



ISIA Pescara Design
(Istituto Superiore per le Industrie Artistiche)

Scheda attività didattica a.a. 2018/19

Denominazione insegnamento:	DESIGN MANAGEMENT E MARKETING
SAD (Settore Artistico Disciplinare):	ISSE/01
Corso di Studio:	<i>Multimedia Design</i> – indirizzo <i>Comunicazione e Servizi per l’Ambiente, il Territorio e il Turismo</i> [X] indirizzo <i>Sistemi per la Comunicazione Multimediale</i> []
Nome del docente titolare dell’insegnamento:	d’Arielli Emanuela
Obiettivi formativi:	L’obiettivo del corso è quello di trasferire agli allievi i concetti, le metodologie, le tecniche e gli strumenti per il project cycle management e per l’attuazione delle tecniche di ricerca di mercato e dei principi di marketing strategico ed operativo. Gli studenti acquisiranno anche le competenze per la valutazione della fattibilità economico-finanziaria di un progetto d’investimento attraverso lo strumento del business plan. Nell’ambito del corso saranno illustrati ed applicati, anche grazie al supporto di casi di studio, i fondamenti per lo sviluppo di nuovi progetti di investimento; gli elementi per la valutazione economico finanziaria degli stessi; il monitoraggio delle attività e dei principali fattori di rischio.
Contenuti (descrizione del corso):	Il corso sarà strutturato nei seguenti tre moduli: Modulo 1 – Project Cycle Management (8 ore) Modulo 2 – Tecniche di ricerca di mercato e marketing (20 ore) Modulo 3 – Business plan, pianificazione strategica e valutazione economico-finanziaria (20 ore)
Programma esteso:	Modulo 1 – Project Cycle Management Il project management ed il ciclo di vita di un progetto o commessa, dalla fase di progettazione a quella di rendicontazione a consuntivo. Gli strumenti per l’attuazione ed il controllo del progetto. Nozioni di risk management, classificazione dei rischi, delle possibili cause e delle misure per il presidio e la minimizzazione degli impatti. Modulo 2 – Tecniche di ricerca di mercato e marketing Le fasi della ricerca di mercato. L’analisi del settore di riferimento: il business system complessivo e lo stato di profittabilità; grado di regolamentazione e barriere all’entrata; potere contrattuale dei fornitori e dei clienti; struttura dei processi produttivi e dei costi. L’analisi della concorrenza. L’analisi della domanda: elasticità della domanda rispetto al prezzo; le variabili utilizzate per la segmentazione del mercato; le aree strategiche d’affari; il processo d’acquisto. Le strategie di posizionamento sulla base della segmentazione. Mercato dei beni di consumo e dei prodotti industriali. L’analisi dell’impresa. Il posizionamento competitivo. Il ciclo di vita del prodotto e le correlazioni con il marketing mix. Le decisioni connesse alla valutazione del portafoglio prodotti la matrice del Boston Consulting Group. Il ruolo del design e della creatività per la differenziazione di prodotto ed il vantaggio

	<p>competitivo.</p> <p>L'analisi S.W.O.T.: punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce.</p> <p>Le leve del marketing mix. La determinazione del prezzo di vendita. La classificazione dei costi. Il break even point.</p> <p>Il piano di marketing.</p> <p>La customer satisfaction nell'ottica del cliente e dell'azienda.</p> <p>Modulo 3 - Business plan, pianificazione strategica e valutazione economico-finanziaria</p> <p>La pianificazione strategica ed il business plan per la presentazione di nuovi progetti, per la richiesta di contributi pubblici e di finanziamenti bancari. La struttura del Business Plan e le sue fasi di redazione.</p> <p>La tempistica di implementazione di un progetto ed il cronoprogramma delle attività.</p> <p>Il bilancio d'esercizio in sintesi.</p> <p>I piani operativi quantitativi del Business Plan. Il piano degli investimenti. Il piano di finanziamento. La gestione dei flussi di cassa e della tesoreria. Il conto economico previsionale.</p> <p>La valutazione economico-finanziaria di un progetto d'investimento.</p> <p>La rilevazione dei dati consuntivi, l'analisi degli scostamenti ed il reporting. Le azioni correttive ed il controllo di gestione.</p> <p>I principali indicatori di redditività di un progetto.</p>
Metodi didattici:	Lezioni frontali. Utilizzo di slides. Analisi della modulistica, di casi pratici e di fonti informative istituzionali.
Altre informazioni:	----
Modalità di verifica dell'apprendimento:	Colloquio al termine del corso.
Prerequisiti:	La metodologia didattica utilizzata e la strutturazione del programma consentiranno di raggiungere gli obiettivi formativi prefissati e l'acquisizione delle correlate competenze da parte degli studenti. Non è, dunque, necessaria la pregressa maturazione di conoscenze specifiche. Non è, altresì, prevista alcuna propedeuticità con altri insegnamenti.
Testi di riferimento:	Il materiale di studio sarà redatto a cura della docente.
Modalità di verifica dell'apprendimento:	<p>esame:</p> <p>scritto <input type="checkbox"/></p> <p>orale <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Altro (specificare)</p>