

## ORDINAMENTO MASTER

### Art. 1 – Informazioni generali

|           |  |   |
|-----------|--|---|
| <b>1</b>  | <b>Denominazione</b>                             | Comunicazione dei Beni Culturali  |
| <b>2</b>  | <b>Denominazione in Inglese</b>                  | Cultural Heritage Communication   |
| <b>3</b>  | <b>Livello</b>                                   | Primo   |
| <b>4</b>  | <b>Dipartimento</b>                              | Storia, disegno e restauro dell'architettura  |
| <b>5</b>  | <b>Facoltà</b>                                   | Architettura  |
| <b>6</b>  | <b>Codice Master</b>                             | 29062   |
| <b>7</b>  | <b>Area tematica</b>                             | area scientifico-tecnologica  |
| <b>8</b>  | <b>Tipologia</b>                                 | universitario   |
| <b>9</b>  | <b>Eventuali strutture istituzionali partner</b> | Il Master è inserito nel Centro di Eccellenza del Distretto tecnologico per i beni e le attività culturali del Lazio (DTC Lazio). |
| <b>10</b> | <b>Sede delle attività didattiche</b>            | Piazza Borghese 9, 00186 Roma, Via Antonio Gramsci 53, 00197 Roma   |
| <b>11</b> | <b>Durata</b>                                    | Annuale   |
| <b>12</b> | <b>CFU</b>                                       | 60  |

### Articolo 2 – Informazioni didattiche

|           |                            |   |
|-----------|----------------------------|---|
| <b>13</b> | <b>Obiettivi formativi</b> | <p>Il Master in “Comunicazione dei Beni Culturali” si fonda sulla convinzione che i Beni Culturali rappresentino la principale risorsa del nostro Paese e che comunicare i Beni Culturali significhi renderne accessibili e comprensibili i valori a fasce sempre più ampie di cittadini mettendo al centro il visitatore e progettando esperienze di visita creative e partecipative.</p> <p>In questo contesto il Master è finalizzato all’acquisizione e/o al consolidamento di conoscenze, abilità e competenze tecnico-professionali per gestire eventi e progettare servizi e prodotti visuali cross-</p> |
|-----------|----------------------------|---|



|  |   |
|--|---|
|  | <p>mediali per la comunicazione e fruizione avanzata di contenuti sui Beni Culturali (materiali e immateriali), sviluppando una padronanza del linguaggio visuale, veicolo per una comunicazione accessibile, partecipata, coinvolgente ed inclusiva.</p> <p>Il Master è perciò rivolto a soggetti interessati a sviluppare una concreta professionalità nel campo della comunicazione dei Beni Culturali, nella gestione delle strategie e dei progetti di comunicazione, così da essere operativi nel campo editoriale, nella grafica web, nel settore video e in quello della multimedialità applicata ad eventi ed ambientazioni comunicative dei Beni Culturali.</p> <p>In particolare il percorso formativo interdisciplinare è orientato all'approfondimento delle relazioni tra "immagini e parole" indispensabile ad una comunicazione efficace attraverso le tecniche dello storytelling applicate ai linguaggi visuali innovati dai nuovi media e dalle tecnologie digitali.</p> <p>Per l'acquisizione delle competenze trasversali il metodo formativo adottato è la "pratica del progetto" che consente di esercitare la creatività e il pensiero critico, di affinare le capacità del lavoro di gruppo, di sperimentare pragmaticamente tecniche e metodi di problem-solving e decision-making, ma soprattutto creatività e imprenditorialità reinterpretando i Beni Culturali attraverso le nuove tecnologie.</p> <p>Il percorso formativo è articolato in 10 Moduli con diverse tipologie di attività e contenuti tra loro strettamente integrati.</p> <p>Nei Moduli da 1 a 4: inquadramento teorico-critico attraverso casi studio delle specificità del linguaggio visuale tra comunicazione, narrazione, storytelling, interazione e immersività; dell'oggetto della comunicazione (il Bene Culturale) nelle relazioni con il medium (spazio reale o digitale), la durata (permanente o temporanea), le tipologie di luoghi (musei contenitori e musei virtuali, siti archeologici e architetture monumentali, spazio urbano e musei diffusi) e l'efficacia del progetto di comunicazione nel breve, medio e lungo periodo.</p> <p>Nei Moduli da 5 a 8: competenze tecnico-procedurali per acquisire, elaborare e trattare: immagini statiche e immagini in movimento per diversi prodotti visuali (grafica, tipografia, editoria, fotografia, virtual tour e video) e supporti fisici o device multimediali, fruibili on-site e off-site, on-line e off-line; dati digitali tridimensionali metrici e qualitativi con dispositivi professionali e consumer; immagini statiche, immagini in movimento e dati digitali tridimensionali in</p> |
|--|---|



