

Syllabus

Syllabus

Titul dl curs	Economia e gestione dei settori culturali
Codesc dl curs	17355
Titul suplementar	
SSD	ECON-07/A
Lingaz	Italiano
Curs de laurea	Corso di laurea in Scienze della Comunicazione e Cultura
D'autri cursc de laurea (cursc deberieda)	
Dozenc	dr. Giorgio Tavano Blessi, Giorgio.TavanoBlessi@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/education/academic-staff/person/16595
Assistent didatich	
Semester	Primo semestre
Ann/Agn de stude	all
Credic universitars	3
Ores de insegnament	30
Ores de laboratore	0
Ores de stude individual	105
Ores de riceviment prevedudes	9
Ressum� di contegnus	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.
Argomenc dl curs	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.
Paroles clef	Economia, gestione, imprese culturali creative.
Prerequisic aconsiés	Nessuno
Cursc propedeutics	
Modalité de enseignament	Lezioni frontali e laboratoriali.
Oblianza de frecuenza	Secondo il regolamento.
Obietifs formatifs y competenzes da arjonje	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.
Obietifs formatifs y competenzes da arjonje (informaziuns suplementares)	
Sort de ejam	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.
Criters de valutazion	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 obligatora	Solima L. (2018). "Management per l'impresa culturale". Carocci editore. Eventuali modifiche e/o integrazioni saranno comunicate ad inizio del corso.
Bibliografia aconsieda	Materiali distribuiti a lezione e presenti nella piattaforma Teams / OLE.
Deplù informazions	
OSS	Innovazione e infrastrutture, Buona occupazione e crescita economica