



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 1/4

<input type="radio"/> PROF.	NOME	Lucia
<input checked="" type="radio"/> PROF. SSA	COGNOME	Giardino
	E-MAIL	l.giardino@accademia.firenze.it

DATI CORSO

CORSO DI	ABLE69 Fondamenti di Marketing Culturale		
DOCENTE LIVELLO	II		
INDIRIZZO	Curatela Artistica		
SEMESTRE	<input type="radio"/> PRIMO	<input checked="" type="radio"/> SECONDO	
CREDITI FORMATIVI	6	(CFA)	
TIPOLOGIA DI CORSO	T		
AULA	28		
GIORNI E ORARI DELLE LEZIONI	AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]	
LUNEDÌ	/	/	
MARTEDÌ	/	/	
MERCOLEDÌ	11:00 / 14:00	/	
GIOVEDÌ	/	/	
VENERDÌ	/	/	
SABATO	/	/	

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Descrizione:	<p>Il corso doterà lo studente di competenze e conoscenze relative al marketing per la comprensione e la gestione del percorso di creazione di valore delle istituzioni culturali e del prodotto artistico. Alla fine del corso lo studente avrà acquisito: un vocabolario specifico; competenze metodologie gestionali delle imprese culturali; conoscenza dei ruoli nei campi di curatela, logistica, produzione, fundraising, sponsorship, public program e comunicazione; competenze per gestire e promuovere eventi e individuare stakeholder nelle varie fasi del processo di marketing e per la delineaione del piano strategico dell'impresa culturale</p>
---------------------	--



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 2/4

PROGRAMMA DEL CORSO

Descrizione:

Tramite esempi e casi studio, il corso coprirà nel dettaglio concetti quali bene, valore, processi valoriali, sostenibilità, imprescindibili per un corretto inquadramento del marketing culturale anche a confronto del marketing tradizionale destinato all'impresa commerciale. Analizzerà specificità e contraddizioni del non profit e l'importanza delle reti tra soggetti paritari, affini, o distanti per ambiti e definizione giuridica. Si concentrerà sulle tappe fondamentali del marketing strategico (analisi del mercato, posizionamento, individuazione dei pubblici) e del marketing operativo, chiarendo l'importanza che rivestono, in tali processi, discipline quali la sociologia e la neuroscienza, e strumenti quali: i dati; le analisi sociali; gli strumenti di valutazione e di autovalutazione (focus group, questionari, interviste), i modelli.

Tramite l'applicazione pratica delle due fasi di marketing su illustrate, gli studenti divisi in gruppi svilupperanno un progetto di audience development su un'istituzione culturale italiana

MODALITÀ DELLA DIDATTICA

Descrizione:

Le lezioni saranno scandite da una parte di presentazione dei contenuti e da una parte di esercitazione, seguita da una più strettamente laboratoriale. Si darà la preferenza a metodologie didattiche non convenzionali quali: flipped class, peer to peer, spid-date, role playing e altro.

Oltre alla preparazione tradizionale del corso e alle esercitazioni, per il presente anno accademico gli studenti divisi in gruppi, dovranno:

- relazionale settimanalmente il libro di ADDIS M. e RURALE A., Il valore della cultura. 22 esperti per nuove strategie, Skira 2021
- realizzare il progetto di classe annuale



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 3/4

TIPOLOGIA DI VERIFICA FINALE

TIPOLOGIA

Descrizione:

L'esame sarà orale e prevede: a) la revisione del progetto di classe esposto individualmente o col proprio gruppo di lavoro, tramite ppt/pdf b) la verifica dell'apprendimento di alcuni concetti chiave, case studies, e tematiche discusse in classe e/o presenti nella bibliografia. Nella fase b) lo studente sarà valutato individualmente; il voto rifletterà le sue performance nelle fasi a+b

BIBLIOGRAFIA PER L'ESAME



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 4/4

**STRUMENTI PER STUDENTI CON
DISABILITÀ E/O DSA**

Descrizione:

Il professore metterà a disposizione il proprio materiale didattico e provvederà a fornire materiali alternativi valutando caso per caso e con il proprio coordinatore accademico, anche le modalità per l'esame finale.

STUDENTI ERASMUS

Descrizione:

Lo studente Erasmus è tenuto a frequentare il corso e partecipare per quanto possibile a tutte le attività che si svolgono in classe. Il docente è disponibile a valutare il ricorso a una bibliografia nella lingua madre dello studente analoga a quella del corso

RICEVIMENTO DOCENTE

MODALITÀ	<input type="radio"/> IN SEDE	AULA	<input checked="" type="radio"/> ONLINE
GIORNI E ORARI DI RICEVIMENTO		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
<u>LUNEDÌ</u>		/	/
<u>MARTEDÌ</u>		8:30 / 09:30	/
<u>MERCOLEDÌ</u>		/	/
<u>GIOVEDÌ</u>		/	/
<u>VENERDÌ</u>		/	/
<u>SABATO</u>		/	/