UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE

Accountability e rilevazione della soddisfazione degli utenti nel Sistema Museale d'Ateneo
23, 24 Ottobre 2018 orario 09:00-13:00

OBIETTIVI	Il bilancio sociale è la revisione critica dell'assetto organizzativo e operativo di una struttura, sia pubblica o privata, profit o non profit, e un esame delle attività e dei risultati che essa è stata in grado di conseguire nell'anno. Il corso propone ai partecipanti un'analisi dell'esperienza del Museo di Storia Naturale dell'Università di Firenze, a partire dalla prima esperienza di redazione del bilancio sociale, nel 2008-2009, fino alla rendicontazione fatta per il 2017, relativa al Sistema Museale d'Ateneo (SMA), che oggi comprende anche altri siti e collezioni di beni storico-artistici, in aggiunta a quelli del museo (Villa La Quiete e Villa Galileo). La rilevazione della soddisfazione degli utenti (customer satisfaction) è uno strumento per verificare i risultati delle attività svolte dal SMA, confrontandoli in modo specifico e trasparente con le attese da parte dei portatori di interessi (stakeholders), allo scopo di verificare se i risultati desiderati siano stati raggiunti o disattesi. La seconda parte del corso propone quindi una panoramica sugli strumenti di raccolta dati (sbigliettamento, questionari, interviste, focus group) utilizzati in museo per conoscere il proprio pubblico in termini di numero e tipo di visitatori, e relativamente ad aspettative e risposte alla visita. Concluderà il corso una lezione sull'esperienza di sentiment analysis applicata ai social media del museo.
PREREQUISITI	
DESTINATARI	riservato al personale del sistema museale
ENTE ORGANIZZATORE	Università di Firenze
ENTE EROGATORE	Università di Firenze
LUOGO	Aula Strozzi, Via La Pira 4- 50125 Firenze
REFERENTE ORGANIZZATIVO	formazione
DOCENTI	DOMINICI STEFANO, TIEZZI MARTA
DATA INIZIO	
DATA FINE	
DURATA IN ORE	8
SCADENZA PRENOTAZIONI	
MAX PARTECIPANTI	20

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE

PROGRAMMA	La costruzione del Bilancio Sociale dello SMA, dal prototipo del 2008-2009 all'esperienza del 2017 (primo giorno). Conoscere i pubblici di un museo: calcolo del numero e della tipologia di visitatori attraverso l'analisi dei biglietti venduti; questionari, interviste e focus group; customer satisfaction presso il Sistema Museale d'Ateneo; sentiment analysis attraverso i social media: il Museo di Storia Naturale su Facebook (Secondo giorno).