

MASTER
**MANAGEMENT DELL'ARTE
E DEI BENI CULTURALI**

AULA A ROMA E ONLINE IN LIVE STREAMING

DAL 23 NOVEMBRE 2020 | 6 MESI D'AULA FULL TIME E 6 MESI DI STAGE

3° EDIZIONE

Un futuro a regola d'arte.



I PARTNER DEL MASTER



Artshell

AUGMENTA



digitalfun



la terra dei miti



TUO MUSEO

MEDIA PARTNER

artedossier



SISTEMA DI GESTIONE
QUALITÀ CERTIFICATO



UNI EN ISO 9001:2015

GUARDIAMO AL FUTURO. IL TUO.

Dal vasto patrimonio culturale del Gruppo Giunti, con oltre un secolo di tradizione editoriale, nasce **GIUNTI ACADEMY – School of Management** con un’offerta formativa innovativa e di eccellenza dedicata a neolaureati, manager e professionisti sui temi di:

**ECONOMIA &
MANAGEMENT**

**HUMAN
RESOURCES**

**FOOD
& WINE**

**INNOVAZIONE
E TRASFORMAZIONE
DIGITALE**

**ARTE, CULTURA
E TURISMO**

SANITÀ

L’offerta formativa trova una continua fonte di innovazione e di aggiornamento nei contenuti editoriali del Gruppo Giunti. Un’offerta che si contraddistingue per il prestigio e l’autorevolezza degli Autori, l’alta qualità dei contenuti, l’integrazione con un network di eccellenza attraverso le partnership con le più importanti realtà aziendali e istituzionali.

L’offerta si compone di:

- **Master full time** con stage per giovani laureati.
- **Master part time** per manager, imprenditori e professionisti.
- **Progetti su misura per le imprese.**
- **Servizi di consulenza e supporto alla carriera e alla crescita personale.**

La didattica di Giunti Academy punta sul talento di ogni singola persona e si propone di sviluppare abilità e competenze professionali, attraverso metodi didattici innovativi, offrendo un’importante opportunità di ingresso e di crescita nel mondo del lavoro.

I NOSTRI OBIETTIVI:

**VALORIZZARE I TALENTI, MAPPARE E SVILUPPARE LE COMPETENZE, RAFFORZARE LA LEADERSHIP
PER FAR CRESCERE LE PERSONE E LE IMPRESE.**



Master

Management dell'Arte e dei Beni Culturali

6 MESI FULL TIME | 6 MESI DI STAGE

Orari di frequenza

LUNEDÌ dalle 14.00 alle 17.00

DAL MARTEDÌ AL GIOVEDÌ dalle 9.30 alle 17.30

Sedi del Master

ROMA - ONLINE IN LIVE STREAMING



Obiettivi

Il sistema Arte e Beni Culturali rappresenta una delle **risorse strategiche per il nostro Paese** ed è costituito non solo da musei, siti archeologici e gallerie ma anche da fondazioni e realtà imprenditoriali che offrono **importanti opportunità professionali**.

È dunque importante rispondere a un mercato in trasformazione attraverso la **formazione** di figure professionali che siano in grado di gestire non solo i contenuti artistici ma anche gli aspetti legali, manageriali e di sviluppo dei diversi ambiti di azione del settore culturale.

Il Master si propone di fornire:

- gli strumenti per la **gestione economica e progettuale** di iniziative che nascono nell'ambito dei beni e dei servizi culturali monitorandone **l'evoluzione**.
- le **competenze tecniche essenziali** per la formazione di professionisti altamente specializzati, dotati di una **visione manageriale innovativa e internazionale** che consenta loro di inserirsi in un settore estremamente complesso ma dalle enormi opportunità di crescita e sviluppo occupazionale.

A chi si rivolge

Il Master è riservato a laureandi e ai laureati in discipline socio-economiche, umanistiche e giuridiche interessati a formarsi e a indirizzare la propria carriera nel management culturale.