|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | <p>relazione alle interazioni con lo spazio reale e quello virtuale (virtual reality, augmented reality, mixed reality, livelli di immersività e gradi di interattività).<br/>Nei Moduli 9 e 10: integrazione delle conoscenze, abilità e competenze attraverso il progetto di prodotti visuali cross-mediali per la comunicazione e fruizione avanzata di contenuti sui Beni Culturali coerenti con le più innovative strategie di promozione e comunicazione rese possibili dai nuovi media e dalle tecnologie digitali.</p> <p>Un fitto calendario di incontri con professionisti, aziende e rappresentanti delle istituzioni, con esperti del mercato del lavoro di riferimento ed esperti di management integrano la formazione d'aula e di laboratorio, formazione poi completata dallo stage, occasione per verificare quanto acquisito nell'interazione con il mondo del lavoro e di affinare ulteriormente le competenze trasversali.</p>   |
| 14 | <b>Risultati di apprendimento attesi</b> | <p>Conoscenza, competenza e capacità di comprensione<br/>Lo studente deve dimostrare di aver acquisito, secondo un crescente livello di complessità,</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- le conoscenze teorico-critiche degli elementi costitutivi e dei processi culturali e tecnici che sottendono ai processi di comunicazione (prodotti e servizi) del Bene Culturale, materiale e immateriale, anche nella loro evoluzione storica, in relazione alle diverse tipologie di “luoghi” e “forme” della comunicazione e con riferimento alla loro efficacia nel breve, medio e lungo periodo,</li><li>- le conoscenze teorico-critiche per la comprensione e l'analisi della rappresentazione per immagini (statiche e in movimento, bidimensionali e tridimensionali) in relazione a comunicazione, narrazione, interazione e immersività.</li><li>- le conoscenze e competenze tecnico-procedurali per acquisire, elaborare e trattare immagini statiche in relazione alla produzione di diverse tipologie di prodotti visuali - grafica, tipografia, editoria, fotografia per la stampa, per il web e per device multimediali.</li><li>- le conoscenze e competenze tecnico-procedurali per acquisire, elaborare e trattare immagini in movimento in relazione alla produzione di diverse tipologie di prodotti visuali fruibili on-site e off-site, on-line e off-line. Tecniche di ripresa fotografiche e video, montaggio video ed elaborazione di virtual tour, postproduzione.</li><li>- le conoscenze e competenze tecnico-procedurali di base per acquisire, elaborare e trattare dati digitali tridimensionali metrici e qualitativi con dispositivi professionali e consumer e le integrazioni funzionali</li></ul> |



