

Fondamenti di marketing culturale (ABLE69), 6 e 8 cfa
Accademia di Belle Arti di Palermo
Prof. Dario La Mendola

Titolo del corso

Marketing e critica

Sintesi

Il corso analizzerà il marketing della cultura, la sua evoluzione in riferimento ai contesti storico-culturali e i suoi modelli, con particolare riferimento alla natura umana come fonte della creatività. Allo studente verranno fornite le conoscenze generali della struttura del Sistema dell'arte, fornendo le basi per la progettazione di un piano strategico per la promozione culturale e la pianificazione di eventi, dalla loro invenzione alla promozione. Infine, sarà opposto al paradigma culturale ed economico una critica, con letture filosofiche, biologiche, antropologiche ed etologiche.

Libri obbligatori (con asterisco, esente per 6 cfa)

- A. Bollo, *Il marketing della cultura*, Carocci Editore
- M. Foucault, *L'archeologia del sapere*, Rizzoli, 1999
- G. Deleuze, *Istinti e istituzioni*, Mimesis, 2014*

Testi utili da consultare

- F. Colbert, *Il marketing delle arti e della cultura*, Etas libri, 2000
- N. Kishtainy, *Breve storia dell'economia per chi non ne sa niente*, Il Saggiatore
- F. Poli, *Il sistema dell'arte contemporanea*, Laterza
- D. Thompson, *Bolle, barabande e avidità*, Mondadori
- L.L. Cavalli-Sforza, *Evoluzione culturale*, Treccani

Tipologia di esame

Orale.