# Arte e impresa 2022

## Prof. Valeria Cantoni; Prof. Roberta Crespi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Alla luce dei cambiamenti del modo di lavorare e di costruire valore nelle comunità e nei territori, e alla luce degli obiettivi di sostenibilità che l’Europa si è data per i prossimi anni, l’arte e la cultura sono parte attiva nel processo di rigenerazione delle energie e delle risorse estetiche, cognitive ed emotive.

Ora più che mai è importante trovare strade, strumenti e visioni per influenzare comportamenti positivi indirizzati a una maggiore sostenibilità sociale, ambientale ed economica e alla conservazione e valorizzazione dei territori.

In questa direzione vanno le nuove ricerche delle neuroscienze, dell’etica comportamentale e delle pratiche di innovazione sociale basate sulle teorie del premio Nobel Richard Thaler sui nudge, ossia sulle spinte gentili che influenzano i comportamenti attesi.

I brand stessi sono diventati veicolo di valori legati ai temi della sostenibilità, dell’equità sociale, del rispetto per le differenze di genere, di cultura e di provenienza.

Dall’altre parte nelle imprese c’è una forte richiesta di cambiamento delle persone nelle pratiche relazioni, nella comunicazione e nei processi organizzativi.

Il Corso Arte e Impresa tratta questi argomenti introducendo l’arte e la cultura come leve per attivare processi di cambiamento nelle organizzazioni e nei territori che con esse collaborano.

Attraverso l’integrazione tra la teoria dei nudge, la strategia di employer branding, il brand activism e alcune pratiche artistiche e culturali il corso mira a offrire a studenti e a studentesse strumenti concreti per poter introdurre pratiche di cambiamento culturale a partire dall’ascolto dei bisogni delle persone nelle organizzazioni e sui territori.

Il corso aiuta a dotarsi di una comprensione più sottile e profonda del modo in cui la società agisce, le persone si relazionano con sé, tra di loro e con l’ambiente per poter reimmaginare modi più sostenibili e antifragili, ossia capaci di uscire più forti e migliori dai grandi scossoni economici, sociali, sanitari, ambientali. Da questo punto di vista il lavoro di alcuni brand è molto interessante come trend setter in materia.

Per chi vuole lavorare nel mondo della cultura e dei beni culturali ed è interessato al mondo delle imprese, il corso offre strumenti nuovi per rispondere a nuove domande sociali, economiche e organizzative.

Durante il corso, a fianco delle lezioni frontali, sono previste esercitazioni e simulazioni di progetti in gruppo, anche con didattica mista a seconda di come saranno le normative vigenti durante lo svolgimento del corso.

Una parte del corso, tenuta dalla professoressa Roberta Crespi, è dedicata all’industria del lusso, sempre più “artificata”; le imprese che la popolano hanno acquisito negli anni una maggiore consapevolezza dell’impatto che l’arte può avere su brand, immagine e posizionamento a livello nazionale e internazionale.

Alla luce di questi elementi, il corso vuole formare persone che sappiano fare da mediatori tra le arti, le organizzazioni e la società. Professionalità nuove, dalla visione ampia e responsabile, capaci di ascoltare le esigenze della società e dell’impresa e avere chiare le potenzialità delle arti nel processo di cambiamento e innovazione.

Al termine del corso gli studenti e le studentesse:

1. Sapranno comprendere dinamiche, regole e strategie che governano le nuove relazioni virtuose tra arti, cultura, impresa e ambiente alla luce del nuovo contesto socio-economico e culturale orientato alla sostenibilità.
2. Sapranno comprendere il valore dell’innovazione culturale e del cambio di mindset anche nelle modalità di sviluppo della propria carriera professionale, prendendo spunto loro stessi dall’arte per ripensare alcune pratiche e abitudini di lettura del contesto e dei comportamenti.
3. Avranno sperimentato che creatività, capacità comunicative e narrative, capacità di entrare in empatia con sé, gli altri e con l’ambiente grazie alle arti, alla curiosità e al coraggio sono palestra di lavoro e ingredienti per poter aprirsi al mondo con nuove professioni inedite, ancora tutte da inventare.
4. Avranno chiare le teorie delle scienze comportamentali
5. Avranno compreso a pieno il concetto di artificazione e il suo uso nell’ambito del settore del lusso.
6. Saranno competenti sull’Agenda 2030 dell’Onu
7. Sapranno lavorare in gruppo per arrivare a un risultato condiviso
8. Acquisiranno conoscenza dei brand più innovativi nel campo della sostenibilità e della creatività

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso Arte e Impresa è strutturato in due moduli.

