



## MASTER ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'ARTE E DEI BENI CULTURALI

Il Master del Sole 24 ORE che forma professionisti in grado di sviluppare e valorizzare il "sistema arte", anche grazie ad un confronto con i principali operatori internazionali del settore

### MASTER FULL TIME

*6 mesi di aula e 4 di stage*

**MILANO, DAL 20 MAGGIO 2013 - 4ª EDIZIONE**  
**ROMA, DAL 27 NOVEMBRE 2013 - 5ª EDIZIONE**

*In collaborazione con:*

**24 ORE Cultura**

### IN EVIDENZA

- ▲ Study Tour a Basilea e Bologna: visita ad Art Basel e ArteFiera
- ▲ Visite guidate presso Case d'Asta, Gallerie e Fondazioni Bancarie
- ▲ Nuovo Modulo: L'avviamento di una start up innovativa in ambito culturale

**Partner:**



---

**Con il contributo di:**



---

**Con il patrocinio di:**



**NOTA:** Loghi, programma e qualifiche sono aggiornate a febbraio 2013.  
Eventuali aggiornamenti sono disponibili nella versione digitale della brochure.

## INDICE

- 5 ▲ Introduzione
- 6 ▲ Gruppo 24 ORE: Il valore della Cultura
- 7 ▲ 24 ORE Formazione ed Eventi
- 9 ▲ Le caratteristiche della quarta e quinta edizione
- 12 ▲ Il sistema dell'arte: professionalità e competenze multidisciplinari in un mercato in evoluzione
- 13 ▲ Il percorso formativo
- 14 ▲ Il programma
- 19 ▲ Laboratori, studi tour e sessioni operative
- 21 ▲ Lo stage: una preziosa opportunità di training on the job
- 22 ▲ Faculty
- 28 ▲ E dopo il Master?
- 29 ▲ Informazioni

**COMPETENZE / LAVORO / PROFESSIONE / CARRIERA / SUCCESSO**

**Il Sole  
24 ORE**

Sede del Sole 24 ORE in Milano - Via Monte Rosa 91

## INTRODUZIONE

Una mancata valorizzazione e il conseguente deperimento del nostro patrimonio artistico sono il sintomo di un problema assai più generale del nostro Paese: la manutenzione, l'incapacità di metterla in atto e di promuovere le necessarie competenze manageriali. Nel senso dell'incapacità di affrontare l'ordinaria messa a punto necessaria per qualunque bene - dalle dimore storiche alle opere d'arte, fino all'assetto sismico e idrogeologico - unita all'incapacità di fare sensate previsioni.

Cultura della manutenzione e cultura della previsione.

La radice del problema non la si affronta prendendosi con gli scienziati o con gli esperti di restauro ma è necessario una collocazione corretta, e non subalterna, di queste figure nel processo decisionale. E un discorso analogo vale per le figure manageriali che anche in questo settore sempre di più devono munirsi di una cultura capace di abbracciare insieme saperi umanistici, scientifici e economico manageriali.

L'arte e la cultura rappresentano infatti oggi asset distintivi e competitivi fondamentali per il Made in Italy: la rete dei beni culturali –

costituita in Italia da 3.800 musei e 1.800 aree archeologiche – è in grado di creare un "indotto" (turismo, enogastronomia, produzioni artigiane, edilizia di riqualificazione) che produce un valore aggiunto di 167 miliardi di euro e assorbe 3,8 milioni di occupati, e negli ultimi anni il settore ha registrato una crescita mediamente superiore al totale dell'economia, anche in termini di occupazione.

Anche questo settore è interessato oggi dai profondi mutamenti strutturali del mercato del lavoro, che portano sempre più in primo piano le esigenze di formazione e di professionalizzazione: si pensi al processo di globalizzazione in atto, allo scenario offerto dalle nuove tecnologie, nonché alla crescente maturità del mercato dell'arte. Quello dei beni culturali è quindi un settore diversificato e in rapida evoluzione, che lascia intravedere margini per lo sviluppo di nuovi ruoli e soprattutto con una crescente esigenza di professionalità specifiche opportunamente formate.

Il Master del Sole 24 ORE si pone proprio questo obiettivo: fornire ai giovani le competenze tecniche e manageriali oggi indispensabili per inserirsi con professionalità in

organizzazioni culturali pubbliche e private a livello nazionale ed internazionale o in realtà aziendali di grandi dimensioni che investono nel mercato della cultura (fondazioni bancarie, enti di cooperazione internazionale ecc.).

Un percorso che si caratterizza in particolare per l'approccio multidisciplinare - finalizzato a fornire solide competenze di management, organizzazione e finanza, oltre che di marketing e comunicazione - e per il forte coinvolgimento di imprenditori e manager delle più importanti strutture del settore.

L'opinione pubblica deve tornare a credere che Pompei, così come gli Uffizi, sono brand esportabili nel mondo che rappresentano il patrimonio da cui partire per tornare a crescere. La nostra scommessa è che, attraverso la nostra offerta formativa, si moltiplicheranno le professionalità necessarie per una autentica rinascita di questo ambito economico. Dopo di che basterà un po' di manutenzione ordinaria della nostra cultura.

**Armando Massarenti**  
*Responsabile*  
*Il Sole 24 ORE Domenica*

## GRUPPO 24 ORE: IL VALORE DELLA CULTURA

### IL SOLE 24 ORE DOMENICA

## Domenica

24 ORE

Con il supplemento della Domenica, da oltre venticinque anni Il Sole 24 ORE svolge un ruolo prezioso nel mondo della cultura italiana ed è diventato un **punto di riferimento nel mondo dell'arte, della poesia, della letteratura, del teatro, del cinema, della pittura, dell'antiquariato e della filosofia.**

Questo interesse nasce dalla consapevolezza dell'insostituibile funzione di sviluppo civile ed economico che la cultura assicura e dall'attenzione a essa dimostrata dalla fascia tradizionale dei consumatori dei prodotti editoriali del Gruppo, appartenenti a segmenti fortemente scolarizzati, professionalizzati, giovani.

### ARTECONOMY24

## ArtEconomy24

Il sistema dell'arte e le sue dinamiche di mercato vengono monitorate sistematicamente dal 2007 dal Sole 24 ORE con ArtEconomy24 sia sul **settimanale Plus24** che sul **canale web tutti i giorni** (<http://www.arteconomy24.ilsole24ore.com/>) con risultati d'asta, scambi nelle fiere e in galleria dando la parola ai protagonisti e ai collezionisti. Poiché il sistema dell'arte si alimenta in un mercato imperfetto con scarsa trasparenza e regolamentazione, ArtEconomy24 offre ai lettori su Plus24,

il primo sabato del mese, e tutti i giorni on line un approfondimento su un tema specifico: periodo storico, corrente e movimento artistico, paesi emergenti, appuntamenti internazionali. Le opere degli artisti vengono valutate incrociando i prezzi battuti all'asta e quelli trattati nelle gallerie di riferimento.

Non solo, poiché il mercato dell'arte fa parte di un sistema internazionale molto più ampio, dal 2012 ArtEconomy24 con la **rubrica Economia & Musei** analizza l'andamento gestionale e culturale dei musei nazionali e internazionali, la gestione del patrimonio artistico e la ricerca di vie di sviluppo per l'occupazione e per l'economia della cultura.

### IL SOLE 24 ORE CULTURA

## 24 ORE Cultura

**24 ORE Cultura** è una società del Gruppo 24 ORE che opera nei settori di arte, fotografia, architettura, design e nel settore delle grandi mostre arrivando ad affermarsi nel panorama culturale italiano e internazionale con importanti libri illustrati e grandi mostre realizzate in collaborazione con i più prestigiosi musei pubblici nazionali e internazionali. L'obiettivo dell'attività editoriale è quello di progettare e produrre contenuti e prodotti destinati al mercato nazionale e internazionale. I prodotti più rappresentativi sono i grandi libri d'arte monografici, i cataloghi di mostra e le collane di carattere divulgativo destinate alla libreria e alla distribuzione attraverso giornali e periodici.

**24 ORE Cultura** progetta, produce e organizza mostre d'arte che costituiscono un cardine della strategia di sviluppo della società.

Il 2012 si è aperto con il successo di **"Artemisia Gentileschi. Storia di una passione"**, tenutasi a Palazzo Reale di Milano, e con **"Klimt nel segno di Hoffmann e della Secessione"** al Museo Correr di Venezia in collaborazione con il Museo Belvedere di Vienna. L'anno si è chiuso, fra le altre, con la mostra **"Picasso. Capolavori dal Museo Nazionale Picasso di Parigi"** a Palazzo Reale di Milano.

### LA FORMAZIONE E GLI EVENTI NEL SETTORE CULTURA



- 4° Summit Arte e Cultura
- Master full time Economia e Management dell'arte e dei beni culturali
- Master di Specializzazione Management dei Beni e dei Servizi culturali



Illustrazione di Guido Scarabottolo

**24ORE Formazione Eventi** ha sviluppato un'offerta formativa sempre più innovativa e differenziata volta a soddisfare, da un lato, le esigenze di formazione di giovani neo laureati o con brevi esperienze di lavoro, e, dall'altro, le necessità di aggiornamento di manager e professionisti di imprese pubbliche e private.

La completezza dell'offerta trova una continua fonte di **innovazione e di aggiornamento** nel quotidiano, nelle riviste specializzate, nei libri e nei prodotti editoriali multimediali. La scelta dei temi attinge dall'esperienza della **redazione specializzata** in formazione, dal confronto con esperti e giornalisti, dal dialogo continuo con gli oltre 6000 manager che ogni anno frequentano le aule di 24 ORE Formazione ed Eventi.

Un obiettivo comune: fornire una formazione concreta sui temi di economia, finanza e management e focalizzata sulle diverse esigenze di giovani manager e professionisti.

Un sistema di **formazione continua**:

- Annual ed Eventi
  - Conferenze annuali presso la sede del Sole 24 ORE
  - Eventi speciali
  - Roadshow sul territorio
- Master di Specializzazione in formula weekend
- Executive Master
- Corsi e Convegni
- E-learning
- Formazione in house personalizzate
- Formazione professionisti

La **Business School** realizza:

- ▲ **Master post laurea** full time che prevedono un periodo di stage e sono indirizzati a quanti intendono inserirsi nel mondo del lavoro con un elevato livello di qualificazione e competenza, requisiti oggi indispensabili sia per i giovani laureati sia per i neo inseriti in azienda.

▲ **Executive24**, Master strutturati in formula blended, con sessioni in distance learning alternate a sessioni in aula, per manager e imprenditori che vogliono conciliare carriera e formazione.

