

GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E CULTURALI (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

GenCod A005378

Docente titolare Stefano ADAMO

Insegnamento MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

Insegnamento in inglese MANAGEMENT OF CULTURAL

Settore disciplinare SECS-P/07

Corso di studi di riferimento GESTIONE DELLE ATTIVITA' TURISTICHE E

Tipo corso di studi Laurea Magistrale

Crediti 10.0

Ripartizione oraria Ore Attività frontale: 80.0

Per immatricolati nel 2018/2019

Erogato nel 2019/2020

Anno di corso 2

Lingua ITALIANO

Percorso PERCORSO GENERICO/COMUNE

Sede Lecce

Periodo Annualità Singola

Tipo esame Orale

Valutazione Voto Finale

Orario dell'insegnamento

<https://easyroom.unisalento.it/Orario>

BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso di management delle aziende culturali introduce gli studenti alla conoscenza delle attività economiche del settore culturale e creativo e del relativo potenziale in termini di sviluppo sostenibile di un territorio, proponendosi nello specifico di sviluppare competenze in tema di progettazione di sistemi di valorizzazione turistica di beni e luoghi culturali pubblici.

PREREQUISITI

nessuno

OBIETTIVI FORMATIVI

Alla fine del corso gli allievi saranno in grado di comprendere le specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e di progettare processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Si riepilogano di seguito i risultati di apprendimento attesi:

Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso di Management delle aziende culturali introduce gli allievi alla conoscenza delle specificità istituzionali e gestionali delle aziende operanti nel settore del patrimonio storico-artistico e dei loro collegamenti con il settore del turismo

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso permetterà agli studenti di identificare, organizzare e gestire pacchetti di lavoro funzionali alla progettazione e realizzazione di processi di valorizzazione delle risorse culturali con finalità di sviluppo turistico sostenibile.

Autonomia di giudizio

Il corso contribuirà ad aumentare l'autonomia di giudizio degli studenti nello scegliere, contestualizzare e pianificare le strategie di sviluppo turistico di un territorio.

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito anche le seguenti competenze trasversali:

- capacità di formulare giudizi in autonomia (interpretare le informazioni con senso critico e decidere di conseguenza)
- capacità di lavorare in gruppo (sapersi coordinare con altri integrandone e competenze)
- capacità di sviluppare idee, progettarne e organizzarne la realizzazione

METODI DIDATTICI

Didattica frontale

MODALITA' D'ESAME

Modalità di esame: orale

Modalità di accertamento: L'accertamento della conoscenza e della capacità di comprensione avviene tramite una prova orale attraverso la quale si verifica il grado di apprendimento dei contenuti fondamentali della disciplina oggetto di esame e la capacità di sviluppo applicativo delle problematiche connesse, favorendo lo sviluppo delle capacità di apprendimento, delle abilità comunicative e l'autonomia di giudizio in linea con i descrittori di Dublino.

"Lo studente, disabile e/o con DSA, che intende usufruire di un intervento individualizzato per lo svolgimento della prova d'esame deve contattare l'ufficio Integrazione Disabili dell'Università del Salento all'indirizzo paola.martino@unisalento.it"

Le modalità di esame e i testi di riferimento indicati valgono sia per gli studenti frequentanti sia per gli studenti non frequentanti.

APPELLI D'ESAME

https://easytest.unisalento.it/Calendario/Dipartimento_di_Scienze_dellEconomia/1316/Docenti/AdamoStefano_0

PROGRAMMA ESTESO

Il programma è articolato in due parti

Parte prima – Aziende culturali e modelli manageriali

1. Le aziende: caratteri generali, struttura e profili gestionali
2. Le aziende culturali: aspetti definitori e assetti istituzionali delle aziende culturali
3. L'ambiente esterno e il sistema competitivo delle aziende culturali
4. Il sistema di prodotto delle aziende culturali
5. L'economicità delle aziende culturali

Parte seconda – La valorizzazione turistico-culturale del patrimonio storico-artistico

1. Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale
 2. Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement
 3. Metodologia per la costruzione di un sistema di valorizzazione turistico-culturale
-

TESTI DI RIFERIMENTO

G. Magnani, Le aziende culturali. Modelli manageriali, Giappichelli, Torino, 2 ed. 2017.

Dispense fornite dal docente durante le lezioni e disponibili in formato digitale nella sezione materiale didattico dell'insegnamento
