



Accademia di Belle Arti di Foggia
Anno accademico 2012/13

FONDAMENTI DI MARKETING CULTURALE
Prof.ssa Barbara de CESARE

Il programma verte in generale sullo studio della programmazione, promozione e gestione delle attività culturali ed artistiche, nonché allo studio delle strategie già adottate relative al mercato dell'arte e della comunicazione e alla individuazione di nuove forme di interazione tra l'artista e il pubblico o tra un bene culturale inteso come risorsa sociale ed economica per il territorio.

Nel particolare il programma sarà svolto in due tranches, una riguardante la parte teorica e l'altra riguardante la parte pratica. Si evidenziano di seguito gli argomenti che saranno trattati.

TRIENNIO:

- Cos'è il marketing e a cosa serve;
- definizione del concetto di bisogno/desiderio/domanda;
- nascita e sviluppo del marketing;
- definizione di marketing culturale e artistico e conseguente soddisfazione degli utenti basata su vari obiettivi;
- le imprese culturali e il settore;
- il marketing mix;
- analisi, ricerca e pianificazione;
- il mercato culturale e il marketing mix;
- metodo efficace per relazionarsi con il pubblico;
- strategie di marketing per guadagnare e mantenere la fiducia del pubblico;
- relazione tra prodotto culturale e pubblico;
- sistemi culturali avuto riguardo all'ambiente socio-economico, al livello d'istruzione, all'attività professionale;
- gli spazi culturali;
- enti culturali;
- figurazione organizzativa;
- attuazione e stesura dei progetti.

Bibliografia consigliata:

- F. Colbert, *Il marketing delle arti e della cultura*, Etas libri, 2000;
- B. de Cesare, *Il marketing culturale. Strumenti e strategie per la comunicazione*, Edizioni Il Castello, 2010;
- B. de Cesare, *Arte e cultura. Tra marketing e mass media*, Edizioni Il Castello, 2012.

Prof.ssa Barbara de Cesare