

INSEGNAMENTO: Economia e Gestione delle Imprese Turistiche e Culturali (SECS-P/08- 8 CFU)

DOCENTE: Prof.ssa Fabiana Sciarelli (fabiana.sciarelli@unitelmasapienza.it)

TUTOR: Dott.ssa Anna D'Auria (anna.dauria@unitelmasapienza.it)

1. CONOSCENZE E COMPETENZE DA CONSEGUIRE

Il Corso in Economia e Gestione delle Imprese Turistiche e Culturali si propone di formare coloro che intendono intraprendere carriere gestionali e direttive, o come professionisti e consulenti, nell'ambito della gestione e organizzazione di ogni tipo di azienda. Durante il corso, gli studenti avranno la possibilità di approfondire la progettazione e la gestione delle imprese turistiche e dei beni e delle attività culturali profit e non profit. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di comprendere il funzionamento di un'impresa turistica o culturale e di analizzare i principali problemi dello sviluppo economico, così come questi si pongono nelle suddette imprese. Gli studenti, inoltre, sapranno orientarsi nell'uso degli strumenti bibliografici di base, conoscendo la terminologia ed i metodi utilizzati dall'analisi economica, le modalità argomentative e l'approccio critico ai testi.

2. PROGRAMMA / CONTENUTI

Il programma didattico si articola nei seguenti punti:

L'IMPRESA CULTURALE TRA ARTE ED ECONOMIA

1. L'impresa culturale
 - 1.1. Il prodotto culturale
 - 1.2. La produzione artistica
 - 1.3. L'audience
2. Lo spettacolo ed il suo settore
 - 2.1. La cultura: un bene pubblico e privato
 - 2.2. Il Sistema Teatrale Italiano
 - 2.3. La duplice concorrenza

LA GESTIONE STRATEGICA DELL'IMPRESA CULTURALE

1. Le scelte strategiche
2. L'analisi strategica
3. Le strategie di corporate
 - 3.1. La strategia di sviluppo monosettoriale
 - 3.2. La strategia di diversificazione produttiva
 - 3.3. La strategia di espansione internazionale
 - 3.4. La gestione degli accordi
4. Le strategie competitive

IL MARKETING CULTURALE

1. Il marketing strategico
 - 1.1. La definizione del comportamento di acquisto
 - 1.2. La segmentazione del mercato
 - 1.3. Le scelte di marketing ed il posizionamento del prodotto
2. Il marketing mix culturale

L'ARCHITETTURA ORGANIZZATIVA DELL'IMPRESA CULTURALE E LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

1. L'organizzazione come sistema
2. Il marketing mix culturale
 - 2.1. Gli aspetti peculiari delle produzioni teatrali
 - 2.2. Le tecniche di gestione delle produzioni culturali
 - 2.3. Il processo decisionale nelle imprese di spettacolo

LA GESTIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

1. La pianificazione ed il controllo finanziario nelle imprese culturali 1.1. Analisi e valutazione di un progetto

d'investimento

- 1.2. Analisi e valutazione dell'efficienza di gestione
2. Le forme e le fonti di finanziamento dell'impresa culturale
 - 2.1. I finanziamenti pubblici
 - 2.2. I finanziamenti privati

IL PROJECT MANAGEMENT

1. Le fasi della progettazione
2. Ideazione
3. Pianificazione
 - 3.1 Pianificazione organizzativa
 - 3.2 Pianificazione economica
4. Realizzazione

3. METODO E STRUMENTI DIDATTICI

Il corso si basa su una serie di video-lezioni che presentano i principali argomenti del programma. Sono previsti anche webinar con contenuti tematici e metodologici, che offrono agli studenti la possibilità di interagire con il docente e con il tutor.

4. MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione in sede di esame sarà effettuata attraverso una prova orale che prevede domande aperte attinenti al programma del corso.

5. TESTI DI STUDIO

Sciarelli F., *La gestione del Teatro*, Franco Angeli, Milano, 2009.

6. VERIFICA DELLE CONOSCENZE ACQUISITE E/O AUTOVALUTAZIONE

Il test di verifica ed autovalutazione è inserito come file allegato sulla pagina web relativa all'insegnamento.

7. MODALITÀ DI APPLICAZIONE PROFESSIONALE DELLE CONOSCENZE ACQUISITE

Le conoscenze acquisite nell'insegnamento di Economia e Gestione delle Imprese Turistiche e Culturali sono prettamente conoscenze gestionali che trovano la loro naturale applicazione nell'impresa turistica in tutte le sue forme e nei beni e attività culturali.

Gli sbocchi occupazionali sono costituiti in particolar modo dai ruoli manageriali.

Il laureato dotato di tali conoscenze potrà inoltre lavorare come consulente esperto in analisi delle risorse culturali per il turismo; e nell'organizzazione, gestione e valutazione di servizi per i beni e le attività culturali e turistiche.