*Il primo modulo* (condotto da Valeria Cantoni) ha l’obiettivo far prendere consapevolezza sul contesto nel quale la società e le imprese oggi agiscono e progettano cambiamento, proprio alla luce dell’agenda 2030 dell’Onu per lo sviluppo sostenibile che coinvolge cultura e impresa e le pone su un terreno comune di trasformazione.

Inoltre, la prof.ssa Cantoni lavorerà con gli studenti a una presa di consapevolezza dei propri comportamenti sul gruppo e dell’impatto che ognuno ha sugli altri per mettere le basi a un’esperienza di cambiamento creativo che parte da sé.

*La parte laboratoriale del primo modulo*, condotta dalla dott.ssa Francesca Monti, ha l’obiettivo di attivare gli studenti a muoversi sul campo per consolidare le nozioni apprese e sviluppare capacità di analisi, creatività, progettazione, studio di fattibilità e impatto di un progetto. Il tema proposto è il brand activism, che vede le persone, interne ed esterne all’azienda, coinvolte nelle cause sociali e ambientali che essa persegue. Questo approccio permette agli studenti di approfondire le dinamiche complesse della comunicazione d’impresa, che sta sempre più affermando il suo ruolo sociale e politico. Gli studenti sono chiamati a creare strategie di attrazione dei talenti attraverso l’arte, che portino a ingaggiare le nuove generazioni sulla base dei valori condivisi con l’organizzazione. Gli studenti lavoreranno in gruppo sul progetto a conclusione del quale terranno una presentazione per descriverne le caratteristiche, attirare la curiosità e convincere della sua fattibilità.

*Il secondo modulo* (condotto da Roberta Crespi) analizza a fondo il rapporto tra arte e industria del lusso con l’obiettivo di comprendere quali motivazioni possano essere alla base del fiorire, secondo diverse forme che vanno dalla collaborazione diretta con artisti alla costituzione di fondazione d’arte, di rilevanti investimenti in arte da parte delle imprese del lusso italiane e straniere. Il modulo, inoltre, presenta il tema dell’Heritage marketing che vede le marche del lusso fare sempre più ricorso a tecniche e strumenti propri del mondo dell’arte per la valorizzazione in chiave di business del proprio patrimonio storico.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

I Modulo

Studenti *frequentanti*

Obbligatori

*Leadership di cura, dal controllo alle relazioni*, di V. Cantoni Mamiani, Vita e Pensiero, dicembre 2021 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/valeria-cantoni-mamiani/leadership-di-cura-dal-controllo-alle-relazioni-9788834345931-703710.html)

*L’economia della ciambella*, di Kate Raworth, Edizione Ambiente, 2017[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/kate-raworth/leconomia-della-ciambella-sette-mosse-per-pensare-come-un-economista-del-xxi-secolo-9788866272090-250242.html)

Uno a scelta tra i seguenti testi:

Luigino Bruni, *L'economia che fa vivere. Diario di un economista in un'età di crisi,* EMP 2022 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/luigino-bruni/leconomia-che-fa-vivere-diario-di-un-economista-in-uneta-di-crisi-9788825051568-709005.html)

Philip Kotler, *Brand acitivism,* ed. Hoepli, 2020 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/philip-kotler-christian-sarkar/brand-activism-dal-purpose-allazione-9788820397913-688416.html)

Gilles Clement, *Manifesto del Terzo paesaggio*, ed. Quodlibet, 2016 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/gilles-clement/manifesto-del-terzo-paesaggio-9788874627585-237692.html)

