



UNIVERSITÀ DI CATANIA
Dipartimento di Scienze Umanistiche

Docente	Viviana Travaglini
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
Periodo didattico (semestre):	II semestre
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. 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. 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. Il corso fornisce, pertanto, una introduzione alle teorie economico-aziendali, riguardanti, in senso ampio, gli aspetti della gestione, organizzazione e rilevazione aziendale, allo scopo di avvicinare gli studenti verso quei concetti fondamentali per la comprensione delle condizioni di esistenza e delle manifestazioni di vita delle organizzazioni e dunque, nello specifico, alla gestione delle aziende culturali. 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 aziende culturali/creative.</p>
Obiettivi del corso (in inglese)	<p>Cultural organisations increasingly need to develop management strategies to realize their objectives. The starting point of view is that cultural organisations such as museums, venues, musical societies, creative enterprises possess special characteristics from an organisational point-of-view that influence the way they operate. 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. The course offers an introduction to the Business Administration theory concerning the general principles of management, organization and accounting, providing students with the fundamental concepts for the understanding of companies across their life</p>

	cycles and specifically to the management of cultural organizations. 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 companies.
Programmi del corso (in italiano)	<ul style="list-style-type: none"> - L'attività economica. - Gli Istituti e le Aziende. - Il principio di economicità. - L'assetto istituzionale. - L'ambiente Economico. - I sistemi di rilevazione e di informazione. - 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 turismo culturale. - Casi studio.
Programmi del corso (in inglese)	<ul style="list-style-type: none"> - The Economy Activity. - Institutions and Businesses. - The evaluation of economic efficiency. - The institutional structure. - The Economic Environment. - Detection Systems and Information. - 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. - Cultural tourism. - Case studies
Testi adottati (in italiano)	<p>L. Solima (2008), "L'impresa culturale - Processi e strumenti di gestione", Carocci editore.</p> <p>R. Caves, (2001), L'industria della creatività - Economia delle attività artistiche e culturali, Etas.</p> <p>G. Airoidi, G. Brunetti, V. Coda, Corso di Economia Aziendale, Il Mulino, Bologna, 2005.</p>
Testi adottati (in inglese)	<p>L. Solima (2008), "L'impresa culturale - Processi e strumenti di gestione", Carocci editore.</p> <p>R. Caves, (2001), L'industria della creatività - Economia delle attività artistiche e culturali, Etas.</p> <p>G. Airoidi, G. Brunetti, V. Coda, Corso di Economia Aziendale, Il Mulino, Bologna, 2005.</p>
Modalità di erogazione della prova	Tradizionale
Frequenza	Facoltativa
Valutazione	<p>Prova orale</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>