



UNIVERSITÀ DI CATANIA

Dipartimento di Scienze Umanistiche

Docente	Anna Mignosa
DENOMINAZIONE Insegnamento (in italiano)	Gestione delle aziende culturali
DENOMINAZIONE Insegnamento (in inglese)	Management of cultural enterprises
Settore scientifico disciplinare	SECS-P/08
Corso di Laurea in cui l'insegnamento è erogato	Laurea in Scienze e Lingue per la comunicazione
Anno di corso in cui l'insegnamento è erogato	I anno
Totale crediti: CFU	9
Numero ORE	Lezioni frontali o attività equivalenti: 54
Obiettivi del corso (in italiano)	<p>Le organizzazioni culturali hanno sempre più bisogno di sviluppare strategie manageriali per realizzare i propri obiettivi tenendo in considerazione da un lato i potenziali visitatori/utilizzatori e dall'altro i problemi di budget che possono imitare le loro attività. La gestione delle aziende culturali si è quindi sviluppata come una disciplina autonoma per rispondere a queste esigenze.</p> <p>Il corso intende fornire agli studenti le nozioni teoriche di base relative alla gestione delle aziende culturali. Il punto di partenza è la constatazione che questo tipo di organizzazioni (musei, teatri, compagnie di danza, imprese creative) presentano delle peculiarità dal punto di vista organizzativo che influenzano il modo in cui esse operano.</p> <p>Si vogliono stimolare gli studenti ad applicare la teoria alla pratica facendo riferimento a casi studio ed esempi che consentano agli studenti di sviluppare un progetto di ricerca in cui applicare le nozioni teoriche a casi concreti.</p> <p>Particolare attenzione è data alla nozione di industrie culturali/creative. Il corso intende favorire la comprensione da parte degli studenti degli aspetti economici di questo tipo di industrie illustrando l'approccio a questo settore ormai prevalente a livello internazionale. Si intendono incoraggiare gli studenti ad approfondire le conoscenze legate a un'industria scelta dagli stessi per meglio comprendere le caratteristiche e le differenze che caratterizzano le industrie culturali/creative.</p>
Obiettivi del corso (in inglese)	<p>Cultural organisations increasingly need to develop management strategies to realize their objectives paying attention to their potential visitors-audiences- users, and to the financial constraints that may hinder their activities. Cultural/arts management has developed as a full- fledged discipline.</p> <p>This course will familiarize students with the theory concerning management of cultural organizations. The starting point of view is that cultural organisations such as museums, venues, musical</p>

	<p>societies, creative enterprises possess special characteristics from an organisational point-of-view that influence the way they operate. Students learn to connect theory to practice by referring to existing research and by conducting their own small research project where they will apply the theoretical notions to actual cases. Special attention is devoted to the notion of cultural/creative industries. The course aims to make students aware of the economic aspects of these industries illustrating the prevailing international approach to the sector. Students are stimulated to deepen the knowledge of a specific industry of their choice to better understand common characteristics and differences among the cultural/creative industries.</p>
Programmi del corso (in italiano)	<ul style="list-style-type: none"> - Industrie culturali e creative definizioni - L'approccio economico alle industrie culturali e creative. - Gestione del settore culturale: nozioni di base. - Pianificazione e decision-making. - Le strategie delle imprese culturali - La gestione delle risorse umane - Il ruolo del marketing - Il fundraising per la cultura - Il turismo culturale. - Casi studio.
Programmi del corso (in inglese)	<ul style="list-style-type: none"> - Cultural and creative industries definition. - Economic approach to cultural and creative industries. - Management in the cultural sector: basic notions. - Planning and decision-making. - Organisational design. - Human resources management. - The role of marketing. - Fundraising. - Cultural tourism. - Case studies.
Testi adottati (in italiano)	<p>L. Solima (2008), "L'impresa culturale – Processi e strumenti di gestione", Carocci editore. R. Towse, (2012), "A textbook of cultural economics" capitolo 4 – traduzione del docente. R. Caves, (2001), L'industria della creatività - Economia delle attività artistiche e culturali, Etas.</p>
Testi adottati (in inglese)	<p>R. Towse, (2012), "A textbook of cultural economics", Edward Elgar. R. Caves, (2002), "Creative Industries: Contracts between Art and Commerce".</p>
Modalità di erogazione della prova	Tradizionale
Frequenza	Facoltativa
Valutazione	<p>Prova scritta Valutazione progetto</p> <p>Per la valutazione dell'esame si terrà conto della padronanza dei contenuti e delle competenze acquisite, dell'accuratezza linguistica e proprietà lessicale, nonché della capacità argomentativa dimostrata dal candidato.</p>