

METODOLOGIA, DIDATTICA, OBIETTIVI FORMATIVI

Metodologie formative utilizzate: Il corso si basa su lezioni frontali con sussidi informatici e multimediali, testimonianze di esperti, simulazioni ed esercitazioni singole e di gruppo, stage aziendali (presso società e/o enti impegnati nella progettazione, realizzazione e promozione di mostre, festival, cineforum, spazi espositivi, concerti, presso testate giornalistiche specializzate, sedi di quotidiani, uffici stampa di eventi), case histories, esercitazioni guidate (project work) e verifica dei risultati.

Tutor: La presenza del tutor in aula garantisce per tutta la durata del corso l'assistenza ad ogni partecipante per ogni esigenza didattico-logistica.

Gli stage: Successivamente alla fase d'aula hanno inizio i colloqui con le aziende per l'inserimento in stage dei partecipanti. Lo stage è parte integrante del programma formativo. Lo stage è un periodo di "formazione sul campo" in un contesto lavorativo reale, con l'obiettivo di acquisire una conoscenza diretta. Lo stage spesso rappresenta un'opportunità lavorativa e un'occasione per stabilire relazioni utili per il futuro. Per la sua attivazione deve essere sottoscritta una convenzione a cui viene allegato il progetto formativo. Lo stagista è affiancato in azienda da un tutor con funzioni didattiche ed organizzative relative alle attività svolte. Lo stage non è un rapporto di lavoro e pertanto non sono previsti retribuzione e contributi previdenziali, alcune aziende prevedono tuttavia un rimborso spese e alcuni benefits. È invece obbligatoria l'assicurazione INAIL contro gli infortuni sul lavoro ed un'assicurazione per la responsabilità civile verso terzi. Alla fine dello stage viene rilasciata una dichiarazione relativa all'attività svolta e alle competenze acquisite. Lo stage, in relazione al progetto formativo proposto dalle aziende, potrà avere una durata compresa da 1 a 3 mesi.

Alcuni degli enti dove si svolgeranno gli stage:

- Santarcangelo dei Teatri
- Busker Festival di Ferrara
- Teatro Pubblico Pugliese
- Festival Jazz Roccella Jonica
- Festival della Letteratura di Mantova
- Festival dei Popoli di Firenze
- Audiocoop
- MEI
- Florian Teatro
- EcamLab

Sbocchi professionali:

Agenzie di organizzazione di eventi, enti ed aziende. Consulenze per progetti. Inviato/collaboratore per quotidiani/periodici/radio/tv, specializzato nel settore della cultura. Freelance. Consulente per aziende editoriali del mondo della cultura.

Obiettivi formativi e risultati attesi: l'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti necessari, le conoscenze e le specifiche abilità per operare all'interno del settore dell'organizzazione eventi culturali e per affrontare la professione giornalistica, sia dal punto di vista teorico che pratico. Lo scopo è la formazione di figure professionali qualificate caratterizzate da conoscenze multidisciplinari in grado di operare in tutti i centri, gli enti e le società che si occupano di produzione, gestione, promozione e comunicazione di servizi culturali. In particolare, per quanto riguarda la parte relativa all'organizzazione e promozione di eventi, verranno acquisite competenze specialistiche al fine di permettere ai partecipanti la gestione delle diverse fasi dell'evento: dallo studio di progettazione, ai contatti con relatori, artisti,

partecipanti, fornitori e mass media, dall'ideazione dei programmi alla gestione dell'evento stesso. Per la parte relativa al giornalismo culturale, l'intento è quello di formare futuri giornalisti capaci di affrontare le esigenze della moderna industria editoriale, con particolare riguardo a quella specializzata in cultura, attraverso la conoscenza delle leggi e degli obblighi che interessano il giornalista e la sperimentazione sul campo delle dinamiche della comunicazione giornalistica, veicolata attraverso tutti i media.

Il corso formerà inoltre professionalità in grado di saper utilizzare le tecniche di marketing e di relazioni pubbliche. Progettare un evento in un'ottica mirata, definendone obiettivi e finalità: gestire la pianificazione, la realizzazione, la comunicazione, la promozione e il follow up dell'evento. Interagire con i media, pianificando gli aspetti promozionali e comunicativi. Padroneggiare gli strumenti di un Ufficio Stampa.

Programma didattico

Organizzazione e promozione eventi culturali. Il percorso formativo affronterà in modo completo e organico tutte le discipline indispensabili per la realizzazione e la relativa gestione di eventi culturali. Le lezioni saranno articolate in modo da consentire l'intervento di esperti, la simulazione di progetti, le esercitazioni pratiche. Si analizzeranno tutte le fasi riguardanti: gli obiettivi dell'evento, il target, la programmazione, il finanziamento, le normative, il controllo dei tempi e delle risorse, la pianificazione degli imprevisti, le realizzazioni grafiche e multimediali, gli allestimenti, le attrezzature, la comunicazione e il relativo ufficio stampa, la valutazione finale, il report e il rendiconto.

Giornalismo culturale. Il percorso formativo prenderà avvio da una ricognizione generale, non scevra da approfondimenti tematici indispensabili, della legislazione nazionale in materia di comunicazione, stampa e giornalismo, che si svolgerà attraverso lezioni frontali tenute da giornalisti di lunga e consolidata esperienza, sia professionisti, sia pubblicitari di lungo corso. La seconda parte prevede l'insegnamento, tramite lezioni frontali ed esperienze pratiche in aula, di tutte le principali tecniche del linguaggio giornalistico per affrontare un argomento culturale su tutti i media possibili. Il modulo finale permetterà agli allievi di misurarsi "sul campo" con un ufficio stampa e con la recensione di un evento culturale. Non mancheranno incontri con giornalisti ed esperti di livello nazionale.