▲ **Master24**, percorsi strutturati con un modello formativo innovativo basato sull'apprendimento a distanza. Dal successo delle collane multimediali è nata la possibilità di integrare l'autoformazione in aula con gli Esperti.

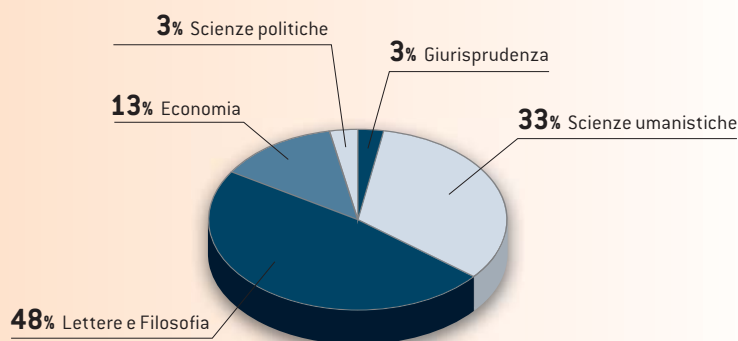
▲ **Business Education Online**  
Il primo Master **interamente online** per conseguire il Diploma della Business School del Sole 24 ORE. 90% di lezioni a distanza con esami in presenza per l'ottenimento del Diploma.

▲ **Formazione Professionisti**, percorsi itineranti accreditati dagli Ordini Professionali in materia fiscale, lavoro e legale su tutto il territorio nazionale.

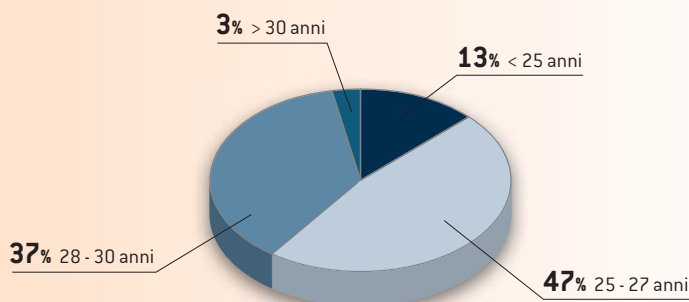


## IL PROFILO DEI PARTECIPANTI ALLA PRECEDENTE EDIZIONE

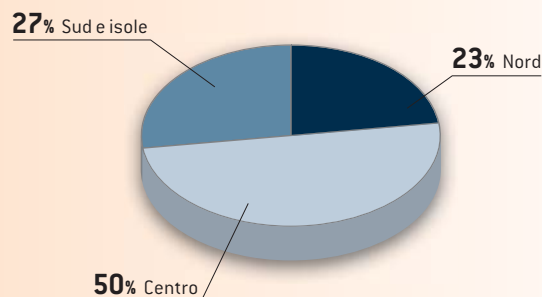
### CURRICULUM SCOLASTICO DEI PARTECIPANTI



### ETÀ DEI PARTECIPANTI



### PROVENIENZA GEOGRAFICA DEI PARTECIPANTI



## I NUMERI DELLA BUSINESS SCHOOL

- ▲ **25** Master full-time
- ▲ **13.800** ore di formazione all'anno
- ▲ oltre **900** studenti all'anno
- ▲ **4.200** diplomati ai Master dal 1994 ad oggi
- ▲ **100%** collocati in stage al termine del periodo d'aula
- ▲ **1.200** esperti e docenti coinvolti ogni anno
- ▲ oltre **800** aziende, società di consulenza, banche e studi partner
- ▲ tassi di conferma al termine del periodo di stage superiori al **90%**



# LE CARATTERISTICHE DELLA QUARTA E QUINTA EDIZIONE

## OBIETTIVI

Obiettivo del Master è **formare professionisti in grado di inserirsi con successo nelle maggiori aziende ed istituzioni dell'arte e dei beni culturali** in Italia e all'estero, nonché nelle società di consulenza specializzate nella realizzazione di progetti artistici e culturali.

Il Master in particolare consente agli iscritti di:

- ▲ completare il livello di preparazione universitaria attraverso l'assunzione di **conoscenze pratiche e specialistiche**;
- ▲ **valorizzare le capacità individuali** attraverso il costante ricorso a strumenti di didattica attiva, in modo da favorire l'inserimento in azienda in posizioni connotate da elevate responsabilità;
- ▲ assicurare una **costante relazione con la business community**, in virtù del coinvolgimento di testimoni provenienti dalle principali imprese operanti nel mercato dell'arte.

## PROFILO IN USCITA E SBOCCHI PROFESSIONALI

Profili manageriali in grado di inserirsi in organizzazioni culturali, artistiche italiane ed europee, per la gestione strategica e operativa di organizzazioni profit e non profit, pubbliche, private e miste; consulenti in grado di attivare e gestire professionalmente progetti di prodotti culturali, professionisti in grado di inserirsi nelle maggiori aziende e istituzioni dell'arte in Italia e all'estero.

Al termine del Master le aree prevalenti di inserimento saranno:

- ▲ Istituzioni culturali nazionali e internazionali non profit: musei, fondazioni e gallerie pubbliche
- ▲ Istituzioni culturali nazionali e internazionali profit
- ▲ Società di mercato: case d'aste, gallerie d'arte, antiquari, fiere
- ▲ Banche, assicurazioni e società che investono in progetti culturali
- ▲ Fondazioni bancarie con collezioni e finalità culturali
- ▲ Enti di cooperazione internazionale
- ▲ Media: televisioni, radio, giornali, siti internet, case editrici d'arte
- ▲ Società di servizi: provider di contenuti, banche dati, art advisor, art consulting, trasportatori d'arte, restauratori, compagnie di assicurazione
- ▲ Società di organizzazione eventi e mostre

- ▲ Realtà espositive, festival, biennali, rassegne espositive
- ▲ Istituzioni del turismo in Italia e all'estero
- ▲ Società di consulenza specializzate nella realizzazione di progetti turistici e culturali

## DESTINATARI

Giovani laureati e laureandi in discipline socio-economiche, umanistiche e giuridiche fortemente motivati a specializzarsi in questo settore.

## DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **10 mesi** (6 di aula e 4 di stage), con inizio a **Milano il 20 maggio 2013** e a **Roma il 27 novembre 2013**.

Il programma si sviluppa in due fasi: la prima, di carattere teorico-pratico, della durata di **120 giornate aula**, e la seconda di esperienza sul campo, attraverso lo svolgimento di uno **stage**, subordinato al superamento di **verifiche periodiche**.

La positiva valutazione da parte delle strutture ospitanti consentirà ai partecipanti di ottenere il **Diploma di Master**.

## CORPO DOCENTE

La docenza è affidata a professionisti, manager, consulenti e docenti universitari che con una collaudata metodologia didattica assicurano un apprendimento graduale e completo della materia. Sono gli **Esperti che da anni collaborano alle numerose attività editoriali del Gruppo**, nonché esperti formatori di 24ORE Formazione ed Eventi. Sono previsti, inoltre, **interventi di professionisti stranieri** in particolar modo anglofoni oltre a numerose **testimonianze di protagonisti illustri del settore** che portano in aula la concretezza di esempi reali ed esperienze di eccellenza.

## METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia didattica utilizzata è fortemente orientata alla gestione pratica. Gli argomenti affrontati in aula troveranno infatti un immediato riscontro nella simulazione dei processi aziendali attraverso la realizzazione di **project work, discussioni di casi, esercitazioni, lavori di gruppo e business game**. Ogni modulo di studio, in particolare, si conclude con un **project work** e un'attività di laboratorio finalizzata a ricondurre tutti gli argomenti affrontati ad un'immediata applicazione pratica. Il Master include anche uno **study tour a Bologna**, per visitare ArteFiera e a **Basilea** per visitare la Fiera Art Basel.

## MATERIALE DIDATTICO

I partecipanti hanno la possibilità di beneficiare di un patrimonio informativo costituito da molteplici strumenti di aggiornamento e di approfondimento delle tematiche oggetto del Master:

- ▲ **testi e manuali** editi dal Sole 24 ORE;
- ▲ **dispense** strutturate ad hoc dai docenti con l'obiettivo di sintetizzare gli argomenti sviluppati in aula in ciascun modulo di studio;
- ▲ quotidiano **Il Sole 24 ORE**, distribuito a tutti i partecipanti durante la fase d'aula;
- ▲ accesso alle **banche dati** del Sole 24 ORE presso le aule della Business School;
- ▲ accesso alla **biblioteca** fornita di tutte le ultime pubblicazioni del Sole 24 ORE.

## PIATTAFORMA VIRTUALE E FORMAZIONE ON LINE

A supporto dell'attività didattica è previsto l'utilizzo di un **ambiente web dedicato al Master**, attraverso il quale, in modalità a distanza e accedendo tramite password personalizzate, i partecipanti potranno consultare documenti, dispense, corsi multimediali e interagire con la struttura organizzativa del Master.

A complemento della formazione in aula, i partecipanti al Master avranno la possibilità di accedere a **Master24 Gestione e Strategia d'Impresa**, master on line in general management. Un format innovativo con video lezioni, case histories, materiali di approfondimento. Venti corsi on line per integrare le conoscenze in economia e management acquisite in aula.



## ORGANIZZAZIONE DIDATTICA

L'organizzazione didattica prevede:

- ▲ un **comitato scientifico** composto da manager e professionisti del settore che garantiscono la qualità dei contenuti del Master;
- ▲ i **coordinatori scientifici** che si alternano per garantire lo sviluppo omogeneo del programma;
- ▲ un **coordinatore didattico** e un **tutor** dedicati, che pianificano gli interventi di docenza, valutano gli effetti didattici dell'azione formativa, coordinano le relazioni con le aziende finalizzate alla ricerca stage;
- ▲ una **commissione d'esame** che valuta il percorso formativo di ciascun partecipante attraverso verifiche periodiche, il cui esito positivo permette il conseguimento del Diploma al termine del Master.

## IL CORSO D'INGLESE INCLUSO NEL PERCORSO FORMATIVO

La conoscenza della lingua inglese è ormai un fattore essenziale e imprescindibile per l'ingresso nel mondo del lavoro. Per questo motivo il Master prevede, all'interno del percorso formativo, un **corso intensivo** di Inglese che andrà a toccare specificatamente aspetti legati al settore dell'arte e dei beni culturali.

Tenuto da **docenti madrelingua**, il corso si articola in 40 ore erogate in modo differenziato in funzione del livello di conoscenza iniziale.

