

GESTIONE E ORGANIZZAZIONE DELLE AZIENDE CULTURALI (9 cfu)

Programma per gli studenti del percorso internazionale in convenzione con l'Université Pierre Mendès-France di Grenoble

Obiettivi formativi

Il corso di *Gestione e organizzazione delle aziende culturali* si propone di analizzare modelli e paradigmi dell'organizzazione aziendale, al fine di fornire utili strumenti per la gestione degli istituti culturali e delle imprese operanti nel settore dei beni culturali; particolare attenzione verrà riservata alla gestione delle relazioni interorganizzative tra musei.

Prerequisiti

Per la frequenza del corso sono richiesti i seguenti prerequisiti:

- conoscenza dei fondamenti dell'economia e della gestione delle imprese;
- conoscenza di base della lingua inglese (*reading and comprehension*).

Programma del corso

Dopo una breve introduzione di carattere disciplinare, il corso cercherà di applicare metodi e strumenti propri dell'economia e della gestione delle imprese all'organizzazione e al management delle aziende operanti nel settore dei beni culturali attraverso lo studio di casi e best practice.

Particolare attenzione verrà riservata al tema dell'organizzazione e della gestione delle relazioni interorganizzative nel settore culturale, con specifico riferimento all'analisi delle reti come modello di gestione del sistema museale italiano e come strumento per il conseguimento degli standard museali.

In particolare verranno affrontati i seguenti argomenti:

- Il campo di indagine: cultura, patrimonio culturale, istituti culturali e altre imprese culturali;
- Principi e fondamenti di gestione e organizzazione delle aziende culturali;
- Note scientifico-metodologiche: riferimenti epistemologici, oggetto di studio, obiettivi della ricerca, tecniche di indagine, analisi dei dati ed esposizione dei risultati;
- Le imprese di servizi: caratteristiche, componenti e progettazione del sistema di offerta, marketing, gestione della qualità e misurazione delle performance;
- Forme, strumenti e percorsi di gestione dei servizi culturali;
- Relazioni interorganizzative tra musei (reti, sistemi e distretti museali): casi di studio;
- Strumenti finanziari pubblici e privati: nuovi ambiti e logiche di finanziamento.

Testi (A)dottati, (C)onsigliati

1. (A) Cerquetti M., *Dall'economia della cultura al management per il patrimonio culturale: presupposti di lavoro e ricerca*, «Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage», n. 1/2010, pp. 23-46;
2. (A) Cerquetti M., *Strategie di sviluppo dei musei marchigiani mediante innovazione e condivisione dei processi di creazione di valore*, in P. Dragoni (ed.), *La qualità nel museo. Ricognizione sullo stato di alcuni musei locali*, eum 2008, pp. 143-180;
3. (A) Golinelli C.M., *La valorizzazione del patrimonio culturale: verso la definizione di un modello di governance*, Giuffrè 2008;
4. (A) Montella M., *Presupposti per il progressivo adeguamento dei musei e delle raccolte agli standard*, in P. Dragoni (ed.), *La qualità nel museo*, eum 2008, pp. 181-190;
5. (C) Hinna A. e Minuti M., *Progettazione e sviluppo di aziende e reti culturali. Principi, strumenti, esperienze*, Hoepli 2009.