Studenti *non frequentanti*

Obbligatori

Luigino Bruni, *L'economia che fa vivere. Diario di un economista in un'età di crisi,* EMP, 2022 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/kate-raworth/leconomia-della-ciambella-sette-mosse-per-pensare-come-un-economista-del-xxi-secolo-9788866272090-250242.html)

Philip Kotler, *Brand acitivism,* ed. Hoepli, 2020 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/philip-kotler-christian-sarkar/brand-activism-dal-purpose-allazione-9788820397913-688416.html)

Valeria Cantoni Mamiani, *Leadership di cura, dal controllo alle relazioni*, Vita e Pensiero, 2021 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/valeria-cantoni-mamiani/leadership-di-cura-dal-controllo-alle-relazioni-9788834345931-703710.html)

Due a scelta tra i seguenti testi:

Gilles Clement, *Manifesto del Terzo paesaggio*, ed. Quodlibet, 2016 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/gilles-clement/manifesto-del-terzo-paesaggio-9788874627585-237692.html)

Nassim Taleb, Antifragile*,* Il Saggiatore, 2013 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/antifragile-prosperare-nel-disordine-9788842819172-185032.html)

Michelangelo Pistoletto*, Il terzo paradiso*, Marsilio, 2010 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/michelangelo-pistoletto/il-terzo-paradiso-9788831706322-279517.html)

Kate Raworth, *L’economia della ciambella*, Edizione Ambiente, 2017 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/kate-raworth/leconomia-della-ciambella-sette-mosse-per-pensare-come-un-economista-del-xxi-secolo-9788866272090-250242.html)

La sitografia verrà resa nota all’inizio del corso.

II Modulo

Studenti *frequentanti*

La bibliografia sarà resa disponibile all’inizio del corso.

Studenti *non frequentanti*

J.N. Kapferer, Lusso nuove sfide, nuovi sfidanti, Franco Angeli, cap. 1, 2, 3. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/jean-noel-kapferer/lusso-nuove-sfide-nuovi-sfidanti-9788891753823-528150.html)

J.N. Kapferer-V. Bastien, Luxury strategy, Franco Angeli, cap. 3, 6.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/bastien-vincent-kapferer-jean-noel/luxury-strategy-9788856824704-175317.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso è strutturato in lezioni frontali condotte dal docente, esercitazioni e momenti di confronto tra gli studenti.

Le lezioni saranno in presenza o su piattaforma Teams a seconda delle disposizioni.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per gli *studenti frequentanti*:

(I modulo Cantoni: 50 ore)

L’esame è orale e verte sui testi indicati in bibliografia, sulle lezioni svolte e materiali prodotti.

La votazione finale di questo modulo tiene conto anche delle esercitazione (obbligatoria) effettuata durante il corso (20 ore).

(II modulo – Crespi: 10 ore)

L’esame, in forma scritta, prevede una domanda aperta e verte sul materiale indicato all’inizio delle lezioni, sulle lezioni svolte.

La votazione finale di questo modulo tiene conto anche della esercitazione (obbligatoria) effettuata durante il corso.

Il voto complessivo dell’esame viene calcolato in base alle ore di docenza afferenti:

30 ore lezioni prof. Cantoni: 4/6

20 ore esercitazioni: 1/6

10 ore prof. Crespi: 1/6

La comunicazione del voto avviene online entro tre giorni dall’esame. La registrazione del voto avverrà online.

Per gli *studenti non frequentanti:*

L’esame è scritto

I libri indicati, oltre alle slide delle lezioni caricate online.

Il voto viene calcolato in base alle ore di docenza, senza le esercitazioni: 1/6 Crespi, 5/6 Cantoni

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione dell’insegnamento in distance learning con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof.ssa Valeria Cantoni riceve gli studenti e le studentesse su appuntamento su zoom. Per chiedere appuntamento scrivere a *valeria.cantoni@artsfor.it*

La dott.ssa Monti riceve gli studenti il venerdì online, su appuntamento a *montifrancesca@outlook.com*

La Prof.ssa Roberta Crespi riceve il martedì dalle ore 10,30 alle ore 12,30 nel suo ufficio in via Necchi 5 si consiglia agli studenti di verificare sulla pagina personale del docente eventuali variazioni temporanee di giorno o orario.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)