*Il Corso è organizzato in collaborazione con:*



## SUPPORTI INFORMATICI E WI-FI

Nell'aula del Master e nelle aule di studio è presente il **collegamento a Internet** ed è possibile consultare **le banche dati on e off line del Gruppo 24 ORE**, per effettuare con rapidità e completezza le ricerche necessarie. È attiva anche una connessione wireless che permetterà ad ogni partecipante di collegarsi ad internet dal proprio PC in modalità Wi-Fi.



## IL SISTEMA ARTE: PROFESSIONALITÀ E COMPETENZE MULTIDISCIPLINARI IN UN MERCATO IN EVOLUZIONE

Una delle maggiori esigenze di chi si avvicina per la prima volta alle professionalità dell'arte e dei beni culturali è definire i confini, i parametri e le dinamiche di un universo estremamente complesso e, nonostante la recente recessione economica, molto vitale. **Il sistema dell'arte e dei beni culturali è costituito, infatti, da un arcipelago di realtà, imprese, enti, istituzioni tra loro confinanti e comunicanti**, che vanno dai musei e siti archeologici ai produttori di mostre e di contenuti multimediali, dall'editoria ai servizi aggiuntivi per i musei, dalle gallerie e case d'asta alle Fondazioni, in un quadro articolato e – rispetto ad altri sistemi produttivi – ancora poco codificato, dove le professionalità e le competenze sono in continua ridefinizione ed evoluzione.

Uno studio di Arts Economics per la fiera Tefaf di Maastricht del 2011 evidenzia come attualmente il mercato mondiale dell'arte generi un valore di scambi di 46,1 miliardi di euro (+63% dalla crisi del mercato del 2009) e occupi circa 2,4 milioni di posti di lavoro nel mondo. Nel mondo sono attive oltre 400mila imprese di cui 375mila tra gallerie e advisor e 25mila case d'asta; la ricerca di Unioncamere-Istituto Tagliacarne del 2009 afferma che la filiera produttiva che fa capo in modo più o meno diretto al comparto dei Beni Culturali in Italia coinvolge oltre 900mila aziende con un numero di circa 3,8 milioni di occupati di cui il 10,5% circa (cioè 400mila) nel settore dei Beni

Culturali in senso stretto.

Nel progettare il Master in Economia e Management dell'Arte e dei Beni Culturali una particolare attenzione è stata dedicata alla mappatura attenta e rigorosa dei diversi ambiti che formano un comparto così ampio e articolato e alla **definizione dei profili professionali** a essi collegati, individuando **tre grandi aree di riferimento** che, pur nei numerosi punti di contatto, conservano specificità e meccanismi propri. La **prima** è quella delle figure legate al mercato dell'arte, inteso come quell'insieme di gallerie, case d'aste, fiere, ma anche istituzioni espositive, premi e fondazioni, collezioni private, che contribuisce alla costruzione del valore economico dell'opera d'arte e che ha come referente un pubblico crescente di collezionisti, esperti o semplici appassionati. Un ambito le cui economie dipendono in gran parte dalla compravendita delle opere d'arte e le cui figure professionali devono avere competenze molto specifiche di settore accanto a know how manageriali, finanziari e legali.

La **seconda** area fa riferimento al sistema dei beni culturali e delle risorse museali e artistiche del territorio e del Paese: un sistema le cui economie sono legate ai finanziamenti pubblici e in misura crescente privati nonché alla fruizione culturale per un pubblico il più possibile ampio. In questo sistema vediamo crescere la richiesta – accanto ai tradizionali curricula storico-artistici – di figure manageriali

dalle competenze multidisciplinari che possano farsi carico degli aspetti di progettazione strategica, gestione economica, fund raising, marketing, potenziamento tecnologico delle risorse culturali, gestione di servizi.

Infine la **terza** area di riferimento, tangente alle prime due ma non per questo meno importante, è quella delle imprese private, delle banche e delle fondazioni aziendali e bancarie che in modo crescente si trovano a essere protagonisti attivi nell'investimento, nella valorizzazione e nella promozione dell'arte e della cultura e che necessitano di competenze progettuali in grado di mediare tra il mondo economico, quello della cultura, quello delle realtà sociali e territoriali. In modo crescente questi tre sistemi sono attraversati da una crescente richiesta di figure imprenditoriali in grado di costruire modelli di business che possano coniugare sostenibilità economica e credibilità culturale. Ed è proprio su questo fronte che, da questa quarta edizione, il Master ha ideato un **modulo dedicato alle start-up culturali**, impegnandosi a fornire gli strumenti e le competenze indispensabili per muoversi in modo consapevole e proficuo nel complesso sistema culturale, professionale ed economico dell'arte e dei beni culturali.

**Giovanna Amadasi**  
**Marilena Pirrelli**  
*Coordinatori Scientifici  
del Master*

## IL PERCORSO FORMATIVO

120 GIORNATE D'AULA, I LABORATORI, GLI STUDY TOUR + 80 GIORNATE DI STAGE

### I CORSI PROPEDEUTICI

- ▲ Elementi di economia politica e economics di base
- ▲ Fondamentali di storia dell'arte contemporanea, le ricerche artistiche internazionali dal dopoguerra ad oggi

### I MODULI DI STUDIO

#### 1° MODULO

**Il "sistema arte": struttura e caratteristiche del settore**

#### 2° MODULO

**Il mercato dell'arte**

#### 3° MODULO

**Investire nell'arte**

#### 4° MODULO

**Organizzazione e gestione di istituzioni e progetti artistici e culturali**

#### 5° MODULO

**Il marketing delle istituzioni e dei prodotti artistici e culturali**

#### 6° MODULO

**Le strategie di comunicazione del prodotto culturale ed artistico**

#### 7° MODULO

**Tecnologia e multimedialità per valorizzare l'arte e i beni culturali**

#### 8° MODULO

**Diritto e legislazione dei beni e delle attività culturali**

#### 9° MODULO

**Politiche di finanziamento pubbliche e private ai progetti culturali**

#### 10° MODULO

**Il turismo culturale**

#### 11° MODULO

**L'avviamento di una start up innovativa in ambito culturale**

#### 12° MODULO

**Le professioni dell'arte: evoluzione del settore e nuovi scenari in atto**

### LABORATORI E SESSIONI OPERATIVE

- ▲ Laboratorio manageriale e di personal branding on line
- ▲ Business English
- ▲ Laboratorio di informatica
- ▲ Laboratorio di organizzazione mostre
- ▲ Business game "world of management"
- ▲ Outdoor e visite guidate

### STUDY TOUR

- ▲ Study tour a **Basilea** e a **Bologna** per visitare **Art Basel** e **ArteFiera**, uno dei più importanti appuntamenti fieristici internazionali nel mercato dell'arte.

#### **LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB**

Completato il percorso formativo in aula e superate le verifiche periodiche, i partecipanti iniziano uno stage della durata di quattro mesi presso **organizzazioni culturali pubbliche e private** a livello nazionale ed internazionale o in **realtà aziendali che investono nel mercato della cultura.**

# IL PROGRAMMA

## **CORSI PROPEDEUTICI: GENERAL MANAGEMENT E STORIA DELL'ARTE**

### **A) ELEMENTI DI ECONOMIA POLITICA**

- ▲ Definizione di sistema economico
- ▲ Concetto di PIL e reddito nazionale
- ▲ Risparmi e investimenti

### **B) ECONOMICS DI BASE: LE INFORMAZIONI ECONOMICHE A SUPPORTO DELLE DECISIONI AZIENDALI**

- ▲ Elementi di organizzazione aziendale
- ▲ Introduzione al bilancio di esercizio: attivo e passivo, conto economico e stato patrimoniale
- ▲ Il budget come strumento di pianificazione e controllo
- ▲ Strumenti e tecniche di controllo di gestione e di verifica dei risultati aziendali

### **C) FONDAMENTALI DI STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA, LE RICERCHE ARTISTICHE INTERNAZIONALI DAL DOPOGUERRA AD OGGI:**

- ▲ Anni '40/'50. Informale europeo e Espressionismo astratto americano
- ▲ Anni '60/'70. Neodadaismo, Pop Art, Minimal Art, Land Art.
- ▲ Anni '60/'80. Process Art e Arte povera, Conceptual Art. La svolta postmoderna in pittura e scultura: Transavanguardia, Neoespressionisti tedeschi e americani, Graffiti Art

- ▲ Anni '90/ 2010. Neopop e neoconcettuale, Fotografia, Video Art, Young British Art. Sviluppo recenti delle installazioni ambientali

### **1° MODULO**

#### **IL "SISTEMA ARTE": STRUTTURA E CARATTERISTICHE DEL SETTORE**

- ▲ Il concetto di "bene culturale" e "opera d'arte"
- ▲ Il sistema dell'arte oggi
- ▲ Economia e struttura del settore
- ▲ Definizione, ambito e peso dell'arte nell'economia italiana
- ▲ Italia ed Europa: caratteristiche a confronto
- ▲ Il mercato culturale in Italia: numeri e attori coinvolti
- ▲ Cos'è il consumo culturale e le nuove tendenze dell'iperconsumo culturale

### **2° MODULO**

#### **IL MERCATO DELL'ARTE**

##### **IL MERCATO DELL'ARTE:**

##### **LA STORIA E LA STRUTTURA**

- ▲ Storia delle istituzioni, delle gallerie e delle case d'asta che hanno sviluppato il mercato dell'arte dal 19° secolo a oggi
- ▲ Valore culturale e valore economico dell'opera d'arte
- ▲ Il mercato primario e il mercato secondario: caratteristiche e differenze

##### **GLI ATTORI DEL MERCATO DELL'ARTE**

- ▲ Le gallerie e il mercato primario:
  - il rapporto tra gallerista e artista
  - le diverse tipologie di galleria: dall'attività commerciale all'attività di ricerca e promozione culturale ed artistica
- ▲ Le case d'asta e il mercato secondario:
  - tipi di aste e relative caratteristiche
  - le scelte organizzative dell'asta
  - come si determina il prezzo
  - come si svolge un'asta
  - le aste on-line
- ▲ Le Fiere:
  - panoramica nazionale e internazionale
  - la fiera di settore: tra mercato e progetto culturale
- ▲ Le banche dati: le diverse tipologie

*Esercitazione: come riconoscere gli oggetti d'arte, come usare le banche dati, come costruire le stime*

##### **VALORE E VALUTAZIONE DELL'ARTE**

- ▲ I fattori che determinano il valore nell'arte: estetici, sociali ed economici
- ▲ Valutare e autenticare l'arte: i diversi scopi
- ▲ Il mercato di approvvigionamento delle opere
- ▲ Donazioni e contributi di beneficenza, aspetti legali e fiscali

