



“ORGANIZZATORE SPECIALIZZATO NELLE POLITICHE CULTURALI NAZIONALI ED INTERNAZIONALI DELLE ARTI PERFORMATIVE”

CONTENUTI DEL PERCORSO

Il corso intende formare e preparare giovani ad operare nella filiera culturale e creativa performativa con adeguate conoscenze del contesto e delle politiche Culturali, capacità negoziali con il proprio livello territoriale, competenze tecniche e operative di progettazione artistica, competenze di promozione attraverso i nuovi canali digitali per attrarre, “ingaggiare” nuovo pubblico e renderlo comunità partecipativa, capacità di Fundraising e di gestione organizzativa, allo scopo di contribuire al “rilancio” del settore artistico performativo.

MOD. 1: IL RAPPORTO TRA ORGANIZZAZIONE E POLITICA CULTURALE (32 ORE): obiettivo del modulo è conoscere la sinergia tra l’organizzazione teatrale e le politiche culturali di riferimento nella dimensione locale, nazionale ed internazionale e fornire gli strumenti e le capacità per instaurare una relazione dialogica con le amministrazioni locali al fine di valorizzare la posizione della propria organizzazione e attivare spazi di co-progettazione della politica culturale anche in relazione al ruolo della cultura rispetto al suo potenziale sociale.

CONTENUTI:

- Stato, Regioni, enti locali. La legge per il teatro e le competenze istituzionali
- Il problema del di-equilibrio territoriale
- Le politiche culturali europee
- Il MIC e le principali linee di finanziamento nazionale
- La disciplina del Fondo unico per lo spettacolo (FUS) e i reali fabbisogni finanziari
- Evoluzione e riforma del FUS
- Il Codice dello Spettacolo - legge 175/2017
- Conoscere per deliberare: monitoraggi e osservatori per una politica dello spettacolo
- Cultura e associazionismo
- L’importanza delle politiche e locali e territoriali
- Il rapporto di spettacolo e cultura con il turismo.
- Il rapporto con i giovani (compreso il ricambio generazionale) e il mondo della scuola.
- La funzione sociale dello spettacolo.
- Le specificità dell’impresa culturale e il Terzo Settore.
- Italia Europa Mondo: i processi di internazionalizzazione
- Quali politiche per lo spettacolo?



MOD. 2: COMUNICAZIONE E RAPPORTI ISTITUZIONALI (24 ore): obiettivo del modulo, in continuità con il precedente, è fornire strumenti e competenze per attivare capacità negoziali e comunicative con le istituzioni territoriali per le politiche culturali, ma anche per sviluppare i rapporti con la comunità artistica, i partner, gli sponsor che possano essere funzionali allo sviluppo dell'organizzazione teatrale/performativa e al suo impatto culturale e sociale per il contesto di riferimento.

CONTENUTI:

- Ripensare e negoziare il ruolo della cultura e delle arti performative
- Principi e livelli di comunicazione con le Istituzioni
- Quali Istituzioni: non solo politica
- Il rapporto con le associazioni culturali
- Organizzazione teatrale e rapporti con il tessuto socio-economico locale
- Reti e circuiti culturali
- Le reti delle organizzazioni teatrali, la loro genesi e la loro importanza strategica
- Sviluppo di partnership
- Tipologie di partnership
- Il valore dei partenariati e il valore della diversità
- Comunicazione e rapporto con finanziatori
- Rapporti istituzionali e prospettive di sviluppo

MOD. 3: IL FUND RAISING PER L'IMPRESA CULTURALE (24 ORE): obiettivo del modulo è acquisire un approccio professionale al fundraising utile alla vita e alla crescita dell'organizzazione e alla realizzazione delle proprie produzioni performative culturali e progettare azioni strategiche per la raccolta fondi e l'individuazione di sponsor e canali di finanziamento coerenti con la linea editoriale e con la mission dell'organizzazione stessa.