Il Master permette di:

1

ACQUISIRE CAPACITÀ E COMPETENZE MANAGERIALI ALTAMENTE SPECIALIZZATE IN AMBITI COMUNEMENTE NON AFFRONTATI DALLA FORMAZIONE UNIVERSITARIA

2

SVILUPPARE IL TALENTO INDIVIDUALE ATTRAVERSO METODOLOGIE E APPROCCI DIDATTICI INNOVATIVI E FORTEMENTE OPERATIVI

3

FACILITARE L'INSERIMENTO IN UN CONTESTO LAVORATIVO DI SUCCESSO, IN ITALIA O ALL'ESTERO, CON RUOLI CHE RICHIEDONO ELEVATE COMPETENZE MANAGERIALI

Sbocchi professionali

- enti e società specializzate nel recupero, nell'esposizione e nella conservazione dei beni culturali
- istituzioni culturali nazionali e internazionali profit e non profit
- case d'asta, gallerie d'arte, antiquari, fiere d'arte
- banche, fondazioni bancarie, compagnie di assicurazione e società che investono in progetti culturali
- società che operano nel mondo della comunicazione
- teatri, radio, periodici, case editrici specializzate nella stampa d'arte, biblioteche
- società di servizi: provider di contenuti, banche dati, art advisor, art consulting
- società di organizzazione di eventi e mostre
- festival, biennali, rassegne espositive
- istituzioni del turismo che operano in Italia e all'estero
- società di consulenza specializzate nella realizzazione di progetti turistici e culturali

AMMISSIONE DEGLI STUDENTI STRANIERI

Le lezioni si svolgono in lingua italiana, per gli studenti stranieri che desiderano frequentare il Master è messo a disposizione un corso di lingua italiana presso la nostra Academy.

Percorso didattico

**LA DURATA
È DI 12 MESI
E SI ARTICOLA
IN DUE FASI:**

1

FORMAZIONE IN AULA E IN LIVE STREAMING

della durata di **6 mesi**, con frequenza obbligatoria, composta da: lezioni, webinar, laboratori didattici, esercitazioni pratiche, business game, visite guidate, testimonianze, test di verifica dell'apprendimento. Si conclude con la sperimentazione attiva delle competenze progressivamente acquisite attraverso l'elaborazione di **un project work finale in collaborazione con importanti realtà del settore culturale.**

2

STAGE

della durata di **6 mesi** di carattere pratico-operativo che si realizza attraverso la formazione "sul campo": uno stage formativo da svolgere in Italia o all'estero.

Diploma

Al termine del percorso formativo (aula + stage) viene rilasciato il **Diploma di Master** previo:

- superamento delle verifiche di apprendimento previste durante il periodo di aula
- completamento dei 6 mesi di stage previsti al termine delle lezioni in aula
- stesura tesi finale in formato digitale per mettere in luce le competenze acquisite durante il periodo di stage.

Metodologia e materiale didattico

La metodologia didattica adottata è **fortemente innovativa e orientata all'operatività.**

La docenza è affidata a specialisti del settore, manager, consulenti e professori universitari che assicurano un apprendimento diretto e concreto tramite l'analisi e la discussione di **case history** ed **esercitazioni pratiche.**

Sono inoltre previsti:

- interventi di professionisti del settore e **testimonianze** aziendali;
- **study tour, outdoor e visite** tecniche presso musei, gallerie d'arte, teatri, case d'asta, imprese del settore.

Tutti i partecipanti avranno a disposizione, in formato digitale, le **dispense** appositamente realizzate dai docenti. Grazie al **vasto patrimonio editoriale del Gruppo Giunti nel settore culturale** saranno inoltre distribuiti **testi** selezionati ad hoc e le riviste **Art e Dossier** e **Archeologia Viva.**

Percorso di mappatura e sviluppo delle competenze manageriali

Grazie all'esperienza di **Giunti Psychometrics** – specialista nella valutazione del fattore umano – ciascun partecipante al Master è **guidato e seguito in un processo di mappatura, valutazione e sviluppo delle proprie competenze**, tramite la somministrazione di test dal valore metodologico riconosciuto e tramite percorsi di orientamento che hanno l'obiettivo di rendere il periodo di stage, previsto alla fine del percorso di sei mesi di aula, il più proficuo possibile.

Secondo un processo che si articola in tre fasi – ammissione, monitoraggio e analisi dei risultati – sarà possibile individuare un insieme di caratteristiche individuali che danno origine ai comportamenti abituali messi in atto dalle persone nei diversi contesti e soprattutto individuare le aree di miglioramento su cui si focalizzeranno i percorsi di sviluppo messi in atto durante la fase di aula.

FASE DI AMMISSIONE ... ➔ **FASE DI MONITORAGGIO** ... ➔ **ANALISI DEI RISULTATI**

Il test più utilizzato per misurare i tratti di personalità è il **BFQ-2**, basato sulla teoria dei **Big Five**, che individua cinque dimensioni fondamentali per la descrizione e la valutazione della personalità: **Energia, Amicalità, Coscienziosità, Stabilità Emotiva e Apertura Mentale**.

