



Accademia di Belle Arti Sanremo

Dipartimento di PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE/ARTI VISIVE
Scuola di Progettazione Artistica per l'Impresa
Corso di ARCHITETTURA D'INTERNI E DESIGN

Anno Accademico 2020/2021

CODICE: ABLE69

DISCIPLINA: MANAGEMENT PER L'ARTE

SETTORE: MARKETING E MANAGEMENT

DOCENTE: MOLINARI ENRICO

OBIETTIVI FORMATIVI

Definizione del concetto di management, storia della comunicazione artistica attraverso i secoli, marketing tradizionale e digitale applicati al management dell'arte, elementi di marketing innovation & technology (MarTech), innovazione e tecnologia, comunicazione istituzionale ed Impresa 4.0, sono alcuni dei contenuti scientifico-disciplinari del corso e rappresentano i fondamenti che ogni studente deve conoscere per gestire il management dell'arte in modo concreto e per dialogare con il mercato e con le istituzioni. Il corso permetterà di acquisire la consapevolezza necessaria per l'analisi, la pianificazione e la gestione dei più moderni strumenti di management aziendale applicati alla disciplina dei beni culturali e del patrimonio artistico, ma anche l'introduzione ai principi pratici che regolano le dinamiche di mercato delle "Industrie Creative" europee.

CONTENUTI DIDATTICI

L'organizzazione del corso coinvolgerà gli studenti con una didattica attiva e stimolerà una contaminazione tra idee accademiche e di mercato. La creazione di gruppi di lavoro (Team Working for Continuous Learning), attività tipica di un trasferimento di conoscenza europeo, favorirà una condivisione dinamica e critica delle informazioni e l'utilizzo etico e responsabile degli strumenti di marketing management, digital social media management e marketing innovation per il patrimonio artistico e culturale internazionale.

Un modulo operativo del "saper fare" dedicato all'accesso ai finanziamenti ministeriali e di Commissione europea, trasmetterà agli studenti competenze multidisciplinari e cross-settoriali legate alle "alleanze della conoscenza" tra soggetti pubblici e privati.

METODOLOGIA

Il corso prevede, secondo la normativa vigente in materia di contenimento del contagio da COVID-19 e secondo le indicazioni ministeriali, lezioni ed esercitazioni in distance learning, formazione in presenza ed atelier pratici (homework) utili a trasmettere una corretta consapevolezza del ruolo dei professionisti del management dell'arte. Durante il corso si valuterà l'attivazione di un Living Lab/Keynote Speech a cura di un testimonial (artista, imprenditore, funzionario nazionale/internazionale o influencer) per comprendere come creare, promuovere, sviluppare e testare soluzioni di management e marketing innovation per l'arte.

VERIFICHE PERIODICHE DEL PROFITTO

Sono previste 3 esercitazioni (2 individuali ed 1 in team) per la valutazione intermedia dell'apprendimento.

È previsto un test finale di verifica pratica attraverso cui valutare la capacità degli studenti di trasformare le nuove competenze acquisite in un piano di marketing management operativo. Si introdurranno eventuali metriche di valutazione alternative e/o integrative dopo la conoscenza delle classi e del grado di consapevolezza degli studenti.

Programma indicativo del corso:

- Management e Arte: definizione e scenario applicativo.
- Fondamenti di marketing culturale e di marketing dei beni artistici.
- Fondamenti di organizzazione e management dell'arte: la trasformazione del settore attraverso le storie di successo.
- Le funzioni amministrative, direttive e gestionali di un'impresa creativa.
- Le alleanze della conoscenza tra settore pubblico ed istituzioni private: istituzioni, sponsor e Fondazioni.
- Finanza innovativa applicata al management delle startup: Digital Disruption ed Entrepreneurship
- Gestione e valorizzazione del patrimonio artistico.
- La comunicazione istituzionale nell'arte: identità visuale e comunicazione del prodotto-arte.
- Strategie di management applicabili al mercato dell'arte e comunicazione coordinata.
- Il MiBACT e le azioni istituzionali per la valorizzazione del patrimonio nazionale.
- Le nuove tecnologie abilitanti e gli strumenti digitali per la fruizione dell'arte.
- Marketing innovation per l'arte: realtà aumentata, intelligenza artificiale e digital transformation.
- Il piano di marketing per l'arte: le competenze specifiche di marketing management strategico ed operativo.
- Storytelling e social media nella gestione dell'arte: il potere del #Brand.
- Le nuove figure professionali: Product & Personal Branding, Heritage Interpretation, Digital Strategy Management & Social Media Manager.
- Il ruolo degli influencer nel management dell'arte.
- Organizzazione e gestione degli eventi: l'industria globale del "fare arte".
- Economia e management dell'arte: Parma Capitale della Cultura 2021.
- Introduzione al Project Management (PM): progettare con successo per l'arte (FabLab).