### 3° MODULO INVESTIRE NELL'ARTE

#### ART ADVISORY, PERITI E CONSULENTI TECNICI: QUANDO E COME INVESTIRE IN ARTE

- ▲ Caratteristiche del mercato dell'arte e principali players bancari coinvolti
- ▲ Principali modelli organizzativi e alleanze strategiche nell'art banking
- ▲ Individuazione della clientela di riferimento ed elaborazione della strategia di "art investment"
- ▲ L'art advisor tra mercante e Collezionista

#### IL COLLEZIONISMO D'ARTE

- ▲ La figura del collezionista
- ▲ Le associazioni dei collezionisti
- ▲ Collezionare fotografie
- ▲ Collezionare video art
- ▲ Fondazioni e archivi d'artista in rete
- ▲ Strumenti di garanzia: il pegno
- ▲ Collezioni bancarie: diversi modelli italiani e internazionali

*PROJECT WORK: ideare e costruire un catalogo d'asta*

### 4° MODULO ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DI ISTITUZIONI E PROGETTI ARTISTICI E CULTURALI

#### IL MUSEO: ASPETTI GESTIONALI ED ECONOMICI DI UN'ISTITUZIONE CULTURALE PERMANENTE

- ▲ Com'è nato il museo: dalla Wunderkammer al museo Contemporaneo

- ▲ Enti, istituzioni, associazioni che gestiscono e promuovono il patrimonio artistico e culturale
- ▲ Cos'è un museo: caratteristiche, finalità e scopi
- ▲ L'organigramma di un museo
- ▲ Gestione dei musei: la rendicontazione, mission, governance e accountability
- ▲ Le strategie di sviluppo museali
- ▲ Il budgeting, controllo di gestione e la supervisione organizzativa dei progetti espositivi del museo
- ▲ La valorizzazione delle risorse interne del museo
- ▲ Il museo oltre la crisi economica

*ESERCITAZIONE: Leggere e interpretare il bilancio di un museo*

- ▲ L'engagement come nuova frontiera della gestione di un'istituzione culturale
- ▲ L'edutainment come offerta complementare del museo
- ▲ Il network museale a livello locale e nazionale: il caso di AMACI
- ▲ I sistemi museali aggregati: i casi di Torino e Venezia
- ▲ Modelli di gestione dei beni culturali in Europa e USA
- ▲ Custodia ed esposizione nei musei
- ▲ Conservazione e restauro

*Business Game: simulazione della gestione di un'istituzione culturale*

#### IL PROJECT MANAGEMENT DI UNA MOSTRA E DI UN EVENTO CULTURALE

- ▲ Il project management della cultura:
  - Il ciclo di vita del progetto: come gestire crescenti gradi di complessità nella ripartizione delle risorse, dei tempi e della qualità tramite la programmazione
  - Dall'ideazione del progetto alla fase della pianificazione e programmazione: stakeholder analysis, risk management e analisi di fattibilità e sostenibilità economica finanziaria
  - Le fasi di esecuzione, monitoraggio, valutazione e chiusura del progetto: time management, gestione e monitoraggio economico-finanziario del progetto
- ▲ Il project management e la produzione di una mostra o di un evento culturale dalla progettazione alla gestione economica:
  - L'ideazione di un progetto
  - Il piano di fattibilità
  - La realizzazione di un budget
- ▲ L'organizzazione di una mostra: le fasi operative:
  - L'individuazione del curatore e del comitato scientifico
  - La scelta della sede espositiva
  - La scelta delle opere da esporre
- ▲ L'organizzazione di una mostra: gli operatori coinvolti e i servizi offerti:
  - La protezione di una mostra
  - Le tutele nella protezione e assicurazione dell'arte

- Dalla sicurezza al trasporto alla conservazione
- Comodato, deposito, prestito e noleggio di opere per esposizioni
- La circolazione temporanea, le regole dell'import/export e le dogane
- L'allestimento di una mostra
- L'immagine coordinata e il piano di comunicazione
- La ricerca degli sponsor
- ▲ La gestione della mostra e dei servizi correlati:
  - Come si organizza e si gestisce il bookshop
  - Il servizio di biglietteria, infoline e prevendita
  - I servizi di audio guide e visite guidate
  - I servizi di didattica
  - Gli eventi collaterali e gli sponsor
- ▲ I Festival e le Biennali: organizzazione e gestione

#### PROJECT FINANCING PER PROGETTI CULTURALI

- ▲ Lo strumento del project financing: funzionamento ed applicazioni sui progetti culturali
- ▲ Le competenze richieste al team di esperti per costruire un'operazione di project financing su progetti Culturali

*PROJECT WORK: il project management di una mostra*

### 5° MODULO IL MARKETING DELLE ISTITUZIONI E DEI PRODOTTI ARTISTICI E CULTURALI

#### I BASIC DI MARKETING

- ▲ Il marketing nelle organizzazioni moderne: obiettivi, strumenti e modelli
- ▲ Le variabili del marketing mix: le 4 P
- ▲ Il posizionamento
- ▲ Direct marketing e marketing one to one
- ▲ Il piano di marketing
- ▲ Il marketing virale e le potenzialità del web 2.0

#### IL MARKETING DEI BENI, SERVIZI E LUOGHI CULTURALI

- ▲ Le organizzazioni culturali e l'orientamento al marketing
- ▲ Il processo di marketing culturale
- ▲ Il nuovo "consumatore d'arte e di cultura": i bisogni e il comportamento d'acquisto
- ▲ L'analisi dei pubblici della cultura: segmentazione e visitor studies
- ▲ Il social media marketing per le organizzazioni culturali
- ▲ Come differenziare e posizionare il prodotto culturale

#### L'ARTE COME STRUMENTO DI MARKETING PER LE IMPRESE: COMUNICAZIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE

- ▲ Il contributo della Corporate Social Responsibility nella valorizzazione delle risorse culturali

- ▲ L'arte da strumento di comunicazione ad anello della catena del valore
- ▲ Le Fondazioni aziendali: il ruolo nel sistema dell'arte delle fondazioni private
- ▲ Le Fondazioni bancarie e l'arte: modelli d'intervento e possibili sviluppi
- ▲ Il come e il perché di un museo d'impresa

#### L'ARTE COME MOTORE DI TRASFORMAZIONE TERRITORIALE

- ▲ Arte come strumento di marketing territoriale
- ▲ Come si costruisce un distretto culturale
- ▲ Arte pubblica nello spazio urbano
- ▲ Arte contemporanea come strumento di attrazione per la città: il caso di Torino

*Esercitazione – La cultura come strumento di comunicazione per le grandi imprese*

### 6° MODULO LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DEL PRODOTTO CULTURALE ED ARTISTICO

#### LA COMUNICAZIONE COME ELEMENTO STRATEGICO D'IMPRESA

- ▲ La comunicazione d'impresa: funzioni, destinatari, contenuti e strumenti
- ▲ La comunicazione integrata e il piano di comunicazione



- ▲ Gli strumenti classici della comunicazione integrata d'impresa: advertising e media planning, le promozioni, le relazioni pubbliche, l'ufficio stampa, gli eventi
- ▲ Web e nuovi media digitali: social media, web 2.0, video-seeding

#### MEDIA ED EDITORIA TRA CULTURA E MERCATO: UNA PANORAMICA

- ▲ I media e l'arte: una mappatura italiana e internazionale
- ▲ Raccontare l'arte al grande pubblico: i quotidiani
- ▲ L'arte e i media specializzati on line e off line
- ▲ Giornalismo del mercato dell'arte

*Esercitazione - Elaborazione di un piano di comunicazione integrata sui diversi mezzi di comunicazione*

#### 7° MODULO TECNOLOGIA E MULTIMEDIALITÀ PER VALORIZZARE L'ARTE E I BENI CULTURALI

##### UN PERCORSO VERSO L'INNOVAZIONE

- ▲ La multimedialità a supporto dell'arte: le innovazioni tecnologiche
- ▲ Dalla mostra multimediale alla mostra virtuale: possibili declinazioni
- ▲ Le grandi istituzioni e i progetti on line: casi d'eccellenza internazionali
- ▲ Valorizzare il patrimonio artistico attraverso la tecnologia

#### LE NUOVE FRONTIERE DEI MUSEI: TRA MULTIMEDIALITÀ ED EDUTAINMENT

- ▲ La digitalizzazione degli archivi storici
- ▲ La promozione attraverso la rete
- ▲ Il museo virtuale: come rendere interattiva e illimitata la consultazione dei contenuti
- ▲ Sito web come estensione dello spazio espositivo

#### 8° MODULO DIRITTO E LEGISLAZIONE DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

##### DIRITTO E LEGISLAZIONE DEI BENI E DELLE ATTIVITÀ CULTURALI

- ▲ Introduzione alle regole e alla gestione dei Beni culturali
- ▲ Il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali: ruolo, strutture, servizi
- ▲ Soprintendenza: il governo decentrato tra conservazione e valorizzazione
- ▲ La normativa di tutela del patrimonio artistico e culturale a livello nazionale
- ▲ Commercio di beni d'arte: diritti e doveri degli operatori
- ▲ Principi e norme Ue. Leggi nazionali e internazionali che impattano sul mondo dell'arte
- ▲ La dichiarazione di notifica e conseguenze

##### L'ARTE NEL DIRITTO PRIVATO

- ▲ I contratti tra artisti, gallerie/mercanti e collezionisti
- ▲ Leggi sulle restrizioni commerciali
- ▲ Acquistare in asta, in fiera e in galleria, online o direttamente dall'artista

- ▲ Istruzioni per l'uso: dall'incauto acquisto al contratto garantito ai contratti con le case d'asta
- ▲ Soluzioni alle controversie d'acquisto: arbitrato, mediazione e conciliazione
- ▲ Autentiche presso archivi e fondazioni d'artista
- ▲ La trasmissione della collezione
- ▲ Le tutele giuridiche dell'arte
- ▲ Diritto degli artisti (droit de suite)
- ▲ L'attività della Siae

#### ELEMENTI DI FISCALITÀ

- ▲ Fiscalità interna (successione e donazione) e internazionale
- ▲ Le problematiche contrattuali e doganali nelle operazioni con l'estero
- ▲ Le asimmetrie fiscali per l'import e l'export

#### L'ARTE NEL DIRITTO PENALE

- ▲ Antiriciclaggio e ricettazione
- ▲ Furto, falsificazione e frode
- ▲ Contraffazione, alterazione e riproduzione di opere d'arte

