

Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Economia e gestione dei settori culturali
Codice insegnamento	17355
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	ECON-07/A
Lingua	Italiano
Corso di Studio	Corso di laurea in Scienze della Comunicazione e Cultura
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	dr. Giorgio Tavano Blessi, Giorgio.TavanoBlessi@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/16595
Assistente	
Semestre	Primo semestre
Anno/i di corso	all
CFU	3
Ore didattica frontale	30
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	105
Ore di ricevimento previste	9
Sintesi contenuti	Il corso ha lo scopo di fornire le conoscenze fondamentali sul funzionamento del mercato, sul ruolo delle imprese e sulle principali problematiche gestionali, con particolare riferimento al settore delle imprese culturali e creative. Il corso si concentra sull'analisi del contesto delle Industrie Culturali e Creative (Cultural and Creative Industries – CCI), approfondendone sia le dinamiche interne, quali i processi di gestione e controllo e le caratteristiche dei prodotti e dei servizi offerti, sia quelle esterne, come il rapporto con il mercato, la creazione di valore e le relazioni con gli stakeholder.

	Il corso non prevede applicazioni matematiche e presenta un taglio prevalentemente operativo. A tal fine saranno analizzati casi studio relativi a imprese culturali e creative e saranno organizzati momenti di confronto con professionisti del settore. Nella fase conclusiva del corso, gli studenti saranno coinvolti nella progettazione di un'impresa culturale o creativa, applicando i concetti e gli strumenti affrontati durante le lezioni.
Argomenti dell'insegnamento	Mercato, attori e ruolo dell'impresa Le imprese culturali e creative, definizione e perimetro Dimensioni economiche dell'impresa culturale e creativa Strumenti operativi del management Ruolo dell'impresa creativa nello sviluppo del territorio Casi studio Costruire un'impresa culturale / creativa: applicazione.
Parole chiave	Economia, gestione, imprese culturali creative.
Prerequisiti	Nessuno
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	Lezioni frontali e laboratoriali.
Obbligo di frequenza	Secondo il regolamento.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	Il corso ha l'obiettivo di fornire una visione del sistema socio-economico in cui si muovono le imprese, definire gli strumenti di controllo e gestione dell'impresa culturale e creativa, identificare strumenti operativi del management dell'impresa culturale e creativa, analizzare casi reali e costruire un'impresa culturale / creativa.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	La prova d' esame verte sugli argomenti del programma del corso, inclusi i temi emergenti dai seminari di approfondimento e dall'analisi di casi aziendali. Esame scritto.
Criteri di valutazione	La valutazione è basata sull'esito dell'esame scritto e del laboratorio. L'esame scritto ha un peso dell'80% della valutazione totale, e la prova di laboratorio del 20% della valutazione totale.
Bibliografia obbligatoria	Solima L. (2018). "Management per l'impresa culturale". Carocci

	editore. Eventuali modifiche e/o integrazioni saranno comunicate ad inizio del corso.
Bibliografia facoltativa	Materiali distribuiti a lezione e presenti nella piattaforma Teams / OLE.
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	Innovazione e infrastrutture, Buona occupazione e crescita economica