CONTENUTI:

- Il fund raising come strategia per lo sviluppo della mission aziendale
- Comportamenti etici e risposta ai donatori
- Mercati potenziali e strumenti di raccolta fondi
- Il dono e la sua gestione amministrativa: come fare i progetti e come rendicontarli
- Strategie e tecniche di accesso al credito
- Caratteristiche e tipologie di programmi pubblici a sostegno dello spettacolo e della cultura
- Disciplina dei contratti di sponsorizzazione
- Soggetti, programmi e politiche a sostegno della cultura
- Fondi pubblici, nazionali e non, per lo sviluppo del settore culturale, per la realizzazione di eventi, per l'attivazione di partenariati internazionali
- L'Art Bonus
- Gli organismi del terzo settore (Fondazioni/associazioni ecc...) preposti allo sviluppo di programmi/progetti culturali
- Crowdsourcing e crowdfunding: cosa sono e finalità
- Fund raising e approcci innovativi



MOD 4: NETWORKING E INTERNAZIONALIZZAZIONE (32 ORE): obiettivo del modulo è fornire competenze per attivare o potenziare lo sviluppo di networking, anche internazionali, per le organizzazioni teatrali fornendo sia informazioni relative ai principali eventi e progetti internazionali per le arti performative (Festival, Fiere, Seminari ecc...), sia le abilità negoziali, relazionali e organizzative per attivare un processo di sviluppo del Network e di Internazionalizzazione.

CONTENUTI:

- Il Network per un'organizzazione teatrale
- Le reti di impresa nel campo dell'industria culturale
- Progettualità intersettoriale e inclusiva
- Il lavoro di rete e il suo valore
- Le conoscenze di base e la strategia
- Elementi di Marketing internazionale e Comunicazione aziendale
- Processi organizzativi e di partecipazione a convegni/fiere/Festival
- Elementi business negotiation e tecniche di negoziazione
- Sviluppare network, sviluppare cultura
- Le reti attive in Lombardia, Italia e Europa per la filiera
- I Festival internazionali – partecipazione e valutazione costi/benefici
- Cooperazione culturale nazionale e internazionale
- Piattaforme culturali internazionali
- Le reti teatrali internazionali – modelli e sviluppi

MOD. 5: DINAMICHE DELLA DIREZIONE DELL'IMPRESA CULTURALE (24 ore): obiettivo del modulo è fornire una panoramica delle dinamiche complesse, interne ed esterne, che competono alla direzione di un'impresa culturale in generale, e di un'organizzazione teatrale nel caso specifico, tramite il massiccio ricorso a casistiche operative ed esperienze pratiche che il docente potrà mettere a disposizione del gruppo classe.

CONTENUTI:

- La Direzione di un'impresa culturale: le competenze e le conoscenze di base
- Normativa concernente le attività culturali e di spettacolo
- Processi teatrali
- Project management nell'organizzazione teatrale
- Elementi di contabilità aziendale e controllo di gestione
- Monitoraggio del piano di lavoro
- Ingaggio di artisti/compagnie
- Elementi di contrattualistica
- Modalità di coordinamento del lavoro
- Le principali linee di direzione
- Il coordinamento delle risorse interne
- I rapporti gerarchici nell'organizzazione
- Risorse umane (regista, artisti, performer, personale tecnico)
- Le Risorse economiche e la gestione del budget
- Spese di gestione della struttura
- Costi dell'allestimento scenico
- Il presidio della comunicazione a tutti i livelli
- Tecniche di monitoraggio del piano di lavoro



MOD. 6: PROGETTAZIONE ARTISTICA (20 ore): obiettivo del modulo è fornire indicazioni e spunti per la progettazione artistica di uno spettacolo/evento performativo, tenendo conto della complessità delle dinamiche in gioco – ideazione artistica, linea editoriale, sostenibilità del progetto, sponsor, territorio, luogo e contesto di realizzazione, audience - e della capacità di mediare tra di esse.