#### 9° MODULO POLITICHE DI FINANZIAMENTO PUBBLICHE E PRIVATE AI PROGETTI CULTURALI

- ▲ Il finanziamento pubblico della cultura e dell'arte
- ▲ Il finanziamento privato: sponsorizzazioni, donazioni, interventi diretti

- ▲ Le sponsorizzazioni culturali tecniche tra disciplina fiscale e prassi aziendale
- ▲ Erogazioni liberali: le novità, la normativa e le sue applicazioni
- ▲ Finanziamenti europei per il terzo settore
- ▲ Valutazione dell'impatto degli investimenti in cultura sul sistema-Paese

#### IL FUND RAISING E LE MODALITÀ DI FINANZIAMENTO PER LE INIZIATIVE ARTISTICHE E CULTURALI

- ▲ L'interazione tra pubblico e privato
- ▲ Gli strumenti di comunicazione per il reperimento di fondi
- ▲ Lo sviluppo di un piano di fund raising per un'iniziativa culturale e artistica

*Esercitazione: realizzare un piano di fund raising per un'istituzione culturale*

#### 10° MODULO L'AVVIAMENTO DI UNA START UP INNOVATIVA IN AMBITO CULTURALE

##### DALL'IDEA AL PROGETTO D'IMPRESA

- ▲ Dall'idea alla messa a punto del progetto imprenditoriale
- ▲ Le scelte relative al mercato: le analisi e il posizionamento
- ▲ L'individuazione del target e i prodotti/servizi

#### LA PREDISPOSIZIONE E LA PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

- ▲ La valutazione di fattibilità economico-finanziaria della business idea
- ▲ La convenienza economica: strumenti e indicatori
- ▲ La predisposizione del Business Plan
- ▲ Le fonti di finanziamento per l'avvio di una start up: le novità introdotte dal Decreto Liberalizzazioni

*PROJECT WORK: ideare una start up innovativa in ambito culturale*

#### 11° MODULO IL TURISMO CULTURALE

##### IL VIAGGIO INCONTRA L'ARTE

- ▲ Il turismo culturale: caratteristiche e opportunità di un settore in evoluzione
- ▲ La gestione dei luoghi d'arte per la valorizzazione delle identità territoriali locali
- ▲ Creare un "prodotto" per il turismo culturale:
  - l'attrattiva turistica;
  - il posizionamento e i competitor;
  - l'analisi dei flussi (bisogni, interessi e motivazioni);
  - la compatibilità tra la domanda e l'offerta
- ▲ Cultura e territorio, carte vincenti per il turismo: eccellenze europee a confronto
- ▲ Art & Tourism: la prima fiera sul turismo culturale in Italia

*Focus: Touring Club – il turismo attraverso percorsi d'arte e cultura*

#### 12° MODULO LE PROFESSIONI DELL'ARTE: EVOLUZIONE DEL SETTORE E NUOVI SCENARI IN ATTO

##### LA CRESCITA DEL MERCATO E LA RICHIESTA DI NUOVE PROFESSIONALITÀ

- ▲ Come si diventa gallerista
- ▲ L'art advisor
- ▲ Banche, comunicare con l'arte: l'esperienza Abi
- ▲ L'organizzatore di eventi culturali

##### LO STORICO D'ARTE PER LE ASSICURAZIONI

- ▲ I periti d'arte
- ▲ Il responsabile dell'ufficio stampa
- ▲ Il responsabile della sicurezza dei beni culturali
- ▲ Il curatore
- ▲ Il giornalista
- ▲ La gestione dei diritti
- ▲ Registrar: il responsabile servizio prestiti
- ▲ Il responsabile servizi educativi
- ▲ Il responsabile servizi aggiuntivi

*Focus: le nuove professioni del digitale nel mondo dell'arte*

## I LABORATORI E LE SESSIONI OPERATIVE

### LABORATORIO MANAGERIALE E PERSONAL BRANDING

Giornate finalizzate a rafforzare e sviluppare quelle competenze manageriali oggi fondamentali, accanto alle competenze tecniche, per operare con successo all'interno delle organizzazioni: flessibilità, tempestività nelle decisioni, capacità analitiche, capacità di problem solving e di lavorare in team, abilità nel parlare in pubblico.

Una specifica sessione è dedicata al tema del personal branding e della self-reputation on line, tematiche oggi fondamentali per i giovani laureati che si affacciano al mondo del lavoro. Tra i temi trattati in questa sessione: l'importanza della reputazione on e off line, i vantaggi di LinkedIn, gli strumenti per creare il proprio profilo personale on line, il ruolo dei gruppi in LinkedIn, come sviluppare in modo efficace un piano personale.

### BUSINESS ENGLISH

Un corso intensivo di circa 40 ore con docenti madrelingua e che sviluppa contenuti specifici relativi all'industria dell'arte, utilizzando testi e materiali internazionali. Una specifica sessione sarà dedicata anche alla stesura del curriculum e alla simulazione di un colloquio in lingua inglese.

### PROJECT WORK: L'ORGANIZZAZIONE DI UNA MOSTRA

#### 24 ORE Cultura

Un laboratorio finalizzato a fornire le competenze fondamentali nell'ideazione, progettazione e produzione di eventi artistici e culturali. Gli incontri vogliono quindi dare gli strumenti necessari di base per l'organizzazione di eventi culturali in generale e nel dettaglio dell'organizzazione di una mostra. In relazione a quest'ultima si tratteranno anche le strategie di comunicazione di un evento.

### BUSINESS GAME "WORLD OF MANAGEMENT"

#### Simuljos

I partecipanti, divisi in gruppi, simulano in un ambiente virtuale le dinamiche di gestione, a 360 gradi, di un'istituzione culturale. La competizione e il tempo sono variabili chiave per il raggiungimento delle migliori performance. Il successo del progetto si raggiunge grazie allo sviluppo e alle abilità di Team Working.

### LABORATORIO DIGITAL STRATEGY & SOCIAL MEDIA

Un laboratorio finalizzato a simulare l'avvio di una campagna di comunicazione digitale per la promozione dell'attività e delle opere di un artista emergente. Verranno forniti in particolare gli strumenti per l'utilizzo dei principali social media (Facebook, LinkedIn, Flickr, Deviant art, blog e motori di ricerca), sfruttandone al meglio le potenzialità in un settore peculiare come quello dell'arte e della cultura.

### STUDY TOUR PRESSO FIERE D'ARTE INTERNAZIONALI

Nel corso del Master è previsto uno study tour presso una fiera d'arte internazionale: **Art Basel di Basilea** per l'edizione di Milano e **Artefiera di Bologna** per l'edizione di Roma. Entrambe le fiere si sono affermate negli ultimi anni come le più importanti fiere d'Arte contemporanea del mondo, non solo dal punto di vista del mercato dell'arte, ma anche della ricerca artistica. I partecipanti avranno l'importante opportunità di visitare la fiera con un approccio tecnico e capire le relazioni tra artisti, pubblico, organizzazioni culturali e aziende sponsor del settore.

## OUTDOOR E VISITE GUIDATE

Per approfondire le tematiche del Master sono previste delle visite guidate presso:

### Edizione di Milano

- > Gallerie d'Arte: Lia Rumma e Gallerie di Via Ventura
- > Case d'Asta: Christie's
- > Operatori: Arteria
- > Gallerie d'Italia di Intesa San Paolo
- > Studio di restauro: Formica
- > Hangar Bicocca
- > Galleria Campari

### Edizione di Roma

- > Galleria Nazionale di Arte Moderna
- > Musei Capitolini
- > Macro
- > Maxxi
- > Babuino Casa d'Aste
- > Gagosian Gallery
- > Fondazione Pastificio Cerere
- > Villa Gregoriana a Tivoli



# LO STAGE: UNA PREZIOSA OPPORTUNITÀ DI TRAINING ON THE JOB

## ORIENTAMENTO

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso **colloqui individuali con lo staff**, ciascun partecipante viene supportato nell'individuazione delle proprie capacità e opportunità di carriera. L'attività di orientamento serve infatti anche ad aiutare i partecipanti nell'affrontare con maturità e consapevolezza i colloqui di placement. A tal fine sono previsti specifici momenti di **simulazione di colloqui di lavoro** con il supporto dei docenti della Business School.

Coordinatore didattico e Tutor affiancano il partecipante anche durante il periodo di stage.

## TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali. Rappresenta quindi non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione con una significativa

esperienza di training-on-the-job, ma anche un **accesso privilegiato al mondo del lavoro** reso possibile dal network di contatti di primario livello del Sole 24 ORE.

La Business School pone, infatti, da sempre particolare attenzione alle relazioni con le più importanti aziende e società italiane e internazionali. Lo stage si conclude con una relazione tecnica sul lavoro svolto presentata dal partecipante nella Cerimonia di Consegna dei Diplomi.

