MASTER II LIVELLO

in

"ART AMBASSADOR"

(I° EDIZIONE)

ROMA

Il consulente d'arte è una figura professionale sempre più ricercata e indispensabile nel mercato della cultura; in una situazione di mercato altamente competitiva, la professione del consulente non può richiedere più soltanto una semplice mediazione: l'Art Ambassador è colui che, forte di una conoscenza approfondita del panorama culturale internazionale, sia in ambito moderno che antico, e di un costante aggiornamento sulle tendenze di mercato, gestisce collezioni d'arte, private o societarie, in termini di cessioni e nuove acquisizioni. Si occupa, inoltre, di diversificare gli investimenti in arte analizzando le proposte più vantaggiose in base alle personali preferenze dei clienti.

OBIETTIVI: Il corso ha come principale scopo l'acquisizione di competenze specifiche nella valutazione delle più varie tipologie di beni artistici in relazione con le proposte e l'andamento di mercato. Contempla l'ottenimento sia di conoscenze indirizzate alla valutazione di opere d'arte antiche e moderne, sia di capacità atte a selezionare e promuovere proposte di arte inedite. Sono materie di studio l'analisi sulle tecniche artistiche, la valutazione sullo stato di conservazione, la lettura dei significati iconologici, per una preparazione tecnica di base che permetta la formulazione di strategie di consulenza efficaci e altamente professionali. Altrettanto risalto viene dato alla formazione nell'ambito della comunicazione culturale anche attraverso la progettazione pratica di strumenti di lavoro quali folder, presentazioni multimediali, schede tecniche d'autentica… Per la funzione di mediatore culturale, durante il corso si affrontano, inoltre, tematiche legate ai vantaggi legali e finanziari degli investimenti in arte, sia per quanto riguarda il collezionismo privato, che per consulenze d'investimento aziendale. Per promuovere le eccellenze della cultura del nostro Paese, molto spesso ancora poco conosciute, sono necessarie strategie di comunicazione che siano in grado di promuovere l'offerta artistica in base a parametri di stile, raffinatezza e qualità: la figura professionale dell'Art Ambassador sa selezionare, veicolare e promuovere quel patrimonio senza limiti che è da tutto il mondo considerato la risorsa principale dell'Italia.

DIDATTICA: Le lezioni saranno suddivise secondo lo schema seguente:

1. *L'ART AMBASSADOR NEL MONDO DEL LAVORO*

2. *GLI STRUMENTI DI LAVORO*
    a. Il folder
    b. Le presentazioni multimediali
    c. I database di opere
3. *LA GESTIONE DELL'APPUNTAMENTO*
    a. Il dress code
    b. L'analisi preliminare
    c. La valutazione della controparte
    d. La presentazione dell'attività
    e. L'approccio all'interlocutore
    f. L'intervista al cliente
4. *LE FASI DI UN INCONTRO*
    a. La presentazione dell'attività
    b. La mission
    c. Il posizionamento nel mercato
    d. La gestione delle obiezioni
5. *LE STRATEGIE DI APPROCCIO CON IL COLLEZIONISTA*
    a. Le motivazioni di acquisto
    b. Il senso di esclusività
    c. Il prestigio, l'investimento e il pregio artistico
    d. I vantaggi fiscali e l'andamento del mercato
    e. Il mercato dell'arte e il mercato finanziario
    f. Il mercato privato e il mercato pubblico
6. *LE TECNICHE ARTISTICHE*
    a. Pezzi Unici (Pittura ad olio - Pittura a Tempera - Acquarello - Scultura - Fotografia)
    b. Pezzi Multipli (Grafiche - Sculture)
7. *LA LETTURA DEI SIGINIFICATI ICONOLOGICI*
8. *LA GESTIONE AMMINISTRATIVA*

a. I documenti amministrativi
b. I contratti
c. La gestione fiscale
d. Diritti e doveri delle parti
e. Le clausole

9. *ANDAMENTI E ANALISI DEL MERCATO DELL'ARTE*
10. *LE CONSULENZE DI MERCATO PER ARTISTI EMERGENTI*
    a. Collezionisti privati
    b. Investimenti aziendali
11. *LE CONSULENZE DI MERCATO PER ARTISTI STORICIZZATI*
    a. Collezionisti privati
    b. Investimenti aziendali
12. *LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER L'ACQUISIZIONE DI SPONSOR*
13. *LE STRATEGIE DI COMUNICAZIONE PER L'ACQUISIZIONE DI PARTNERSHIP*
14. *COME SI PRESENTA UN'ARTISTA*
    a. Cenni Storici
    b. L'aspetto concettuale
    c. Le tecniche
    d. Le opere
    e. La vendita
15. *COME SI PRESENTA UN'OPERA*
    a. La descrizione simbolica e iconologica
    b. La tecnica esecutiva
    c. Il periodo di appartenenza
    d. La provenienza e andamento di mercato dell'autore
16. *COME SI PRESENTA UN CONCEPT*
    a. Le finalità
    b. L'impatto comunicativo

c. La metodologia realizzativa

La Responsabile Didattica del Master è la Dott.ssa Cecilia Paolini, Storico dell'Arte e Membro Icom. Sono previsti durante il periodo del Master anche incontri e approfondimenti presso laboratori e studi di affermati artisti del panorama dell'arte contemporanea. A conferma del metodo didattico orientato sull'esperienza pratica sono organizzate all'interno delle ore di Master conferenze e lezioni di curatori ed esperti che esporranno progetti legati alla loro attività.