CONTENUTI:

- Generi teatrali e performativi
- Linguaggi teatrali e performativi
- Storia del teatro
- Storia della drammaturgia e Strutture drammaturgiche
- Lo Spazio scenico
- La Progettazione artistica come processo
- Dall'ideazione/creazione artistica alla realizzazione
- Elementi di casting
- Elementi di regia
- Metodologia della progettazione
- Drammaturgia multimediale
- Elementi di costo delle produzioni teatrali
- Ideazione artistica e linea editoriale
- Contesto, spazio, sponsor

MOD. 7: PROGRAMMAZIONE NELL'IMPRESA TEATRALE (20 ore): obiettivo del modulo è fornire indicazioni e spunti per la programmazione di un'organizzazione culturale o di una stagione/organizzazione teatrale, tenendo conto della complessità delle dinamiche in gioco di tipo artistico, gestionale, autoriale, e della connessione con Festival, eventi e iniziative territoriali, con gli sponsor/ finanziatori e con il pubblico.

CONTENUTI:

- La programmazione di un'organizzazione artistica
- Programmazione teatrale e stagione teatrale
- Eventi fuori programma
- Metodologia della programmazione: ordine e misura delle performance
- Criteri di selezione degli artisti e delle compagnie
- Criteri di selezione della location
- Programmazione e dialogo con gli eventi culturali
- Programmazione e pubblico
- Programmazione – sponsor – linea editoriale
- Il dialogo con il contesto socio-territoriale
- Il confronto con i competitors
- Programmazione e pianificazione
- Programmazioni a confronto



MOD. 8: NUOVA FRONTIERA DIGITALE E AUDIENCE ENGAGEMENT (32 ore): obiettivo del modulo è porre l'attenzione sul pubblico e meglio su "i Pubblici" della spettacolo/performance artistica teatrale, con particolare attenzione alla trasformazione avvenuta e/o accelerata dalla crisi pandemica. Si forniranno quindi strumenti per interpretare i nuovi bisogni e le nuove richieste dei pubblici e per mettere in atto, anche attraverso il digitale, nuove modalità di attivazione e partecipazione "orizzontale" e di audience engagement, punto centrale per il rilancio del settore nella fase post pandemica.

CONTENUTI:

- Il pubblico e i pubblici
- La definizione e la targettizzazione del pubblico
- Metodologie e strumenti di base per l'analisi dei pubblici
- Definire la sfida di pubblico per la propria organizzazione
- La pandemia e la trasformazione dei pubblici
- Nuovi bisogni e desideri del pubblico
- Nuovi bisogni delle proprie comunità di riferimento
- Audience engagement
- Audience development
- Pubblico passivo e pubblico attivo
- Attivare il pubblico
- Partecipazione orizzontale e propositiva
- Le fidelizzazione del pubblico
- L'approccio empatico - mettersi nei panni del target
- Il digitale: ripensare le relazioni con i propri pubblici
- Introduzione ai dati digitali
- Il patrimonio dei dati digitali
- Audience engagement e audience development attraverso il digitale
- Google analytics, trends, adwords
- Gli insights dei social
- Il pubblico come social e digital community
- Linea editoriale e gestione della web Community
- Sviluppo e rilancio multicanale del prodotto culturale



MOD. 9: INTRODUZIONE ALLA VALUTAZIONE D'IMPATTO (12 ore): obiettivo del modulo è quello di fornire spunti di riflessione e strumenti preliminari di misurazione dell'impatto della realizzazione di un programma/spettacolo/evento teatrale, nella multifattorialità degli elementi di misurazione (sostenibilità), della condizionalità e interazione tra gli stessi e del loro crescente peso specifico nella definizione anche delle politiche culturali (in circolarità con il momento iniziale).

CONTENUTI:

- Misurazione d'impatto: definizione e ambito di applicazione
- Misurazione d'impatto di un prodotto artistico
- Metodologie per la misurazione e per la valutazione d'impatto
- Le definizioni degli ITEM
- Misurazioni plurali e valutazione generale
- Contestualizzazione della valutazione d'impatto
- L'individuazione dei punti critici e la rilettura della previsione d'impatto

STAGE / FORMAZIONE IN ASSETTO LAVORATIVO: 60 ORE

L'inserimento in azienda diventa occasione privilegiata per la verifica e lo sviluppo delle competenze apprese in aula e costituisce strumento di integrazione tra formazione e mondo del lavoro con valenza formativa e di orientamento

TOTALE: 280 ORE