

—Syllabus

Dipartimento di Comunicazione e didattica dell'arte

Corso DAPL09—

Diploma Accademico di Primo livello in Comunicazione e valorizzazione del patrimonio artistico contemporaneo

Fondamenti di marketing culturale

ABLE 69 — 60 ore 8 CFA

a.a. 2024–2025

Professore Barbara de Cesare

Titolare di ruolo di Marketing e Management (ABLE 69)

Posta elettronica istituzionale (PEO): barbaradecesare@abacatania.it

Orario di ricevimento: ogni martedì dalle 15:00 alle 17:00 (previa prenotazione tramite PEO)

E' aggiornato nella pagina del docente

Sede: Microsoft Teams (3mulbur)

—Obiettivi formativi

Agli studenti verranno forniti gli strumenti per acquisire conoscenze e competenze per la progettazione di un piano strategico per la promozione culturale e diventare autonomi nella pianificazione e promozione di progetti ed eventi artistico-culturali.

—Modalità di svolgimento dell'insegnamento

I semestre: 9a–14a settimana (giovedì, venerdì) ore 08.45-12.30 scansione giornaliera (5 ore)

—Esercitazioni e revisioni

Sono previste esercitazioni intermedie oggetto di valutazione al fine del conseguimento della materia.

L'accesso alle revisioni è su prenotazione via PEO.

Nella pagina del docente è disponibile il calendario di massima delle revisioni preventivamente redatto.

—Elaborato finale

Per il conseguimento della materia è prevista la realizzazione di un elaborato da consegnare contestualmente all'esame. L'elaborato finale per essere ammesso dovrà necessariamente avere le seguenti caratteristiche: lo studente mettendo in pratica le nozioni apprese realizzerà una tesina-progetto realistica che potrebbe essere il suo primo incarico di lavoro.

—Modalità esame

Esame orale sui testi di riferimento obbligatori e i contenuti illustrati a lezione.

La valutazione comprenderà anche le esercitazioni intermedie e l'elaborato finale dove espressamente richiesti.

—Prerequisiti richiesti

Nessun prerequisito richiesto.

—Frequenza lezioni

La frequenza è obbligatoria, non inferiore all'80% della totalità della didattica frontale come previsto da palinsesto, con esclusione dello studio individuale come da Art.10 del DPR n. 212 del 8 luglio 2005.

—Contenuti e programmazione del corso

1. Cos'è il marketing e a cosa serve	8. Metodo efficace per relazionarsi con il pubblico
2. Definizione del concetto di bisogno/desiderio/domanda	9. Strategie di marketing per guadagnare e mantenere la fiducia del pubblico
3. Nascita e sviluppo del marketing	10. Relazione tra prodotto culturale e pubblico
4. Definizione di marketing culturale e artistico e conseguente soddisfazione degli utenti basata su vari obiettivi	11. Gli spazi culturali
5. Le imprese culturali e il settore	12. Enti culturali
6. Il marketing mix	13. Figurazione organizzativa
7. Analisi, ricerca e pianificazione	14. Attuazione e stesura dei progetti

—Testi di riferimento obbligatori

F. Colbert, *Il marketing delle arti e della cultura*, Etas libri, 2000;

—Testi di approfondimento consigliati

Alessandro Bollo, *Il marketing della cultura*, Carocci Editore

John Fahy, David Jobber, Sara Poggese, *Fondamenti di marketing*. Ed. Connect, McGraw-Hill Education, 2019

—Strumenti per studenti con disabilità e/o DSA

Gli studenti con disabilità e/o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da professori e da tutor didattici (se assegnati) attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata). Gli studenti possono, mediante PEO (e-mail istituzionale) o eventualmente anche attraverso i tutor, chiedere al professore del corso un colloquio in modo da concordare obiettivi didattici ed eventuali strumenti compensativi e/o dispensativi, in base alle specifiche esigenze. Tale colloquio sarebbe opportuno che avvenisse prima dell'avvio delle lezioni e comunque non oltre la prima settimana di corso.

Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale cinap@abacatania.it

—Nota di trasparenza

Il seguente Syllabus è l'unico documento a cui gli studenti possono fare riferimento per la fruizione e il conseguimento della disciplina nell'a.a. in oggetto, non saranno pubblicati né presi in considerazione altri programmi didattici. Le informazioni inserite nel presente documento, con particolare attenzione alle caratteristiche delle esercitazioni intermedie, degli elaborati finali e dei testi di riferimento obbligatori, non potranno essere modificate dopo l'avvio della disciplina in oggetto. Tutto ciò che non è specificatamente descritto in questo Syllabus e/o effettivamente svolto a lezione non potrà essere chiesto in fase di esame.