Grazie alla valutazione delle capacità psicometriche avanzate compiuta con la somministrazione del test **BFQ-2** e di altri test trasversali oltre che tramite la partecipazione a **laboratori di coaching e team building, leadership e personal branding** effettuati durante i sei mesi di Master, ciascun partecipante sarà guidato in un reale percorso di crescita professionale, individuando i **propri punti di forza e di debolezza e confrontandosi con le sfide che un Manager culturale** deve quotidianamente affrontare.



Alla fine del Master, ogni partecipante avrà delineato il proprio **profilo manageriale** da presentare alle aziende o alle società di consulenza per lo stage finale, che costituisce parte integrante del percorso formativo e un momento fondamentale per lo sviluppo ulteriore delle proprie competenze.



Aree tematiche

IL MONDO DELL'ARTE:
IL MERCATO, GLI ATTORI,
GLI INVESTIMENTI

L'ORGANIZZAZIONE
E IL MANAGEMENT DI
EVENTI CULTURALI

L'ORGANIZZAZIONE
E LA GESTIONE DELLE
STRUTTURE MUSEALI

IL MARKETING
E LA COMUNICAZIONE
DEI BENI CULTURALI

LA NARRAZIONE
DELL'ARTE

LA DIGITAL
TRANSFORMATION
NELLA GESTIONE DEI
BENI CULTURALI

DIRITTO, FISCALITÀ E
ASSICURAZIONE DEI
BENI CULTURALI

GLI INVESTIMENTI
E LE POLITICHE
DI FINANZIAMENTO

LA RELAZIONE
INTEGRATA TRA
TURISMO, BENI
CULTURALI E TERRITORIO

IL SISTEMA PRODUTTIVO
CULTURALE

Corsi propedeutici

- Economics d'impresa: capire il bilancio e i dati economico finanziari, il business plan, il budget e l'analisi dei costi
- Basic di marketing e comunicazione
- Le Istituzioni culturali: il ruolo svolto, il pluralismo nella Costituzione della Repubblica Italiana, Associazioni e Fondazioni culturali
- Arte Contemporanea (dal 1950 ad oggi)

PROGRAMMA

IL MONDO DELL'ARTE: IL MERCATO, GLI ATTORI, GLI INVESTIMENTI

- **Il mercato dell'arte: caratteristiche e specificità**
 - La storia e le origini del mercato dell'arte.
 - Il mercato primario e secondario.
 - Case d'asta, gallerie, collezionisti e fiere.
 - Art Banking e Art Advisor.
 - Il collezionismo d'arte: dalle collezioni private alle collezioni corporate.
- **La valorizzazione dei beni culturali**
 - Enti, istituzioni, associazioni che gestiscono e promuovono il patrimonio artistico e culturale.
 - Modelli di gestione dei beni culturali in Europa e nel mondo.
- **Come si determina il valore dell'arte**
 - I criteri per la stima di un'opera d'arte.
 - Il sistema di approvvigionamento delle opere d'arte.



FOCUS:

Mappatura, consultazione e utilizzo delle principali banche dati.

L'ORGANIZZAZIONE E IL MANAGEMENT DI EVENTI CULTURALI

- **Il project management: le competenze gestionali per organizzare un evento culturale**
 - Il progetto e le sue fasi: ideazione, esecuzione, monitoraggio, valutazione e chiusura.
 - La progettazione e la gestione economica di una mostra o di un evento culturale.

L'ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE DELLE STRUTTURE MUSEALI

- **L'organizzazione di una mostra**
 - Le attività e i professionisti.
 - Gli aspetti assicurativi: messa in sicurezza, trasporto e conservazione delle opere.
 - La circolazione delle opere d'arte: import-export, IVA e dogane.
 - L'allestimento di una mostra.
 - I servizi correlati: bookshop, biglietteria, didattica e visite guidate.

- **La gestione museale**
 - Il controllo di gestione del museo: budget, controllo dei costi e reporting.
 - Il network museale a livello locale e nazionale.
 - Custodia, esposizione, conservazione e restauro.
 - Il sistema architettonico del Museo.
 - Criteri di base nell'allestimento museale, le nuove tecniche di illuminazione e l'attenzione verso nuovi materiali.



ESERCITAZIONE:

Redazione ed analisi del bilancio di un museo.