|  |  |
|--|--|
|  | <p>alle diverse modalità di comunicazione e valorizzazione.</p> <p>- le conoscenze e competenze tecnico-procedurali di base per l'elaborazione e il trattamento di immagini statiche, immagini in movimento e dati digitali tridimensionali in relazione alle interazioni con lo spazio reale e quello virtuale.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza, competenza e comprensione<br/>Lo studente, attraverso l'approfondimento di un significativo numero di casi studio ed esperienze professionali ed aziendali, deve dimostrare di saper porre le conoscenze e competenze acquisite in relazione ai diversi contesti culturali e imprenditoriali che le hanno generate e di aver dunque acquisito quella capacità che consentiranno di gestire, trattare e interpretare le conoscenze anche ai fini progettuali. Deve inoltre dimostrare di essere in grado di applicare le conoscenze e competenze acquisite in un saper fare declinato nei diversi ambiti progettuali della comunicazione dei Beni Culturali, sapendone controllare i diversi passaggi che vanno dall'ideazione alla realizzazione di un prodotto comunicativo in forma grafica e/o infografica e/o multimediale. Infine lo studente deve dimostrare di aver sviluppato quelle competenze trasversali necessarie per affrontare le dinamiche dei processi ideativi e progettuali, avendo affinato le capacità del lavoro di gruppo, sapendo sperimentare pragmaticamente tecniche e metodi di problem-solving e decision-making, in un mix di creatività e imprenditorialità.</p> <p>Autonomia di giudizio<br/>Lo studente deve dimostrare di aver acquisito una sufficiente padronanza del quadro di riferimento teorico e tecnico-procedurale da cui derivare un'autonoma interpretazione per valutarne le possibili applicazioni progettuali di prodotti visuali cross-mediali per la comunicazione e fruizione avanzata di contenuti sui Beni Culturali coerenti con le più innovative strategie di promozione e comunicazione rese possibili dai nuovi media e dalle tecnologie digitali.</p> <p>Abilità comunicative<br/>Lo studente deve dimostrare di aver acquisito la capacità di comunicare il complesso delle conoscenze acquisite nel percorso formativo sapendo padroneggiare le tecniche comunicative e le tecnologie</p> |
|--|--|



|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p>digitali più recenti.</p> <p>Lo studente deve dunque dimostrare di aver sviluppato quelle competenze trasversali e abilità comunicative che gli consentiranno di interloquire con soggetti “altri”, ovvero di essere in grado di affrontare le dinamiche dei processi ideativi e progettuali.</p> <p>Capacità di apprendimento</p> <p>Lo studente deve dimostrare di aver sviluppato una buona capacità di aggiornarsi e di apprendere autonomamente dati quantitativi e qualitativi peculiari della comunicazione dei Beni Culturali.</p> |
| 15 | <b>Settori Scientifico Disciplinari</b> | ICAR 17 – Disegno<br>ICAR 18 – Storia<br>ICAR 19 - Restauro   |
| 16 | <b>Numero minimo</b>                    | Il numero minimo è di 10.   |
| 17 | <b>Numero massimo</b>                   | Il numero massimo di ammessi è di 24  |
| 18 | <b>Uditori ammissibili</b>              | Si  |
| 19 | <b>Corsi Singoli</b>                    | Tutti i moduli sono usufruibili come corsi singoli  |
| 20 | <b>Obbligo di Frequenza</b>             | 75%   |
| 21 | <b>Lingua di erogazione</b>             | Italiano  |

### Articolo 3 – Fonti di finanziamento del Master

|    |                                    |                          |
|----|------------------------------------|--------------------------|
| 22 | <b>Importo quota di iscrizione</b> | € 2.500,00               |
| 23 | <b>Articolazione del pagamento</b> | due rate di pari importo |

### Articolo 4 – Informazioni organizzative previste

|    |                           |  |
|----|---------------------------|--|
| 24 | <b>Risorse logistiche</b> | <p>Aule del Dipartimento di Storia, Disegno e Restauro dell’Architettura e dei Laboratori (in particolare LIRALAB e VISUALAB).</p> <p>Biblioteca del Dipartimento di Storia, Disegno e Restauro dell’Architettura.</p> <p>Un’Aula della Facoltà di Architettura sita in Piazza Borghese (uso non esclusivo).</p> |
|----|---------------------------|--|



|           |  |             |
|-----------|--|-------------|
| <b>25</b> | <b>Risorse di tutor d'aula</b>                     | n.d.        |
| <b>26</b> | <b>Risorse di personale tecnico-amministrativo</b> | Da definire |
| <b>27</b> | <b>Risorse di docenza di ruolo Sapienza</b>        | 11          |
| <b>28</b> | <b>Risorse di docenza a contratto</b>              | Da definire |