

Principali informazioni sull'insegnamento	
Titolo insegnamento	Management delle attività culturali
Anno Accademico	2020-2021
Corso di studio	LM 2 Archeologia
Crediti formativi	6
Denominazione inglese	Cultural Management
Frequenza	La frequenza è disciplinata dal Regolamento Didattico del Corso, https://www.uniba.it/corsi/archeologia/presentazione-del-corso/regolamento-del-corso
Lingua di erogazione	Italiano

Docente responsabile	Nome Cognome	Indirizzo Mail
	Lucrezia Maria de Cosmo	lucreziamaria.decosmo@uniba.it

Dettaglio credi formativi	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Attività formative affini o integrative	SECS-P/08	6

Modalità di erogazione	
Periodo di erogazione	Il semestre
Anno di corso	I
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Attività seminariali

Organizzazione della didattica	
Ore totali	150
Ore di corso	42
Ore di studio individuale	108

Calendario	
Inizio attività didattiche	22 febbraio 2021
Fine attività didattiche	21 maggio 2021
Aule e orari	http://easyacademy.ict.uniba.it/EasyCourse/Orario/Lettere_e_Filosofia/2020-2021/

Syllabus	
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento previsti	Ottenere una buona conoscenza delle problematiche della gestione strategica e operativa delle imprese: in particolare sulla gestione strategica ed operativa delle istituzioni culturali. Elaborare strategie e tecniche operative volte alla soddisfazione delle esigenze sia dei consumatori che delle imprese. Raggiungere adeguate conoscenze in merito alle principali

	funzioni aziendali di una impresa culturale (amministrazione, attività operative, marketing).
Contenuti di insegnamento	<p>Il sistema impresa e ambiente competitivo: le specificità del settore culturale, imprese e attori del sistema.</p> <p>Elaborazione delle strategie del sistema impresa e pianificazione strategica delle imprese culturali.</p> <p>La gestione aziendale in chiave strategica: il marketing, l'innovazione tecnologica e la gestione finanziaria delle imprese culturali.</p>

Programma	
Testi di riferimento	<p>Fontana F., Caroli M., Economia e Gestione delle Imprese, McGraw Hill, Milano 2020, edizione <i>Create</i> a cura di Lucrezia Maria de Cosmo.</p> <p>e</p> <p>Solima L., Management per l'impresa culturale, Carocci editore, 2018.</p>
Note ai testi di riferimento	
Metodi didattici	Lezioni frontali. Discussione casi aziendali.
Metodi di valutazione (indicare almeno la tipologia scritto, orale, altro)	<p>Esame finale orale.</p> <p>Il calendario degli esami è pubblicato sul sito del Corso di Laurea e su Esse3. Per iscriversi all'esame, è obbligatorio utilizzare il sistema Esse3.</p>
Criteri di valutazione	Lo studente deve possedere un'ottima conoscenza di base delle tematiche relative alla gestione strategica di una impresa, all'analisi di mercato, alle relazioni con i competitor e a quelle con i consumatori, da applicare nel contesto culturale, oltre che dimostrare un'adeguata proprietà di linguaggio tecnico della disciplina.
Altro	<p>Gli orari di ricevimento sono pubblicati alla pagina del docente: Gli orari possono subire variazioni. Gli studenti sono pregati di verificare alla pagina docente avvisi ed eventuali variazioni di orario.</p> <p>https://www.uniba.it/docenti/de-cosmo-lucrezia-maria</p>