IL MARKETING E LA COMUNICAZIONE DEI BENI CULTURALI

- **Il marketing e la comunicazione culturale**
 - Il marketing della cultura.
 - La profilazione e il comportamento di acquisto del consumatore di arte e cultura.
 - Integrazione tra strategie di marketing e nuovi modelli di comunicazione emozionale.
 - Storytelling culturale e social interface.
 - Raccontare l'arte al grande pubblico: media, riviste di settore, cataloghi di mostre.
 - Netnografia e strategie digitali per il mercato editoriale.



ESERCITAZIONE:

Lo sviluppo di un piano marketing e comunicazione di una mostra d'arte contemporanea

- **L'arte come strumento strategico per la comunicazione di impresa**
 - Corporate collection, sponsorizzazioni e investimenti in arte.
 - La Corporate Social Responsibility: un'opportunità per i beni culturali.

LA NARRAZIONE DELL'ARTE

- **Il ruolo del critico d'arte: analisi e valutazione delle opere**

- Il rapporto tra critica e storia dell'arte.
- Arte e giornalismo.
- Cataloghi, libri, riviste.
- La collaborazione tra artisti e stamperie: la stampa d'arte.
- I blog d'arte: saper scrivere d'arte.
- L'arte di raccontare l'arte: tecniche di storytelling.
- Biblioteche di consultazione e luoghi d'arte.
- Il Servizio Bibliotecario Nazionale.
- I cataloghi on-line delle biblioteche in Italia e nel mondo.



ESERCITAZIONE:

Come realizzare una pubblicazione d'arte (dal timone alla stampa)

LA DIGITAL TRANSFORMATION NELLA GESTIONE DEI BENI CULTURALI

- **Innovazione Digitale nei Beni e nelle Attività Culturali**

- Le tecnologie digitali a supporto del customer engagement: Chatbot, Social media monitoring, realtà aumentata.
- Dalla mostra multimediale all'interactive exhibition.
- La digitalizzazione iconografica e degli archivi storici.
- Applicazioni mobile per la valorizzazione del patrimonio.

- **Il museo come organizzazione digitale**

- Intelligenza artificiale, machine learning, blockchain: comel'innovazione entra nel museo.
- Le nuove figure professionali a supporto della strategia digitale del museo: digital strategy manager e data scientist.

- **Edutainment e gamification per la cultura**

- La divulgazione della cultura attraverso i canali digitali: multimedialità, edutainment, blog e live communication.
- Gamification e Playable museum: come cambia l'esperienza del visitatore.



PROJECT WORK:

Ideazione di un videogame per la promozione museale.

DIRITTO, FISCALITÀ E ASSICURAZIONE DEI BENI CULTURALI

- **Fonti normative e forme di tutela**

- Diritto e Arte a confronto.
- La legislazione italiana ed internazionale dei beni culturali.

- **La contrattualistica**

- I contratti pubblici e privati relativi ai beni culturali.
- Il contratto di prestito, imballaggio, trasporto e deposito delle opere d'arte.
- I contratti assicurativi delle opere d'arte.
- Il contratto di compravendita.
- Le principali funzioni della SIAE.



- **Fiscalità delle opere d'arte**
 - Fiscalità di vantaggio dei beni culturali.
 - Iva, Intrastat e dogane.
- **La tutela dei beni culturali nel diritto penale**
 - I reati contro i beni culturali.
 - Le responsabilità penale, il quadro sanzionatorio e il furto di un'opera d'arte.
 - La normativa sullo scavo clandestino.

GLI INVESTIMENTI E LE POLITICHE DI FINANZIAMENTO

- **Le fonti di finanziamento pubblico e privato**
 - I finanziamenti europei per il terzo settore.
 - I finanziamenti pubblici per cultura: sovvenzioni, premi, contributi.
 - I finanziamenti privati: investimenti, donazioni sponsorizzazioni.
- **Il fundraising culturale**
 - Il ciclo del fundraising e le principali modalità di raccolta fondi.
 - Le strategie di comunicazione per il reperimento di fondi.
 - Le azioni di marketing per lo sviluppo di un piano di fundraising.
 - La progettazione culturale: le opportunità oltre i fondi, gli elementi di base, le variabili di contesto.

LA RELAZIONE INTEGRATA TRA TURISMO, BENI CULTURALI E TERRITORIO

- **Il turismo culturale**
 - La connessione tra sostenibilità, patrimonio culturale e turismo.
 - Come nasce un distretto culturale.
 - Strategie di comunicazione e promozione turistica dei beni e degli eventi culturali.
 - Il Digitale come strumento per incrociare i bisogni del turista con le possibilità offerte da un territorio culturalmente "multidimensionale".
 - Esercitazione: brainstorming di idee innovative per la promozione del patrimonio culturale in un'ottica turistica.



