

<b>Principali informazioni sull'insegnamento</b>	
Titolo insegnamento	Economia e gestione delle imprese
Anno Accademico	2020-2021
Corso di studio	LM89 Storia dell'arte
Crediti formativi	6
Denominazione inglese	Economics and Business Management
Frequenza	La frequenza è disciplinata dal Regolamento Didattico del Corso, art. 4
Lingua di erogazione	Italiano

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

<b>Dettaglio credi formativi</b>	Ambito disciplinare	SSD	Crediti
	Economia e Gestione dei beni culturali	SECS-P/08	6

<b>Modalità di erogazione</b>	
Periodo di erogazione	Secondo semestre
Anno di corso	Secondo
Modalità di erogazione	Lezioni frontali Attività seminariali

<b>Organizzazione della didattica</b>	
Ore totali	150
Ore di corso	42
Ore di studio individuale	108

<b>Calendario</b>	
Inizio attività didattiche	22 febbraio 2021
Fine attività didattiche	21 maggio 2021
Aule e orari	<a href="https://manageweb.ict.uniba.it/ricerca/dipartimenti/lelia/calendario-lezioni">https://manageweb.ict.uniba.it/ricerca/dipartimenti/lelia/calendario-lezioni</a>

<b>Syllabus</b>	
Prerequisiti	
Risultati di apprendimento previsti (declinare rispetto ai Descrittori di Dublino) (si raccomanda che siano coerenti con i risultati di apprendimento del CdS, riportati nei quadri A4a, A4b e A4c della SUA,	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

compreso i risultati di apprendimento trasversali)	<p>delle esigenze sia dei consumatori che delle imprese.</p> <p>Raggiungere adeguate conoscenze in merito alle principali funzioni aziendali di una impresa culturale (amministrazione, attività operative, marketing).</p>
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>

<b>Programma</b>	
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>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 (per ogni risultato di apprendimento atteso su indicato, descrivere cosa ci si aspetta lo studente conosca o sia in grado di fare e a quale livello al fine di dimostrare che un risultato di apprendimento è stato raggiunto e a quale livello)	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	Gli orari di ricevimento sono pubblicati alla pagina del docente:

	<p>Gli orari possono subire variazioni. Gli studenti sono pregati di verificare alla pagina docente avvisi ed eventuali variazioni di orario.</p>
--	---