## ALCUNE STRUTTURE CHE HANNO OSPITATO IN STAGE E INSERITO AL PROPRIO INTERNO I PARTECIPANTI AI MASTER DEL SOLE 24 ORE:

- |  |                                |                                   |                                   |  |
|--|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--|
| > Accademia italiana della cucina                                    | > Banca Intesa Sanpaolo        | > Fastweb                         | > Il Museo della città di Bologna | > RCS                                    |
| > Accor Hospitality  | > Barilla                      | > Fendi                           | > Il Ponte Casa d'aste            | > Rowan Arts                             |
| > Ad Artem   | > Best Western                 | > Ferrero                         | > Imagine Communication           | > S.I.N.T.E.S.I.                         |
| > Adidas   | > BMW                          | > Ferrovie dello Stato            | > Invitalia                       | > Slalom Comunicazione                   |
| > Aereoporti di Roma   | > Bulgari Hotels and Resorts   | > Fondazione Antonio Mazzotta     | > Ketchum                         | > Starwood Hotels & Resorts Worldwide    |
| > Agenda Communication   | > Carlson Wagonlit Travel      | > Fondazione Musei Civici Venezia | > J Art                           | > Studio Elena Geuna                     |
| > Aigo Comunicazione   | > CBM & Partners               | > Fondazione Pastificio Cerere    | > Lastminute.com                  | > Tim                                    |
| > Anne Samson Communication  | > Christie's                   | > Fondazione Ravenna Antica       | > Lufthansa                       | > Touring Club Italiano                  |
| > Aon  | > Ciaccio Broker               | > Fondazione Trussardi            | > McDonald's                      | > Triennale                              |
| > Apice  | > Civita                       | > Fondazione Querini Stampalia    | > Milano Metropoli                | > Unilever                               |
| > Ars et Inventio  | > Competence                   | > Fondazione Carisbo              | > My PR                           | > Unicredit                              |
| > Arcadja  | > Costa Crociere               | > Four Turism                     | > Must Lecce                      | > Unione fiduciaria                      |
| > Artantide.com  | > Culture 21                   | > Fondazione Querini Stampalia    | > Nespresso                       | > Upim                                   |
| > Arteria  | > D'Antona & Partners          | > Fondazione Carisbo              | > Nestlé                          | > Vector Wealth management               |
| > Art Defender   | > De Agostini                  | > Galleria Lia Rumma              | > Nike                            | > Veneranda Fabbrica del Duomo di Milano |
| > Associazione Mecenate 90   | > Delos Servizi per la cultura | > Gallerie Tornabuoni Art         | > NTQ Data                        | > Vodafone                               |
| > Associazione per il Festival Internazionale della Musica di Milano | > Deutsche Bank                | > Galleria Gagosian               | > Ogilvy                          | > Wind                                   |
| > Atahotels  | > Edelman                      | > Gruppo24ORE                     | > Ottart                          | > Yahoo! Italia                          |
| > ATM  | > Ente del Turismo Spagnolo    | > Guida Viaggi                    | > Park Hyatt                      | > 24 ORE Cultura                         |
| > Banca Aletti   | > Expedia                      | > Hotelplan                       | > Pirelli & Co                    |  |
|  | > Euphon                       | > H.T.M.S. International          | > PricewaterhouseCoopers          |  |
|  | > Eurosport                    |                                   | > Progress Insurance Broker       |  |
|  | > Famec                        |                                   |                                   |  |

## FACULTY\*

### COMITATO SCIENTIFICO

**Roberto Napoletano**

Direttore  
Il Sole 24 ORE

**Alfonso Dell'Erario**

Presidente  
24 ORE Cultura

**Armando Massarenti**

Responsabile  
Il Sole 24 ORE Domenica

**Luigi Abete**

Presidente  
Civita Servizi

**Patrizia Asproni**

Presidente  
Fondazione Industria e Cultura

**Gabriella Belli**

Direttore  
Fondazione Musei Civici di Venezia

**Andrea Carandini**

Archeologo, Professore  
Università "La Sapienza" Roma

**Natalina Costa**

Amministratore Delegato  
24 ORE Cultura

**Massimo Di Carlo**

Presidente  
Angamc - Associazione  
Nazionale delle Gallerie d'Arte  
Moderna e Contemporanea

**Sonia Farsetti**

Presidente  
Anca - Associazione Nazionale  
delle Case d'Aste italiane

**Alberto Garlandini**

Presidente  
Icom Italia, International Council of  
Museum, Comitato Nazionale Italiano

**Giovanni Gentile**

Presidente  
Fondazione Florens

**Roberto Grossi**

Presidente  
Federculture

**Federico Lalatta Costerbosa**

Partner & Managing Director  
The Boston Consulting Group

**Alessandro Laterza**

Presidente della Commissione  
Cultura Confindustria

**Anna Maria Montaldo**

Presidente  
ANMLI - Associazione Nazionale  
dei Musei Locali e Istituzionali  
Direttore dei Musei Civici di Cagliari

**Carlo Maria Ossola**

Professore  
College de France e Accademia  
Nazionale dei Lincei

**Giovanni Pratesi**

Presidente  
Associazione Antiquari d'Italia

**Guido Talarico**

Direttore  
InsideArt

**Michele Trimarchi**

Professore di Economia della cultura  
Università di Bologna

### COORDINATORI SCIENTIFICI

**Marilena Pirrelli**

Vice caposervizio  
Ideatrice di ArtEconomy24  
Il Sole 24 ORE

**Giovanna Amadasi**

Responsabile  
Strategie culturali e relazioni  
Hangar Bicocca

### DOCENTI

**Mattia Agnetti**

Segretario Organizzativo  
Fondazione Musei Civici Venezia

**Francesca Alonzo**

Socio-fondatore  
Responsabile Format Multimediali  
Alphabeti

**Tiziana Andina**

Assistant Professor  
Università di Torino

**Giuseppe Ariano**

Manager culturale presso  
lo Staff di Direzione  
MiBAC

**Silvia Anna Barrilà**

Giornalista  
specializzata sul mercato dell'arte

**Mariolina Bassetti**

Chairman Christie's Italia  
International Director Post-War  
& Contemporary Art Department

\* Qualifiche aggiornate a febbraio 2013

**Gabriele Biglia**

Art Expert Consultant  
AXA Art

**Frank Boehm**

Architetto e curatore

**Alessandro Bollo**

Responsabile Ricerca e Consulenza  
Fondazione Fitzcarraldo

**Francesca Biagioli**

Responsabile mostre  
24 ORE Cultura

**Margherita Bozzano**

Presidente  
Merion European Cultural Tours  
Esperta di turismo culturale e turismo sostenibile

**Giovanna Brambilla Ranise**

Responsabile Servizi Educativi  
Gamec

**Lorenzo Brufani**

Direttore Generale  
Competence Communication

**Anna Maria Buzzi**

Direttore Generale per la valorizzazione  
del patrimonio culturale  
MiBAC

**Giuseppe Calabi**

Avvocato  
CBM & PARTNERS Studio Legale

**Guido Candela**

Già professore di Politica economica  
Ora Professore Alma Mater  
Università di Bologna

**Enzo Cannaviello**

Gallerista d'arte contemporanea  
Milano

**Alessandra Capua**

Responsabile Italia  
Divisione Fine Arts e Gioielleria  
Gruppo AON

**Luisella Carnelli**

Ricercatrice  
Fondazione Fitzcarraldo

**Luigi Cecere**

Direttore  
S.I.A.E. - Sezione Dor (Drammatica  
e Opere Radiotelevisive) - Lirica

**Anna Clerici**

Consulente Progettazione e  
Comunicazione Eventi Culturali

**Attilio Colombo**

Personal Trainer Informatico

**Luca Costa Sanseverino**

International Project manager  
Partner-F3 business advisory services

**Giovanni Crupi**

Direttore sviluppo  
Museo della Scienza e della Tecnologia  
Milano

**Franco Dante**

Dottore Commercialista  
Dante&Associati

**Cristiano De Lorenzo**

Senior European PR Manager  
Christie's

**Luigi Di Corato**

Direttore generale  
Fondazione Musei Senesi

**Sara Dolfi Agostini**

Curatrice e giornalista indipendente  
Arte contemporanea e fotografia

**Fabio Donato**

Ordinario di Economia Aziendale  
Docente di Economia delle Aziende  
Culturali  
Università di Ferrara

**Roberto Ferrari**

Amministratore Delegato  
Struttura Consulting

**Alberto Fiz**

Direttore artistico  
MARCA di Catanzaro  
Giornalista d'arte

**Raffaele Forlini**

Consulente Direzionale  
Business Partner

**Giuseppe Garrera**

Professore di Storia dell'arte  
Collezionista

**Edith Gabrielli**

Soprintendente per i Beni Storici,  
Artistici ed Etnoantropologici  
del Piemonte

**Gabriele Gai**

Business Development Manager  
Simulsoft

**Carlo Gaino**

Responsabile della Direzione amministrativa, Finanziaria e Controllo di gestione  
Palazzo Grassi

**Elena Geuna**

Curatrice indipendente e Consulente internazionale d'arte contemporanea

**Danka Giacon**

Storica dell'arte  
Museo del Novecento

**Christopher Noel Gibson**

English Teacher

**Angiola Maria Gili**

Responsabile Ufficio Stampa  
Hangar Bicocca

**Cristiano Giometti**

Ricercatore a tempo determinato di Storia dell'Arte Moderna  
Università di Firenze

**Marco Girolami**

Direttore Strategie e Territoriali  
Touring Club Italiano

**Chiara Giudice**

Responsabile commerciale mostre e libri  
24 ORE Cultura

**Francesco Gramegna**

Ceo  
Insistema  
Marketing manager  
Portaportese.it

**Elisa Greco**

Esperta di Comunicazione Culturale e Relazioni Istituzionali  
Consiglio Direttivo Nazionale Ferpi

**Guido Guerzoni**

Docente management dei Beni culturali  
Università Bocconi

**Fabio Guffanti**

Dottore Commercialista  
Studio Guffanti

**Luca Isabella**

Out of Mind Management

**Elizabeth Lee**

English Teacher

**Maria Mercedes Ligozzi**

Responsabile Osservatorio sui visitatori museali  
Galleria Nazionale di Arte Moderna

**Marco Maffei**

Docente di Revisione Aziendale  
Università di Napoli Federico II

**Danilo Maitti**

Vicepresidente Arteria  
Amministratore Delegato  
Art Defender

**Antonella Magagnini**

Curatore Archeologo  
Sovrintendenza BB. CC. del Comune di Roma  
Direzione Musei Capitolini

**Caterina Mansueto**

Esperta di Comunicazione e Relazioni pubbliche

**Giovanna Maniezzo**

Direttrice Marketing  
Accademia di Santa Cecilia

**Angelo Maramai**

Direttore Generale FAI

**Gianfranco Maraniello**

Direttore  
Istituzione Bologna Musei

**Maria Adelaide Marchesoni**

Giornalista pubblicista  
Collaboratore del Sole 24 ORE

**Fabiana Mendia**

Storica dell'Arte  
Presidente  
Arte in Diretta

**Andrea Micocci**

Economista

**Sam Habibi Minelli**

Head of Business Innovation  
Business Strategies

**Massimo Monaci**

Direttore del Teatro Eliseo

**Marina Mojana**

Storica d'arte, Art advisor  
Cronista del mercato dell'arte

**Andrea Oglietti**

Senior Manager  
Simulsoft

**Balthazar Pagani**

Responsabile Editoriale  
24 ORE Cultura



**Paolo Paglione**

Esperto in Diritto per i beni culturali  
già Docente in Legislazione dei beni  
culturali

**Guido Palamenghi Crispi**

Consulente in Comunicazione culturale  
Presidente  
Cest Art

**Simona Pasquetti**

Trainer and professional coach

**Paolo Petrocelli**

Esperto della Commissione  
Nazionale Italiana per l'UNESCO  
Coordinatore della Commissione  
Nazionale Italiana Giovani per l'UNESCO

**Ettore Pietrabissa**

Direttore generale  
Arcus spa

**Roberto Pinto**

Ricercatore confermato presso Alma  
Mater Studiorum  
Università di Bologna

**Alessandra Pioselli**

Direttore  
Accademia Carrara di Belle Arti

**Francesco Poli**

Professore di Storia dell'Arte  
Contemporanea  
Accademia di Brera, Milano  
Chargé de Cours Université  
Paris 8, Parigi