A CHI È RIVOLTO: L'accesso al test di ingresso per l'ammissione al Master è riservato ai possessori di laurea specialistica in ambito umanistico - economico, con particolare riferimento per i corsi di studi in scienze della comunicazione e scienze politiche. Sono candidati preferenziali coloro che hanno sostenuto esami riguardanti: economia generale, marketing, sociologia della cultura, semiotica, legislazione dei beni culturali. L'accesso diretto è invece riservato a coloro che hanno frequentato con profitto uno dei due Master di primo livello previsti dall'offerta formativa dell'Associazione G.A.P.

METODOLOGIA: Le lezioni sono improntate su varie tipologie di attività pratiche riguardanti le metodologie di mediazione e comunicazione culturale, di allestimento e gestione degli strumenti lavorativi, sia fisici che multimediali. Sono forniti alla classe casi di studio da analizzare con l'obiettivo di apprendere l'ottimizzazione di un'offerta culturale attraverso la pratica professionale. Le lezioni sono suddivise in base ai vari aspetti dell'attività professionale, dall'arte antica e moderna all'arte contemporanea, dal progetto di sponsorizzazione al co-branding e all'advertising, con particolare attenzione allo sviluppo delle capacità individuali per un orientamento professionale intensivo e specifico. Gli studenti sono seguiti nella realizzazione di un loro personale folder di gestione delle attività, adattato sul campo di applicazione più consono alle inclinazioni personali. Sono previsti incontri con partner dell'organizzazione di vario genere (artisti, collezionisti, sponsor…) e ai migliori studenti viene data l'opportunità di seguire in prima persona alcune trattative.

APPLICAZIONI PRATICHE: Per occuparsi di promozione culturale è necessario conoscere approfonditamente il mondo della cultura e in particolare dell'arte. Per questo durante il corso sono previste visite esterne in studi di artisti, gallerie d'arte e d'antiquariato e, per chi già durante il corso rivela spiccate doti relazionali, affiancamento in trattative riservate. I corsisti, inoltre, sono chiamati a personalizzare, con le proprie idee e seguiti da un team di esperti, le metodologie apprese elaborando strumenti di comunicazione come presentazioni multimediali, folder informativi etc.

PENSANDO AL FUTURO: I migliori studenti, selezionati in base al profitto durante il corso, sarà offerta la possibilità di essere introdotti, con varie tipologie di contratto a seconda dei casi, in gallerie d'arte di alto profilo. I partner con cui

lavora la G.A.P. sono di comprovata qualità ed esperienza, in modo da garantire un serio e decisivo avviamento alla carriera.

PERIODO E SEDI: Il corso si terrà a partire dal 2 Maggio 2013. Gli orari previsti sono dalle ore 9.30 alle ore 13.30 e dalle 14.30 alle 18.30 presso l'Hotel dei Congressi, sito in via Shakespeare 29 (Metro "B" - EUR Fermi), a Roma. La G.A.P. si riserva di modificare date ed orari delle lezioni qualora coincidessero con festività o impegni dell'Associazione. La frequenza è obbligatoria per ottenere l'attestato finale di partecipazione. Eventuali imprevisti a giustificazione delle assenze, che non potranno comunque superare il 15% delle lezioni, dovranno essere tempestivamente comunicati all'organizzazione.

CALENDARIO DELLE LEZIONI:

02.05.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

09.05.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

16.05.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

23.05.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

30.05.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

06.06.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

13.06.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

20.06.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

27.06.2013 (09.30/13.30 – 14.30/18.30)

PREZZO: Il costo di iscrizione al Master è pari a € 950. Per iscriversi, dopo aver ricevuto dalla Segreteria il certificato di ammissione, è necessario versare la quota di iscrizione pari a € 100. La restante quota di partecipazione potrà essere versata in un'unica soluzione entro 10 giorni dall'inizio del corso oppure suddivisa mensilmente in due tranche da € 425 entro i primi dieci giorni del mese. La quota di iscrizione dovrà essere versata entro e non oltre il decimo giorno a seguito della conferma, da parte della G.A.P., dell'idoneità alla frequentazione.

AGEVOLAZIONI: In caso di iscrizione contestuale ad un percorso formativo di I° Livello viene accordata un prezzo pari a complessivi € 1.600 anziché € 1.750. Se interessati a questa agevolazione si può contattare la nostra Amministrazione per maggiori dettagli.

MODALITA' DI ACCESSO: Il Master prevede un massimo di 7 partecipanti che saranno scelti in base al curriculum da allegare alla domanda di iscrizione ed eventuale colloquio di selezione. Per inviare la documentazione sono a disposizione i seguenti riferimenti:

- E-mail: **selezione@associazionegap.it**

- Fax: **06.233290877**

INFO: Per qualsiasi informazione o chiarimento sono a disposizione i seguenti riferimenti:

- Tel: **06.9360201**

- Mobile: **349.7782748 - 392.3327575**

- E-mail: **formazione@associazionegap.it**