FOCUS:

Il turismo archeologico.

IL SISTEMA PRODUTTIVO CULTURALE

- **La cultura muove l'economia: le industrie culturali**
 - Il mercato e l'industria del cinema.
 - Il teatro come forma d'arte.
 - Lo spettacolo incontra l'arte.
 - La pubblicità diventa arte: packaging, illustrazione, fotografia.
 - L'interazione tra moda e cultura.

Faculty

Alfredo Accatino

Chief Creative Officer, Filmmaster Events

Marco Amato

Business Development Manager & Museum Manager
Lavazza Eventi,
Member Board of Directors presso MUSEIMPRESA

Andrea Ansuini

Auction Manager, Ansuini 1860 Aste

Patrizia Asproni

Presidente, Museo Marino Marini
Presidente, Confcultura

Matteo Bellenghi

Art Dealer & Curator

Claudio Bocci

Presidente, Federculture

Pasquale Borriello

CEO, Arkage

Sergio Campagnolo

CEO, Studio ESSECI

Sandro Cappelletto

Scrittore, Storico e Critico musicale italiano

Benedetta Carpi De Resmini

Curatore, Latitudo Art Project

Giulia Centonze

Cataloguer, Christie's

Chiara Cola

Image creator, textile designer

Aldo Colonetti

Filosofo, Facoltà di Design, Politecnico di Milano

Francesca Conti

Direttore di produzione, Space

Adelaide Corbetta

Founder, Adicorbetta

Francesco Luca Costa Sanseverino di Bisignano

Strategy Management & International Business
Development Consultant

Simona Cresci

Giornalista e Critico d'arte, Studio Arte15

Giovanni Crupi

Head of Development, Museo della Scienza

Micol D'Andrea

Omnichannel Marketing Manager

Angela D'Arrigo

Founder, Meetcultura

Federico De Cesare Viola

Giornalista e Critico enogastronomico, Brand Ambassador
e Direttore editoriale, FOOD&WINE Italia

Chiara Di Loreto

Business Director, GTB - WPP

Silvia D'Ippolito

Art and Lifestyle Specialist

Piero Feltrinelli

Creative Director, Augmenta

Ilaria Ferraris

Caporedattore, Art e Dossier

Arturo Galansino

Direttore, Palazzo Strozzi

Chiara Giannotti

Wine&Spirit Expert, Ansuini 1860 Aste

Paolo Giulini

Co-founder & VP offer development, Musement

Sam Habibi Minelli

Head of The Business Innovation Unit, GruppoMeta

Fabio Isman

Giornalista e scrittore

Daniela Lancioni

Senior Curator, Palazzo delle Esposizioni

Michele Lanzinger

Direttore, MUSE - Museo delle Scienze

Massimo Lapucci

Segretario Generale, Fondazione CRT

Giorgio Lauretta

Amministratore Delegato, TOSC - TicketOne Sistemi Culturali

Antonio Libonati

Presidente, Associazione Italiana Giovani per l'UNESCO

Alberto Maestri

Senior Advisor

Marco Maffei

Docente di Revisione Aziendale, Università di Napoli Federico II

Gilda Magni

Architetto Lighting Designer, Acea

Gianfranco Maraniello

Critico d'Arte, Professore, IULM Milano

Maria Adelaide Marchesoni

Giornalista pubblicista

Davide Milani

Presidente, Fondazione Ente dello Spettacolo

Giovanni Pagliarulo

Avvocato Patrocinante in Cassazione, Studio Giovanni Pagliarulo & Associati

Ghislaine Pardo

Responsabile Ufficio Prestiti e Registrar, Arthemisia

Renato Pennisi

Director, Senior Specialist of Modern and Contemporary Art Christie's Italy

Claudio Pescio

Direttore editoriale, Art e Dossier

Pier Luigi Petrillo

UNESCO Chair Professor in Intangible Cultural Heritage and Comparative Law - Membro effettivo dell'Evaluation Body dell'UNESCO

Domenico Piraina

Direttore, Palazzo Reale e dell'Area Polo Mostre e Musei scientifici milanesi.

