della cultura*. Roma Carocci.

Colbert F. (2009), *Marketing delle arti e della cultura*, Milano, Rizzoli.

N. Kotler, P. Kotler, *Marketing dei musei. Obiettivi, traguardi e risorse*, Edizioni Einaudi, 2004.

F. Poli (2005) (a cura di), *Arte contemporanea. Le ricerche internazionali dalla fine degli anni Cinquanta ad oggi*, Electa 2005.

Solima L. (2012), *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali*, Rubettino, Roma.

Lettere consigliate

- Collu C. (2012), *Il museo ultima frontiera dell'utopia contemporanea*, Vita e Pensiero.
- Obrist H. U. (2011), *Breve storia della curatela*, Postmedia Books, Milano.
- Romano G. (a cura di) (2019), *Become a curator*, Postmedia Books, Milano.