**Raffaele Porcelli**

Amministratore Delegato  
Gebart SpA

**Michelangelo Puglisi**

Presidente  
Gebart SpA

**Antonia Pasqua Recchia**

Segretario Generale  
MiBAC

**Cristina Resti**

Claims Handler - Art Expert Senior  
Axa Art

**Marco Roccabianca**

Consulente Marketing  
Comunicazione e Vendite

**Alex Roe**

English Teacher

**Alessandro Rubini**

Project Leader del Progetto  
Distretti Culturali  
Fondazione Cariplo

**Pierluigi Sacco**

Professore Ordinario di Economia della  
Cultura Università IULM Milano

**Giulio Sangiuliano**

Modern and contemporary art Director  
Co-Head of department  
Christie's

**Alberto Scandolara**

Esperto di comunicazione d'impresa

**Silvia Segnalini**

Avvocato,  
Docente universitario e giurista  
Of counsel Studio Legale CB  
(Roma/Milano)

**Fabio Severino**

Vicepresidente dell'Associazione  
per l'Economia della cultura

**Simone Sistici**

Cosulente strategico,  
Partner  
Gap Management

**Riccardo Sorani**

Director & Art Market Analyst  
Ntq Data Ltd

**Stefania Suma**

Architetto, esperta di architetture  
museali e del rapporto tra musei,  
arte e città

**Jude Sweeney**

English Teacher

**Guido Talarico**

Editore Direttore  
Inside Art

**Tiziana Tampieri**

Avvocato  
Studio Tampieri e Associati

**Gianluca Teppati**

Consulente aziendale  
Out of Mind Management

**Chiara Tinonin**

Progettista Culturale

**Angela Tomkinson**

English Teacher

**Caterina Tonini**

Senior Partner  
D'Antona & Partners - Gruppo Havas

**Massimiliano Vavassori**

Direttore del Centro Studi & Ricerche  
Touring Club Italiano

**Fabrizio Vedana**

Vicedirettore Generale  
Unione Fiduciaria

**Marco Verdesi**

Amministratore Delegato e Partner  
Extra Comunicazione e Marketing

**Anna Maria Visser**

Condirettore  
Master MCM - MuSeC  
Università di Ferrara

**Paola Villani**

Presidente Corso di Laurea Turismo  
per i Beni Culturali  
Università di Napoli Suor Orsola  
Benincasa

**Alessandro Volpi**

Responsabile Operations  
24 ORE Cultura

**Matteo Winkler**

Docente a contratto di Diritto  
internazionale  
Università Bocconi

**Giulio Xhaet**

Founder  
Professioni del Web

**Rossella Zollino**

Avvocato partner  
CBM & PARTNERS Studio Legale

**TESTIMONI****Anna Adriani**

Global PR Director & Chief  
Sustainability Officer  
Illycaffé

**Beatrice Bertini**

Galleria EX elettrofonica

**Paola Buzzini**

Affordable art Fair

**Deborah Carè**

Direttore Fondazione  
Ermanno Casoli

**Marco Carminati**

Giornalista Domenicale  
Il Sole 24 ORE

**Alessandro Catania**

Amministratore e Consulente  
Actalia

**Alessio Cimmino**

Corporate Communications  
& Public Affairs Manager  
Google

**Francesca Colombo**

Segretario generale  
Coordinatore artistico  
Festival MITO SettembreMusica  
Sovrintendente e Direttore Artistico  
Teatro del Maggio Musicale Fiorentino

**Francesco De Biase**

Dirigente del Servizio Arti  
Contemporanee della Divisione Cultura  
ed Educazione della Città di Torino

**Edoardo Didero**

Amministratore Delegato  
ArtNetWorth

**Giacomo Andrea Doria**

direttore tecnico  
OTT ART

**Domenico Filippini**

Responsabile Art Advisory  
Investment and Wealth Advisory  
Private Banking Italy Network  
UniCredit

**Flavia Fossa Margutti**

Responsabile Comunicazione  
e Relazioni Esterne  
Mart

**Giorgio Galotti**

Galleria CO2

**Giovanni Giuliani**

Collezionista  
Fondazione Giuliani

**Alessandro Guerrini**

Responsabile Sviluppo  
Open Care

**Giuseppe Iannaccone**

Avvocato  
Collezionista d'arte moderna e  
contemporanea

**Alessandro Isaia**

Marketing e Comunicazione  
Fondazione Torino Musei

**Andrea M. Massari**

Responsabile Beni Archeologici  
e Storico-artistici  
Intesa Sanpaolo

**Giovanni Marafante**  
Amministratore Delegato  
Aletti Trust

**Sergio Meschi**  
Direttore Generale  
Arcadja

**Annalisa Messa**  
Responsabile Identity Management  
Eni

**Fabrizio Moretti**  
Mercante d'arte  
Galleria Moretti

**Fabiano Panzironi**  
General Manager  
APICE MILANO

**Rischa Paterlini**  
Curatrice collezione d'arte  
contemporanea  
Avvocato Iannaccone

**Casimiro Porro**  
Presidente  
Porro & C.

**Camilla Prini**  
Responsabile  
Bonhams Italia

**Mariacristina Ragazzoni**  
Responsabile Aletti Lab -  
Wealth Services  
Banca Aletti

**Luca Remmert**  
Vicepresidente  
Compagnia di San Paolo

**Pietro Ripa**  
Responsabile Osservatorio  
sui beni alternativi di investimento

**Fabio Roversi Monaco**  
Già rettore dell'Università  
degli Studi di Bologna  
Presidente della Fondazione  
Cassa di Risparmio in Bologna  
Presidente del Museo della  
Città di Bologna

**Lia Rumma**  
Gallerista

**Fabrizio Russo**  
Galleria Russo

**Patrizia Sandretto Re Rebaudengo**  
Presidente Fondazione  
Sandretto Re Rebaudengo

**Vilma Sarchi**  
Responsabile PR e Press Relations  
TEFAF Maastricht in Italia

**Umberto Savoia**  
Consigliere Delegato  
Porro & C.

**Roberta Tenconi**  
Responsabile Progetti Speciali  
Fondazione Nicola Trussardi

**Gemma Testa**  
Presidente  
Acacia

**Elisa Toscano**  
Art Factory

**Stephane Vacher**  
Responsabile Comunicazione  
& Immagine  
Gruppo Banca Fideuram

**Maria Grazia Vernuccio**  
Ufficio Stampa  
Italia Nostra

**Silvia Vezzoli**  
Project manager  
Fiera Art&Tourism

## LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DEL MASTER

**Antonella Rossi**  
Direttore  
Il Sole 24 ORE  
Formazione ed Eventi

**Silvia Cannoni**  
Senior Project consultant - Milano  
**Rossella Calabrese**  
Responsabile Formazione - Roma

**Serena Mola**  
Coordinamento Didattico - Milano  
**Adriana Anceschi**  
Coordinamento Didattico - Roma

**Adelaide Boffa**  
Responsabile Marketing  
**Alessandra Enria**  
Product Manager

Il Master prevede la presenza  
di un Tutor d'aula

Segreteria Organizzativa  
A cura di



**Referente sul Master**  
Samantha Zen - ed. Milano  
Francesca Moliterni - ed. Roma

## E DOPO IL MASTER?

### ALUMNI DEL SOLE 24 ORE

I diplomati al Master avranno la possibilità di accedere alla community della Business School del Sole 24 ORE, costituita da un network di oltre 4.500 ex allievi, docenti e professionisti: un'importante opportunità per creare scambio di conoscenze, momenti di incontro e di scambio professionale e per condividere informazioni ed aggiornamenti sull'evoluzione delle professioni e dei trend dei mercati.

Tra i servizi offerti, anche l'opportunità di dare continuità al percorso di formazione avviato, grazie alla possibilità di frequentare a tariffe agevolate i Master Part time ed

Executive organizzati da 24 ORE Formazione ed Eventi e di partecipare a convegni su tematiche attuali.

È possibile inoltre avviare collaborazioni con Il Sole 24 ORE sia a livello di contributi editoriali che di interventi di docenza o testimonianze in aula presso la nostra Business School.

Entrare nel network del Sole 24 ORE significa infine anche ricevere segnalazioni e opportunità per il proprio percorso professionale: nel 2012 la nostra Business School ha infatti avviato anche importanti servizi opzionali di assessment e di orientamento alla carriera per i partecipanti ai Master.

### L'ATTIVITÀ DI PLACEMENT

La Business School svolge un'attività di placement segnalando alle aziende interessate i curricula di tutti i diplomati al fine di concretizzare, anche nei mesi e anni successivi al termine del Master, reali opportunità di lavoro.

Grazie alle segnalazioni della Business School, ogni anno oltre 800 ex alumni entrano in contatto con importanti aziende e istituti finanziari, società di executive search e studi professionali.



# INFORMAZIONI

## CANDIDATI

Giovani laureati e laureandi in discipline socio-economiche, umanistiche e giuridiche con spiccate attitudini di natura cognitiva, relazionale e di problem solving e motivati a inserirsi nel settore.

## DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **10 mesi** (6 di aula e 4 di stage) con inizio il **20 maggio 2013 a Milano** e a **Roma il 27 novembre 2013**.

Orari delle lezioni:

- ▲ dal lunedì al giovedì dalle 9.15 alle 17.15;
- ▲ il venerdì dalle 9.15 alle 13.15.

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli.

## SEDI DEL MASTER

Business School del Sole 24 ORE  
P.zza dell'Indipendenza, 23 b/c -  
00185 Roma

Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano  
Tel. 06 (02) 3022.6372/6379/4123  
Fax 06 (02) 3022.6280

business.school@ilsole24ore.com  
www.formazione.ilsole24ore.com/bs

## COORDINAMENTO DIDATTICO

Il coordinamento didattico del Master è affidato alla dott.ssa **Serena Mola** (ed. Milano) - Tel. 02 3022.3229 serena.mola@ilsole24ore.com e alla dott.ssa **Adriana Anceschi** (ed. Roma) - Tel. 06 3022.3857 adriana.anceschi@ilsole24ore.com

## MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati.

Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- ▲ screening e analisi della domanda di ammissione e del CV;
- ▲ prove scritte e colloquio motivazionale.

Per iniziare il processo di selezione è necessario compilare la **domanda di ammissione on line** sul sito della Business School, nella sezione dedicata al Master, allegando i seguenti documenti:

- ▲ Curriculum Vitae
- ▲ Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- ▲ foto tessera

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff della Business School e alcuni docenti e Diplomi, assistere alla presentazione dettagliata del percorso e sostenere le prove scritte e il colloquio.

