

# TOURIST AND CULTURAL ENTITIES MANAGEMENT (LM02)

(Lecce - Università degli Studi)

## Teaching CULTURAL TOURISM MANAGEMENT

GenCod A000525

**Owner professor** Francesca IMPERIALE

**Teaching in italian** MANAGEMENT DELLE AZIENDE CULTURALI

**Teaching** CULTURAL TOURISM MANAGEMENT

**SSD code** SECS-P/07

**Reference course** TOURIST AND CULTURAL ENTITIES MANAGEMENT

**Course type** Laurea Magistrale

**Credits** 12.0

**Teaching hours** Front activity hours: 96.0

**For enrolled in** 2024/2025

**Taught in** 2024/2025

**Course year** 1

**Language** ITALIAN

**Curriculum** PERCORSO GENERICO/COMUNE

**Location** Lecce

**Semester** Yearly

**Exam type** Oral

**Assessment** Final grade

**Course timetable**

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

### BRIEF COURSE DESCRIPTION

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.

### REQUIREMENTS

Nessuno

### COURSE AIMS

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

TEACHING METHODOLOGY	Didattica frontale e lavori di gruppo
ASSESSMENT TYPE	<p>Prova orale. La prova orale avrà durata di circa 20 minuti e avrà ad oggetto la verifica, mediante 4 domande, della conoscenza delle specificità del management del patrimonio storico-artistico e della metodologia per la costruzione di un sistema di valorizzazione turistico-culturale. Parametri oggetto di valutazione sono: la chiarezza espositiva; la capacità logica; la coerenza con il tema e la capacità di sintesi. La prova si intende superata se il candidato è in grado di rispondere sufficientemente ad almeno 3 domande.</p> <p><i>"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 <a href="mailto:paola.martino@unisalento.it">paola.martino@unisalento.it</a>".</i></p> <p>Per gli studenti frequentanti che hanno aderito ai lavori di gruppo, la prova orale consisterà nella discussione del project work svolto e in una domanda per la verifica del modulo I.</p>
ASSESSMENT SESSIONS	Si consulti <a href="https://www.economia.unisalento.it/536">https://www.economia.unisalento.it/536</a>
FULL SYLLABUS	<p>Il programma è articolato in due moduli di apprendimento.</p> <p>Modulo I – Aziende culturali e modelli manageriali</p> <p>Il modulo si propone di fornire agli allievi le conoscenze di base necessarie per comprendere le specificità manageriali delle aziende operanti nel settore culturale. A tal fine le unità didattiche previste sono le seguenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le aziende culturali: aspetti definatori</li> <li>▪ Gli assetti istituzionali delle aziende culturali</li> <li>▪ L'ambiente esterno e il sistema competitivo delle aziende culturali</li> <li>▪ Il sistema di prodotto delle aziende culturali</li> <li>▪ L'economicità delle aziende culturali</li> </ul> <p>I principali argomenti delle diverse unità didattiche saranno trattati e discussi prevalentemente in modalità tradizionale, attraverso lezioni frontali e approfondimenti basati su casi di studio e/o testimonianze.</p> <p>Modulo II – La valorizzazione turistico-culturale del patrimonio storico-artistico</p> <p>Il modulo si propone lo sviluppo di competenze relative alla progettazione di sistemi di gestione sostenibile di beni culturali pubblici anche a scopo turistico. Si prevedono a tal fine le seguenti unità didattiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Beni culturali, tutela e valorizzazione: inquadramento giuridico ed economico-aziendale <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le forme e le prospettive di gestione: gestione integrata, collaborazione pubblico-privato, community engagement</li> <li>▪ Metodologia per la costruzione di un sistema di valorizzazione turistico-culturale</li> </ul> </li> </ul> <p>Il modulo II verrà svolto in modalità laboratoriale.</p>
REFERENCE TEXT BOOKS	G. Magnani, Le aziende culturali. Modelli manageriali, Giappichelli, Torino, 2 <sup>a</sup> ed., 2017. Dispense fornite dal docente durante le lezioni