

1. Record Nr.	UNINA9910130593903321
Titolo	Il governo imprenditoriale
Pubbl/distr/stampa	Firenze, : Firenze University Press, 2002-
ISBN	9788884535764 888453576X
Descrizione fisica	v
Disciplina	658
Lingua di pubblicazione	Italiano
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	15.2 : Gli aspetti non imprenditoriali nel governo imprenditoriale : cultura : economia & marketing / a cura di Cristiano Ciappei, Micaela Surchi. - 2010. - 348 p. (http://www.ilibri.casalini.it/toc/10835423.pdf)
Sommario/riassunto	Questo volume considera il settore culturale ed artistico con un approccio marketing oriented. Si prende conoscenza di cio che il pubblico desidera e si attende, per arricchire e migliorare la modalita di realizzazione dei beni/servizi e la loro erogazione. L'intento e di offrire un servizio d'informazione sulle peculiarita principali dei vari ambiti del settore culturale ed artistico, in particolar modo sulle strategie di marketing e come vengono applicate nei vari contesti. Si cerca di mettere in luce i modi e gli strumenti con cui porre in essere l'attivit� culturale ed artistica, tenendo in considerazione la complessita dell'offerta e non trascurando le variabili economiche, per un efficace ed efficiente esercizio d'impresa. Scorrendo i capitoli di questo libro, si puo passo passo scoprire che il settore della cultura e delle arti e un mondo vivace, multiforme ed interessante, composto da personaggi vari ed eterogenei tra di loro, ma animati da interessanti passioni. Cristiano Ciappei Ordinario di Strategia e Valore di Impresa presso l'Universita degli Studi di Firenze, attualmente impegnato nello studio della governance imprenditoriale, dell'innovazione nelle imprese ad alto contenuto simbolico e nella valutazione della strategia. Micaela Surchi assegnista presso il Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Universita

degli Studi di Firenze e docente presso la Facoltà di Scienze Politiche di Firenze. Attualmente impegnata nello studio del marketing nel settore culturale, artistico e nella moda con particolare riferimento alle strategie di branding.