Le selezioni terranno conto dei seguenti fattori:

- ▲ risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- ▲ titolo di studio e votazione
- ▲ conoscenza delle lingue straniere
- ▲ eventuale esperienza di lavoro

La dead line per chi intende candidarsi all'ottenimento delle borse di studio è  
- **12 aprile 2013** per Milano  
- **25 ottobre 2013** per Roma

*Dato l'elevato numero di domande, si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni.*

Domande di ammissione, date di selezione e **aggiornamenti** sono disponibili sul sito:

**www.formazione.ilsole24ore.com/bs**

## QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di € 11.500 + IVA comprensiva di tutto il materiale didattico.

### È rateizzabile in tre soluzioni:

Per l'edizione di Milano

- ▲ la prima entro il 20 maggio 2013,
- ▲ la seconda entro il 28 luglio 2013
- ▲ la terza entro il 12 ottobre 2013.

Per l'edizione di Roma

- ▲ la prima entro il 27 novembre 2013,
- ▲ la seconda entro il 20 gennaio 2014
- ▲ la terza entro il 21 marzo 2014.

## BORSE DI STUDIO

Come tradizione della Business School, importanti aziende e società di consulenza mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio a copertura totale o parziale** della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi alle borse di studio è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione on line, allegando i documenti richiesti entro:

- il **12 aprile 2013 per l'edizione di Milano**
- il **25 ottobre 2013 per l'edizione di Roma**

L'assegnazione delle borse di studio avverrà in base a una graduatoria che considera i seguenti criteri:

- ▲ Esito delle selezioni
- ▲ votazione di laurea (uguale o superiore a 105/110 o a 95/100)
- ▲ Conoscenza delle lingue straniere
- ▲ Eventuale esperienza professionale
- ▲ Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune **Regioni o enti territoriali** bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi post-universitari.

La Business School del Sole 24 ORE è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

## FINANZIAMENTI

Al fine di sostenere i partecipanti nella copertura della quota del Master, la Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master.

I dettagli sono disponibili sul sito della Business School.

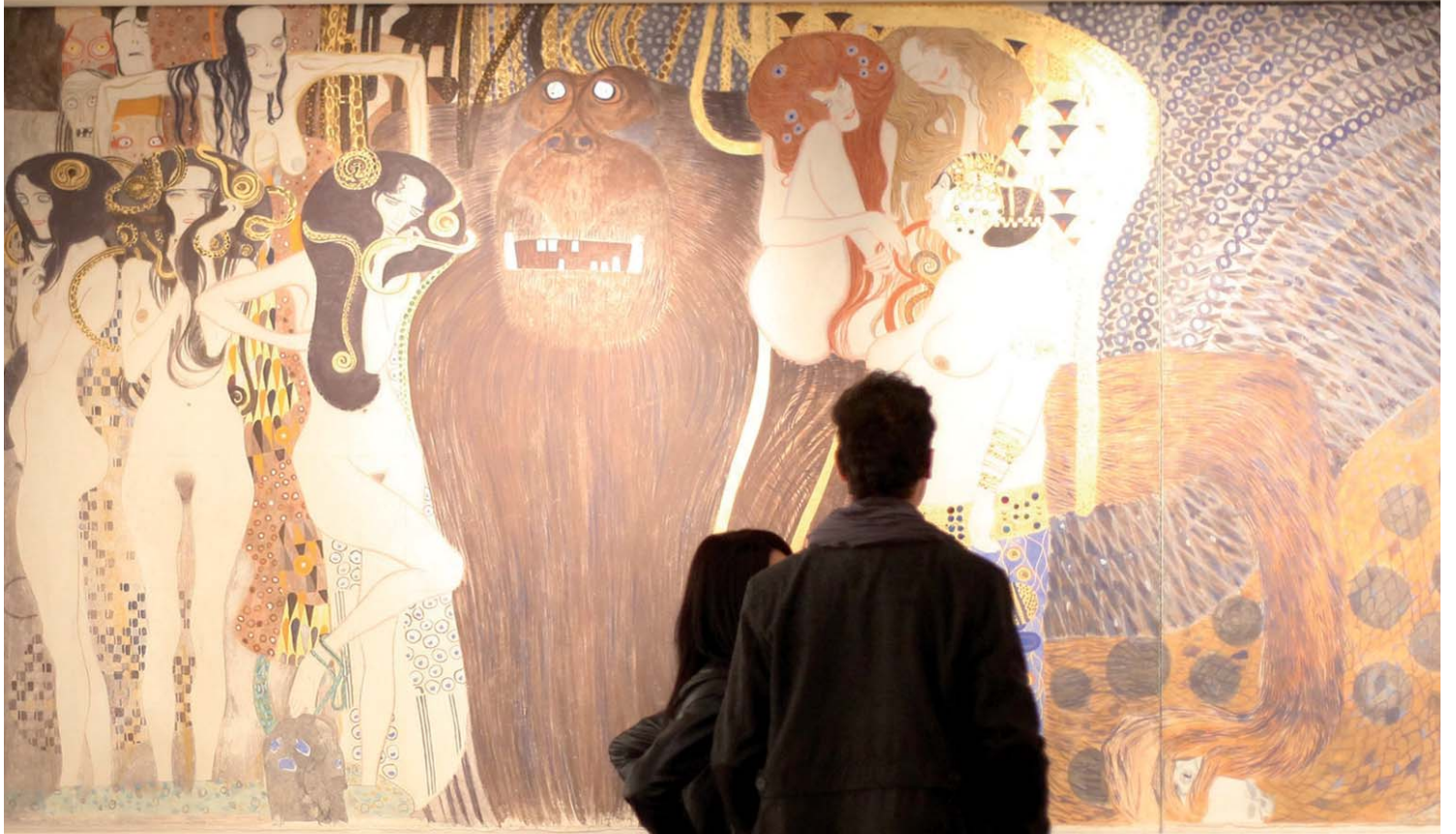


**BANCA SELLA**

## MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

- ▲ **Bonifico bancario**, indicando la sigla **LA5954 - edizione di Milano** **LA6072 - edizione di Roma** da effettuarsi a favore del Sole 24 ORE S.p.A.  
Coordinate bancarie:  
Banco Popolare divisione Lodi  
Piazza Mercanti, 5 - 20123 Milano  
IBAN IT 44 L 05034 01633  
000000167477



# 24 ORE BUSINESS SCHOOL: DA STUDENTE A PROFESSIONISTA.

MASTER FULL TIME PER GIOVANI LAUREATI

CALENDARIO 2013

COSTRUISCI LA TUA CARRIERA IN AZIENDA CON GLI ESPERTI DEL SOLE 24 ORE.

- Acquisisci una specializzazione distintiva e riconosciuta garantita dal Sole 24 ORE
- Entra in contatto con il miglior network di docenti, professionisti e uomini d'azienda
- Realizza uno stage con oltre il 90% delle conferme e inserimento nel mondo del lavoro



## Economia, Banca e Finanza

### 14° MASTER CORPORATE FINANCE & BANKING

Milano, dal 17 giugno

## Marketing, Comunicazione e Digitale

### 18°/19° MASTER MARKETING COMUNICAZIONE E DIGITAL STRATEGY

Milano, dal 20 maggio / Roma, dal 23 ottobre

### 4° MASTER COMUNICAZIONE, PUBLIC AFFAIRS E RELAZIONI INTERNAZIONALI

Roma, dal 22 maggio

### 2° MASTER CONSUMER & RETAIL MANAGEMENT

Milano, dal 28 ottobre

### 14° MASTER MARKETING MANAGEMENT

Parma, dal 28 ottobre

### 15° MASTER COMUNICAZIONE E MEDIA DIGITALI

Milano, dal 18 novembre

## Risorse Umane e Gestione d'Impresa

### 13° MASTER HUMAN RESOURCES

Milano, dal 20 maggio

### 3° MASTER PROJECT MANAGEMENT E SVILUPPO INTERNAZIONALE

Roma, dal 23 ottobre

### 12° MASTER GESTIONE E STRATEGIA D'IMPRESA

Milano, dal 18 novembre

## Fisco e Legale

### 19°/20° MASTER DIRITTO E IMPRESA

Roma, dal 22 maggio / Milano, dall'8 novembre

### 19° MASTER TRIBUTARIO

Milano, dal 14 ottobre

## Master di settore

### 4°/5° MASTER ECONOMIA E MANAGEMENT DELL'ARTE E DEI BENI CULTURALI

Milano, dal 20 maggio / Roma, dal 27 novembre

### 3° MASTER LUXURY & FASHION MANAGEMENT

Milano, dal 20 maggio

### 2° MASTER MANAGEMENT DELL'AMBIENTE, INFRASTRUTTURE E SMART CITIES

Roma, dal 10 giugno

### 4° MASTER MANAGEMENT DELLO SPORT

Roma, dal 23 ottobre

### 7° MASTER MANAGEMENT DELL'ENERGIA E DELLE FONTI RINNOVABILI

Milano, dal 18 novembre

### 5° MASTER MANAGEMENT DEL TURISMO WEB 2.0

Roma, dal 27 novembre

### 2° MASTER DESIGN MANAGEMENT

Milano, dal 18 novembre

### 4° MASTER MANAGEMENT DEL SETTORE SANITÀ, PHARMA E BIOMED

Milano, dal 18 novembre

## PROGETTO SPECIALE

### 2° MASTER INFORMAZIONE MULTIMEDIALE E GIORNALISMO POLITICO-ECONOMICO

Roma, dal 6 giugno - formula part-time

### 3° MASTER INFORMAZIONE MULTIMEDIALE E GIORNALISMO ECONOMICO

Milano, dal 14 novembre - formula part-time

**SELEZIONI IN CORSO**

Oltre 4.000 DIPLOMATI e 200 BORSE DI STUDIO a disposizione dei migliori candidati. FINANZIAMENTI AGEVOLATI con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master. Farai parte della business community del Gruppo 24 ORE.

Brochure, domanda di ammissione e date di selezione [www.formazione.ilsole24ore.com/bs](http://www.formazione.ilsole24ore.com/bs)

Servizio Clienti

tel. 02 (06) 3022.3247/3811/6372/6379

fax 02 (06) 3022.4462/2059/6280

business.school@ilsole24ore.com

GRUPPO **24ORE**

Il Sole 24 ORE Formazione ed Eventi  
Milano - via Monte Rosa, 91  
Roma - piazza dell'Indipendenza, 23 b/c  
Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2008