Luca Ponzio

CEO, Haltadefinizione

Piero Pruneti

Direttore, Archeologia Viva

Raffaele Porcelli

Amministratore Delegato, Gebart

Ludovico Pratesi

Storico e critico d'arte contemporanea

Federica Romano

Avvocato, Studio Arte15

Alessandro Rubini

Programme Officer, Fondazione Cariplo

Antonio Scuderi

Founder & CEO, Capitalecultura

Erminia Sciacchitano

Chief Scientific Advisor of the European Year of Cultural Heritage 2018

Stefania Suma

Architetto, Storico dell'arte

Giorgio Tela

Dottore Commercialista e Revisore contabile

Fiammetta Terlizzi

Responsabile Comunicazione e Rapporti istituzionali, Biblioteca Angelica

Francesco Saverio Teruzzi

Artivatore, Fondazione Pistoletto Terzo Paradiso

Clara Tosi Pamphili

Presidente, A.I. Artisanal Intelligence

Michele Trimarchi

Professore Ordinario di Economia Pubblica, Università Magna Graecia di Catanzaro

Antonio Valentino

Presidente, Associazione Giovani Collezionisti

Anselmo Villata

Presidente, Istituto Nazionale d'Arte Contemporanea

Fabio Viola

Gamification designer, Presidente, TuoMuseo

Guido Vitali

Responsabile Dip. Arte Contemporanea, Wannenes Art Auctions

Filippo Zevi

Imprenditore culturale

Laboratori - corsi - project work

LABORATORI E CORSI

CULTURAL HERITAGE STORYTELLING

BUSINESS E LIFE COACHING
PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE MANAGERIALI E DI LEADERSHIP

BUSINESS ENGLISH

DIGITAL BUSINESS PER IL SETTORE CULTURALE

BLOG DEL MASTER IN COLLABORAZIONE CON **artedossier**

PROJECT WORK "L'ORGANIZZAZIONE DI UNA MOSTRA"

La partecipazione attiva alle varie fasi di realizzazione del project work rappresenta un momento di verifica delle competenze acquisite durante il percorso formativo e di contatto con le istituzioni e le aziende del settore culturale.

INFORMAZIONI, AMMISSIONI E SELEZIONI

Il Master è a numero chiuso ed è previsto un processo di selezione che misura motivazione e attitudini personali. Tale processo consente di verificare l'idoneità dei profili dei candidati alla partecipazione al Master e se il Master corrisponde alle loro aspettative. Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

PRIMA FASE

PROVA SCRITTA CON LO SVOLGIMENTO DI 1 TEST DI INGLESE
E 1 TEST DI LOGICA SVILUPPATI DA GIUNTI PSYCHOMETRICS

SECONDA FASE

COLLOQUIO MOTIVAZIONALE

Costituiranno elementi di valutazione ai fini dell'ammissione al Master:

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

Domanda di ammissione e aggiornamenti sono disponibili sul sito:

www.giuntiacademy.com

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione è di € 10.000 + IVA, dilazionabile in 3 rate di pari importo e senza interessi. La prima rata dovrà essere corrisposta entro il primo giorno di inizio delle lezioni. Sono disponibili alcune **borse di studio** ed è possibile accedere a **prestiti d'onore** messi a disposizione da istituti di credito convenzionati.

BORSE DI STUDIO

Giunti Academy offre ai candidati under 30 ritenuti meritevoli **borse di studio a copertura parziale** della quota di partecipazione. L'assegnazione delle borse di studio verrà stabilita a insindacabile giudizio dei coordinatori del Master e terrà conto dei seguenti criteri:

- Esito delle selezioni (test e colloquio motivazionale).
- Titolo di studio e votazione pari o superiore a 105/110 o 95/100.
- Conoscenza di una o più lingue straniere.
- Situazione economico-finanziaria.

È disponibile una **borsa di studio a copertura totale** della quota di partecipazione per un/a candidato/a meritevole e desideroso/a di svolgere attività di *tutoring* durante la formazione in aula e in live streaming.

Per candidarsi è necessario compilare il campo "*Borse di Studio*" nella domanda di ammissione online sul sito, allegando i documenti richiesti.

artedossier, la prestigiosa rivista che racconta l'arte e i suoi protagonisti, mette a disposizione una borsa di studio a totale copertura della quota di iscrizione al Master. Per conoscere i requisiti e per maggiori informazioni consultare la pagina del Master sul sito www.giuntiacademy.com

COORDINAMENTO DIDATTICO

Sara Cartolano

Tel: +39 3398792700

sara.cartolano@giuntiacademy.com

È possibile prenotare un colloquio informativo e di orientamento con il coordinatore didattico.

SCOPRI TUTTA L'OFFERTA FORMATIVA SU

GIUNTIACADEMY.COM

