

Scheda Attività Didattica a.a. 2019/20

Denominazione insegnamento: DESIGN MANAGEMENT E MARKETING

SAD (Settore Artistico Disciplinare): ISSE/01

Corso di Studio: Diploma Accademico di Secondo Livello in "Multimedia Design"
Indirizzo Comunicazione e Servizi per l'Ambiente, il Territorio e il Turismo

Prof.ssa: d'Arielli Emanuela

Obiettivi formativi e Contenuti:

L'obiettivo del corso è 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.

Al termine del corso gli studenti saranno in grado di riconoscere e analizzare i processi attraverso i quali il prodotto si connette agli sviluppi dell'economia, dell'innovazione e dell'internazionalizzazione nonché le modalità sia strategiche che operative più efficaci per la gestione delle risorse a disposizione e per adeguarsi ai mutamenti esogeni locali, nazionali ed internazionali, nella prospettiva di un approccio critico al consumo, ai diversi comportamenti d'acquisto ed al vantaggio competitivo.

Gli studenti acquisiranno, inoltre, le competenze per la valutazione della fattibilità sia di mercato che economico-finanziaria di un progetto attraverso lo strumento del business plan.

Per quanto concerne i contenuti, il corso affronta, le relazioni intercorrenti tra il contesto, l'organizzazione, la gestione aziendale ed il prodotto finale, ai fini della comprensione dei fenomeni che legano strutture produttive e forme di mercato.

Sono illustrati ed applicati, anche attraverso il supporto di casi di studio: i fondamenti e le tecniche di progettazione; gli elementi per l'analisi del settore economico di riferimento, della domanda, della concorrenza e relative dinamiche; i processi di monitoraggio e controllo dell'attività d'impresa così come quelli inerenti l'implementazione di un progetto creativo e le tecniche per la classificazione e valutazione dei principali fattori di rischio.

Ciascuno studente avrà l'occasione di elaborare un progetto di ricerca in un settore economico di proprio interesse e di analizzarne le dinamiche di mercato esterne all'impresa, nonché le implicazioni aziendali. Allo scopo saranno utilizzati i più comuni applicativi informatici di videoscrittura e di analisi (applicazioni per la videoscrittura funzionali alla progettazione descrittiva; fogli di calcolo, applicazione di formule funzionali alle analisi di dati di mercato, grafici, tabelle, analisi statistiche di base).

Il corso è strutturato nei seguenti tre moduli:

Modulo 1 – Project Cycle Management

Modulo 2 – Tecniche di ricerca di mercato e marketing

Modulo 3 – Business plan e pianificazione strategica di progetto.

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 di un progetto creativo. 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: l'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 benchmarking ed il miglioramento dei processi. 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 competitivo.

L'analisi S.W.O.T.: punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce.

Le leve del marketing mix. La determinazione del prezzo di vendita. La classificazione dei costi.

Il break even point. Il piano di marketing. La customer satisfaction nell'ottica del cliente e dell'azienda.

Modulo 3 – Business plan e pianificazione strategica di progetto

La pianificazione strategica ed il business plan per la presentazione di nuovi progetti, per la richiesta sia di contributi pubblici che di finanziamenti bancari. La struttura del Business Plan e le sue fasi di redazione. La tempistica di implementazione di un progetto ed il cronoprogramma delle attività.

Il bilancio d'esercizio in sintesi.

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. La valutazione economico-finanziaria di un progetto d'investimento.

La rilevazione dei dati consuntivi, l'analisi degli scostamenti ed il reporting. Le azioni correttive ed il controllo di gestione. I principali indicatori di redditività di un progetto.

Metodi didattici:

Lezioni frontali. Utilizzo di slides. Analisi della modulistica, di casi pratici e di fonti informative istituzionali. Le lezioni teoriche saranno alternate a momenti di applicazione pratica e di ricerca sulla base degli interessi manifestati dagli stessi studenti in aula, i quali avranno modo di redigere un proprio progetto individuale (project work) composto dalle seguenti sezioni di analisi:

- L'analisi dell'impresa e del portafoglio prodotti.
- L'analisi dei principali dati di bilancio.
- L'analisi del mercato di riferimento: settore economico, domanda, concorrenza.
- L'analisi S.W.O.T. (Punti di forza e debolezza. Opportunità e minacce.).
- Il ciclo di vita del prodotto e analisi dei costi.
- Il prezzo e la pianificazione delle vendite.
- Il break even point.
- La valutazione dei rischi.

Altre informazioni:

Modalità di verifica dell'apprendimento:

Colloquio individuale sia sui contenuti teorici che sul project work elaborato nell'ambito 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 e consisterà in:

- N. 1 Dispensa sui contenuti teorici.
- Casi di studio e fonti informative utili per la progettazione e la redazione del project work.