

Il Museo. Organizzazione, Gestione, Marketing

Il museo. Organizzazione, gestione, marketing

1294.12

Strumenti innovativi di marketing per i musei

368.1.1

I valori del museo. Strumenti e prospettive manageriali

1294.8

5th International Congress on

382.5

Facebook in tourism. Destinazioni turistiche e Social Network

Che cos'è il museo relazionale? La definizione, volutamente suggestiva, rimanda alla natura complessa della realtà museale, fatta di una rete di relazioni interne al museo come pure esterne ad esso - tra il museo, il territorio, la società in senso lato. Il gioco di queste relazioni definisce il museo come realtà dinamica. I contributi europei raccolti nel volume affrontano più aspetti della vita del museo, tutti però coinvolti dalle dimensioni della relazione: le filosofie e le tecniche di comunicazione culturale, i concetti di un appropriato marketing museale, le strategie di costruzione e di veicolazione dell'immagine, le logiche organizzative, i modelli educativi, l'utilizzo delle nuove tecnologie. Nel loro insieme questi aspetti sono la traduzione funzionale ed organizzativa di un principio centrale nel discorso sul museo nella società contemporanea, che non vede il museo esclusivamente come \"scricigno\" dalla memoria e \"roccaforte\" della tutela e dell'eccellenza - dimensioni peraltro entrambe ineludibili e necessarie - ma anche come luogo di esperienza conoscitiva, aggregazione sociale, crescita civile e ridefinizione identitaria dei singoli e delle collettività. In un linguaggio piano e diretto, il volume si propone come una lettura utile per gli operatori, ma anche per quel pubblico, sempre più ampio, interessato ad una intelligente fruizione dei beni culturali.

Gli strumenti scientifici delle collezioni dei Musei civici veneziani

The proceedings of the conference ENTER – International Conference on Information and Communication Technologies in Tourism – provide a valuable forum for researchers and practitioners to discuss their ideas and perspectives regarding the nature and role of tourism and information technology in global society. The papers in this volume document how this new technology has changed and, in turn, how the industry has responded. They focus on the tourist, the attention on small to medium-sized tourism enterprises, and the evaluation and benchmarking of information technology and the change it has created.

Istituzioni di diritto e legislazione dello spettacolo

Il museo tra istituzione e azienda

<https://impact.man.eu/TXT/short/find/Jenus+di+Nazareth:+4.pdf>