# Economia e gestione dei beni culturali e dello spettacolo

## Prof. Alessia Anzivino; Prof. Laura Bugliosi

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

Il corso intende introdurre i principali temi dell’economia e della gestione dei beni culturali e dello spettacolo, allo scopo di sviluppare competenze utili all’analisi dei fenomeni economici connessi al mondo della cultura. Il primo modulo è focalizzato sulla gestione strategica delle organizzazioni culturali. Il secondo modulo è finalizzato ad approfondire le relazioni tra economia e cultura e ad analizzare le specificità economiche dei vari settori culturali (in ambito museale, editoriale, nello spettacolo, etc.). Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di:

* Comprendere le relazioni tra economia, management e cultura.
* Comprendere la struttura organizzativa, le strategie, le management skill e le best practice delle organizzazioni culturali.
* Identificare i fattori interni ed esterni di un’organizzazione culturale e comprendere come essi interagiscono e influenzano la strategia e i processi decisionali.
* Esaminare alcune delle problematiche più attuali che le organizzazioni culturali stanno fronteggiando e identificheranno le implicazioni per i manager e per le organizzazioni culturali.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il corso è articolato nelle sguenti parti fondamentali:

* Il rapporto tra economia e cultura.
* Domanda e offerta di cultura.
* Le organizzazioni e i prodotti culturali.
* La gestione strategica delle organizzazioni culturali.
* La gestione economica delle organizzazioni e la sostenibilità
* Il marketing per le organizzazioni culturali
* La comunicazione per le organizzazioni culturali
* Il fundraising per le organizzazioni culturali
* I ruoli del manager culturale.
* I beni culturali come prodotti.

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

Letture, presentazioni PowerPoint, dispense e ulteriore materiale didattico, per eventuali approfondimenti tematici, saranno disponibili sulla piattaforma Blackboard.

L. Solima, *Management per l’impresa culturale (2018).* Carocci Editore*,* Focal Press, Taylor and Francis Group, 5th edition, 2014. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ludovico-solima/management-dellimpresa-culturale-e-creativa-9788843088287-549307.html)

A cura di G. Negri Clementi, *Economia dell’arte. Proteggere, gestire e valorizzare le opere,* (2017), EGEA. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/economia-dellarte-proteggere-gestire-e-valorizzare-le-opere-darte-9788823851436-250377.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali in aula, discussione di case study, visite aziendali, testimonianze in aula, attività individuali e di gruppo, e-learning.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

* L’esame consiste in una prova scritta composta da una serie articolata di domande chiuse e domande aperte relative ai contenuti dei materiali indicati in bibliografia.
* In alternativa, l’esame potrà essere suddiviso in una prova intermedia (50% del voto finale) e una di completamento (50% del voto finale).
* Gli studenti potranno inoltre sviluppare un Project Work di gruppo, per il quale potrà essere riconosciuto un bonus da 0 a 2 punti ad integrazione del voto complessivo ottenuto nella prova scritta. I dettagli di tale progetto e delle relative tempistiche verranno comunicati in aula. I punti bonus saranno validi fino agli appelli di luglio 2023 inclusi.
* L’attribuzione della lode è a discrezione dei docenti.

Le indicazioni in merito allo svolgimento del project work verranno fornite durante le lezioni.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

*Blackboard* rappresenterà il supporto didattico e operativo del corso su cui sarà pubblicato il materiale didattico (dispense, slide, etc.). Si raccomanda, anche in caso di non frequenza, di provvedere al proprio inserimento nell’aula virtuale di *Blackboard.*

Nelle pagine personali dei docenti sono indicati gli orari di ricevimento.

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