

# COMUNICAZIONE PUBBLICA, ECONOMICA E ISTITUZIONALE (LM64)

(Lecce - Università degli Studi)

## Insegnamento ECONOMIA DEI MEDIA MODULO A

GenCod A004484

**Docente titolare** Donatella PORRINI

**Insegnamento** ECONOMIA DEI MEDIA  
MODULO A

**Insegnamento in inglese** Media  
economics - module A

**Settore disciplinare** SECS-P/02

**Corso di studi di riferimento**  
COMUNICAZIONE PUBBLICA,

**Tipo corso di studi** Laurea Magistrale

**Crediti** 6.0

**Ripartizione oraria** Ore Attività frontale:  
30.0

**Per immatricolati nel** 2019/2020

**Erogato nel** 2020/2021

**Anno di corso** 2

**Lingua** ITALIANO

**Percorso** PERCORSO COMUNE

**Sede** Lecce

**Periodo** Secondo Semestre

**Tipo esame** Orale

**Valutazione**

**Orario dell'insegnamento**

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

### BREVE DESCRIZIONE DEL CORSO

Nel Corso inizialmente vengono definite le caratteristiche economiche dei mercati dei Media attraverso statistiche e analisi di settore. Si passa poi all'analisi del funzionamento di tali mercati, con una particolare attenzione ai problemi legati al rapporto tra gestione pubblica e/o privata e alla regolamentazione di tali mercati. Una parte del Corso riguarda l'innovazione tecnologica e l'impatto dell'uso delle ICT. Viene poi proposta una panoramica delle politiche nazionali e europee che ne determinano i metodi di finanziamento. Il Corso si concentra in particolare sul settore culturale e sul mercato del cinema.

### PREREQUISITI

Conoscenze economiche di base

### OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso intende fornire le nozioni per una conoscenza approfondita dei mercati dei Media in termini di contesto istituzionale ed economico. In particolare gli studenti saranno in grado di applicare l'analisi economica a tali mercati ed acquisire competenze in materia degli interventi volti a migliorare il funzionamento di tali mercati, considerando i profili regolatori, le implicazioni strategiche e le opportunità di cambiamento e sviluppo legate alle ICT.

### METODI DIDATTICI

Lezioni frontali e lettura di materiale (articoli e saggi) attinente ai mercati dei Media

### MODALITA' D'ESAME

Prova orale  
Si svolge di solito insieme al Modulo B

---

## PROGRAMMA ESTESO

### Programma del Corso:

- Definizione delle caratteristiche economiche dei mercati dei Media
- Analisi di dati statistici
- Analisi del funzionamento di tali mercati
- Esame dei problemi legati al rapporto tra gestione pubblica e/o privata
- Esame degli aspetti della regolamentazione di tali mercati
- Approfondimento sull'innovazione tecnologica e l'impatto dell'uso delle ICT
  - Panoramica delle politiche nazionali e europee con attenzione specifica al tema dei metodi di finanziamento.
- Focus sul settore culturale
- Focus sul mercato del cinema.

---

## TESTI DI RIFERIMENTO

G. Richeri, *Economia dei media*, Laterza Editore, 2012

L. Barbarito, A. Ardizzone, Anna Maria Bagnasco, *I MERCATI DEI MEDIA 2019*, Franco Angeli Editore, 2019

Altro materiale didattico integrativo verrà segnalato durante il corso e sarà scaricabile dal sito del docente.