# Gestione finanziaria e fund raising per le imprese culturali

## Prof. Pierluigi Benigno; Prof. Andrea Petrucci

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

Il corso ha l’obiettivo complessivo di esaminare in chiave teorica e in chiave applicativa i principali profili problematici ed interpretativi della gestione finanziaria delle imprese, con particolare riferimento a quelle attive nei settori dello spettacolo, dei musei e degli eventi espositivi, con riguardo sia ai processi di impiego sia ai processi di reperimento delle risorse finanziarie.

Esso si articola in due moduli legati da evidenti vincoli di complementarietà.

Relativamente al Modulo I, al termine dell’insegnamento gli studenti avranno acquisito la conoscenza di alcuni fondamentali aspetti della gestione economico-finanziaria delle aziende, riferiti al caso delle imprese culturali, nonché dei presupposti metodologici e dei profili essenziali delle modalità tecniche applicative dei più diffusi strumenti di analisi della situazione aziendale nei suoi vari aspetti, ad un livello propedeutico. Gli studenti avranno nel contempo acquisito la capacità di applicare tali conoscenze all’osservazione della situazione patrimoniale, economica e finanziaria delle imprese culturali e di interloquire con efficacia con gli operatori del settore sui temi di gestione economica e finanziaria.

Al termine del Modulo II, gli studenti avranno acquisito competenze fondamentali sul complesso tema del finanziamento e della sostenibilità economico finanziaria degli enti culturali, con particolare attenzione per quelli Non Profit. Vengono tra l’altro trattati, con approccio multidisciplinare, gli aspetti giuridici, economici, fiscali e gestionali, nonché il marketing strategico, la comunicazione integrata, i rapporti con gli stakeholder, i bandi di finanziamento, la membership culturale ed il Fund Raising non sinallagmatico.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Modulo I: *Prof. Pierluigi Benigno*

Nel modulo I l’attenzione è concentrata sui profili di finanza e di analisi finanziaria. I temi trattati sono i seguenti:

1. gestione finanziaria e funzione finanziaria, economicità, equilibrio economico ed equilibrio finanziario nella gestione delle imprese.

2. Gli strumenti tecnici per il controllo delle condizioni di equilibrio economico e finanziario:

– il bilancio di esercizio delle aziende teatrali e delle aziende operanti nel settore dei musei e degli eventi espositivi;

– la lettura del bilancio in chiave finanziaria.

3. I processi di formazione del reddito e la connessa dinamica finanziaria:

– il controllo della situazione economica;

– il controllo della situazione finanziaria:

\* la struttura degli impieghi e delle fonti di finanziamento:

\* le modificazioni della struttura per effetto della gestione;

\* la struttura finanziaria ed il relativo effetto di leva sulla redditività del capitale;

\* la dinamica finanziaria (il rendiconto finanziario).

Modulo II: *Prof. Andrea Petrucci*

1. L’impresa culturale

Definizione

Aspetti giuridici

Struttura, obiettivi e strategia

Gestione economica

Gestione e risorse finanziarie

2. Elementi di Marketing

Prodotto, consumo e marketing culturali

Il marketing strategico

Il piano di marketing

1. Il Fund Raising

Definizione

Il fund raising culturale

Il ciclo del fund raising

I rapporti con i finanziatori pubblici

I rapporti con i finanziatori privati

4. Il Fund Raising non sinallagmatico

I donatori, i bisogni, il ruolo del fund raiser

La ricerca del vantaggio competitivo

La campagna di fund raising

***BIBLIOGRAFIA***

Per il primo modulo

La particolare struttura del corso non consente di individuare testi specifici per l’insieme degli argomenti svolti a lezione. Durante lo svolgimento del corso sarà messo a disposizione degli studenti appropriato materiale didattico e saranno date loro indicazioni bibliografiche per eventuali integrazioni o approfondimenti.

Per il secondo modulo

Testo obbligatorio: Dispensa

Letture suggerite:

Kotler-Andreasen, *Strategic Marketing for NonProfit Organizations.*

Colbert, *Marketing delle arti e della cultura.*

***DIDATTICA DEL CORSO***

Per tutti e due i moduli, il corso prevede didattica frontale con impostazione volta a fornire allo studente validi strumenti interpretativi a livello teorico che si articoleranno e si intersecheranno con riferimenti a casi tratti dall’esperienza concreta.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Il giudizio sintetico sulla preparazione degli studenti deriverà congiuntamente dall’esito delle prove di esame che gli studenti sosterranno sui programmi dei due moduli in cui si articola il corso.

Sono previste due distinte prove scritte: una per il primo modulo e una per il secondo modulo. In entrambi i casi la prova compenderà due domande a risposta aperta sugli argomenti svolti durante il corso. La valutazione terrà conto della completezza e della correttezza delle risposte e comporterà l’espressione di un voto in trentesimi che dovra essere necessariamente maggiore di 17. Il voto complessivo risulterà dalla media semplice dei due voti.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Per tutti e due i moduli, le caratteristiche del corso rendono oltremodo necessaria una frequenza assidua ed un impegno di tipo partecipativo. Per questa ragione, è vivamente consigliato di programmare le attività di studio in maniera da realizzare una continuità di frequenza e di applicazione.

Costituiscono prerequisiti alla frequenza del corso la conoscenza dei temi di base dell’economia aziendale e dei profili essenziali dela redazione dei bilanci di esercizio delle imprese.

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