

Proposta Project Work

Anno scolastico 2023-2024

A scuola d'impresa. L'Italia nei nostri musei e archivi d'impresa

Museo Ferragamo

Dettagli della proposta

TITOLO	<i>Il museo di moda: conservare, conoscere, valorizzare</i>
DESTINATARI	Studenti del triennio della Scuola secondaria di II grado. Tutti gli indirizzi di studio.
CAPACITÀ che si intende sviluppare	<ul style="list-style-type: none">- Lavorare con gli altri in maniera costruttiva;- Creatività e immaginazione;- Riconoscere e realizzare le opportunità di valorizzazione personale, sociale o commerciale mediante.
TEMA/ARGOMENTO	Gli studenti dovranno ideare un contenuto digitale in linea con le nostre modalità comunicative, studiando la mostra in corso e i materiali d'archivio , esplorando la relazione tra i progetti espositivi del Museo Ferragamo e l'attività retrostante dell'Archivio Storico Ferragamo.
DESCRIZIONE DEL PROGETTO	<p>Gli studenti visiteranno le nostre sedi e saranno guidati in una sessione formativa. La lezione sarà dedicata a tre momenti, ognuno concatenato all'altro e di fondamentale importanza: conservare, conoscere, valorizzare.</p> <p>La comprensione di tali concetti è infatti necessaria per essere in grado di rivolgersi agli utenti esterni al fine di promuovere il museo d'impresa ed il suo archivio, inclusi i valori di cui sono custodi.</p> <p>Sessione formativa:</p> <ol style="list-style-type: none">1. CONSERVARE Verrà stimolata una <u>riflessione sul significato e sull'importanza dell'azione di conservazione</u> attraverso un focus su come vengono conservati i materiali presso l'Archivio Ferragamo e su quali sono le problematiche che ci troviamo davanti (nuclei eterogenei, scelta di metodi e metodologie, valutazione di interventi di restauro, etc.). Gli studenti si troveranno immersi nella realtà dell'archivio e l'obiettivo sarà far capire loro perché è necessario adottare le migliori misure possibili in termini di conservazione del patrimonio archivistico.2. CONOSCERE Studiare i documenti e i prodotti che l'archivio conserva è necessario per conoscere la storia dell'impresa. La storia aziendale è infatti composta di infinite storie concatenate, molte delle quali ancora da scoprire. Gli studenti avranno la <u>possibilità di conoscere e approfondire in prima persona la storia del brand tramite lo studio e l'analisi di prodotti e documenti</u> quali corrispondenza, campagne fotografiche e pubblicitarie, rassegna stampa, che potranno condurli a nuove potenziali scoperte.3. VALORIZZARE Come far conoscere e tramandare la nostra realtà: ecco il momento della più importante per la promozione del patrimonio museale e d'archivio. <u>Come si può creare un contenuto strutturato e denso di</u>

	<p>significati che racconti l'Heritage di un'azienda? Attraverso un percorso ricco di esempi come mostre temporanee, progetti editoriali, laboratori, convegni, campagne social e vari tipi di comunicazione d'impresa, etc. gli studenti saranno guidati nella progettazione di un contenuto digitale.</p> <p>La classe sarà poi divisa in tre gruppi, ognuno dei quali sceglierà un diverso format di contenuto digitale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Newsletter</u> <i>Sviluppo di contenuti</i>: <ul style="list-style-type: none"> - definizione delle macro-tematiche da trattare nella newsletter a partire dalla tematica madre individuata dalla classe; - definizione delle modalità editoriali (Es: scelta contenuti grafici/visuali, definizione tone and style, etc.); - stesura dei contenuti testuali; - programmazione di condivisione e identificazione del target. 2. <u>Campagna social</u> <i>Sviluppo di una campagna editoriale per i social media (multichannel)</i>: <ul style="list-style-type: none"> - generazione di idee creative per le campagne social: sviluppo di uno o più concept di comunicazione; Pianificazione dei contenuti: <ul style="list-style-type: none"> - individuazione della durata del piano e delle sue caratteristiche; - individuazione del pubblico di riferimento; individuazione delle singole tematiche dei contenuti; - definizione frequenza dei post; - individuazione obiettivi di coinvolgimento; - definizione delle modalità editoriali (es: scelta contenuti grafici/visuali, definizione tone and style, etc.). 3. <u>Magazine digitale</u> <i>Il digital magazine è un pubblicazione periodica caratterizzata dalla finalità no-profit e dall'immediatezza dei contenuti</i>: <ul style="list-style-type: none"> - adattamento della tematica madre individuata dalla classe al format e generazione di un titolo; - definizione delle macro-tematiche da affrontare negli articoli a partire dalla tematica madre individuata dalla classe; - stesura di contenuti testuali; - definizione dei metodi di diffusione/distribuzione. <p>A ciascun gruppo di studenti, vagliate le loro preferenze, sarà affidato un format che diventerà l'output del project work, ovvero ciò che ciascun gruppo dovrà produrre.</p> <p>La classe, guidata dall'insegnante e dal personale del Museo Ferragamo, sceglierà di una o più tematiche tra quelle proposte che saranno il concept guida per la realizzazione del contenuto. Verrà condiviso un «programma di lavoro» con deadline per organizzazione delle attività da svolgere in autonomia con monitoraggio e follow up da parte del nostro personale.</p>
RISULTATO ATTESO	Una proposta di newsletter, una campagna social, un digital magazine.
TEMPI DI REALIZZAZIONE PREVISTI	Totale complessivo delle ore previste n. 18 così strutturate:

	<ul style="list-style-type: none"> - 1.5 ore per la visita alla mostra presso Museo Ferragamo (Firenze) e 1.5 per la visita all'Archivio Ferragamo (Osmannoro, Sesto Fiorentino, FI); - 2 ore per sessione formativa lezione con riflessione e condivisione di esempi sulle tematiche importanti legate al museo di moda e alla sua promozione (<i>conservare, conoscere, valorizzare</i>) per dare agli studenti gli strumenti per affrontare il Project Work; - 1 ora per l'organizzazione del Project Work; - 12 ore stimate per la realizzazione di uno dei format.
MATERIALI E STRUMENTI UTILIZZABILI	<p><u>Per la fase di ricerca:</u> gli studenti avranno a disposizione materiale di archivio (consultabile presso l'archivio storico), riviste, cataloghi di mostre, esempi di eventi culturali, esempi di comunicazione del Museo e dell'Archivio.</p> <p><u>Per la fase realizzativa:</u> strumenti digitali da valutarsi.</p>
METODOLOGIE PREVISTE	<ul style="list-style-type: none"> - Visita di museo e archivio Ferragamo; - lezione frontale con esempi diretti di professionisti; - lavoro di gruppo coordinato dai professionisti del museo.