

Fondamenti di marketing culturale

Professore

Vincenzo D'Arrò

CODICE ABLE 69

CREDITI

8

ORE

60

Syllabus

—Obiettivi formativi

Il corso ha come obiettivo quello di fornire conoscenze specifiche nella comunicazione e nel marketing culturale, nella valorizzazione dei beni museali, nella pianificazione di una campagna di promozione per eventi culturali. Durante il corso si affronteranno le evoluzioni del marketing, con particolare riferimento al settore culturale. Inoltre verranno forniti gli strumenti per comprendere come posizionarsi nel mercato, migliorare la credibilità e la reputazione, ampliare e gestire la relazione con i pubblici, definire nuovi modi per creare valore attraverso le proprie attività, segmentare e personalizzare l'offerta, rafforzare le strategie di promozione, individuare nuovi canali di distribuzione. Particolare attenzione verrà posta al tema dell'Audience Development, in considerazione del fatto che le organizzazioni culturali, indipendentemente dalla natura, dalle dimensioni e dal posizionamento, condividono la necessità di raggiungere, aumentare e diversificare il proprio pubblico.

—Modalità di svolgimento

Lezioni frontali in aula.

Il semestre:

—Modalità esame

Lo svolgimento dell'esame è orale.

—Prerequisiti richiesti

Nessuno.

—Frequenza delle lezioni

La frequenza è obbligatoria non inferiore all'80 per cento della totalità delle attività formative, con esclusione dello studio individuale. Per un massimo di 25 ore (5 lezioni).

—Contenuti del corso

- Breve storia del marketing culturale
- I marketing del postmoderno
- Verso una definizione di marketing culturale
- Le fasi del marketing
- I modelli del marketing culturale
- Il sistema di offerta
- Il mercato
- I pubblici della cultura
- Segmentazione, targeting e posizionamento
- Il processo decisionale del consumatore
- Il sistema informativo di marketing
- Le fonti e i dati
- La pianificazione di marketing
- Analisi interna e analisi esterna
- Il marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione e promozione).

—Testi di riferimento obbligatori

1. Alessandro Bollo , *Il marketing della cultura*, Carocci editore, 2012.
2. Gianni Puglisi, *I modi della moda*, Sellerio editore, 2001.

—Un testo a scelta tra

1. Francesco Bonami, *Lo potevo fare anch'io*, Piccola biblioteca Oscar Mondadori, 2007.
2. Philippe Daverio, *L'arte di guardare l'arte*, Giunti editore, 2012.

— Strumenti per studenti con disabilità e/o DSA

Gli studenti con disabilità e/o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da docenti e tutor attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata).

Gli studenti interessati possono chiedere al docente di riferimento, anche attraverso il proprio tutor dove assegnato, un colloquio personale, mediante mail istituzionale, in modo da programmare insieme 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 o

comunque non oltre la prima settimana di corso, al fine di attivare eventuali misure a garanzia di pari opportunità sia per le lezioni che per gli esami. Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale cinap@abacatania.it

Corsi

Nuovi linguaggi della pittura

PRIMO LIVELLO / CODICE DAPL01 / 180 CREDITI