

Scheda Attività Didattica a.a. 2019/20

Denominazione insegnamento:

DESIGN MANAGEMENT E MARKETING/GESTIONE DELLE IMPRESE

SAD (Settore Artistico Disciplinare): ISSE/01

Corso di Studio: Diploma Accademico di Secondo Livello in "Multimedia Design"

Indirizzo Sistemi per la Comunicazione Multimediale

Prof.ssa: d'Arielli Emanuela

Obiettivi formativi e Contenuti:

L'obiettivo è di trasferire agli allievi i concetti, le metodologie, le tecniche e gli strumenti per la gestione d'impresa, di progetti e di commesse nonché i fondamenti del *project cycle management*, della tutela della proprietà intellettuale, delle tecniche di ricerca di mercato e dei principi del marketing strategico ed operativo.

Saranno, inoltre, affrontati 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 attraverso le quali le imprese gestiscono le proprie risorse ed affrontano i cambiamenti 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.

Al termine gli studenti saranno anche in grado di effettuare la ricerca di agevolazioni pubbliche per il finanziamento di nuovi progetti, attraverso le principali fonti istituzionali comunitarie e nazionali, comprendendone le caratteristiche e le differenze tecniche.

Ogni 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 sia nel loro complesso che specifiche del portafoglio prodotti. Allo scopo saranno usati 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 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 di controllo dell'attività d'impresa così come quelli inerenti l'implementazione di un progetto creativo; le tecniche per la classificazione e la valutazione dei principali fattori di rischio.

Il corso è strutturato nei seguenti quattro moduli:

Modulo 1 - Il Sistema Impresa e la gestione aziendale

Modulo 2 - Tutela e gestione della proprietà intellettuale in azienda

Modulo 3 - Project Cycle Management, pianificazione, programmazione e controllo

Modulo 4 - Tecniche di ricerca di mercato e marketing

Programma esteso:

Modulo 1 - Il sistema impresa e la gestione aziendale

La nozione giuridica d'impresa. La business idea ed il ciclo di vita di una nuova idea progettuale. L'impresa come sistema, la sua dinamica operativa e la natura dei valori (finanziari, patrimoniali ed economici).

I fattori chiave per l'organizzazione delle attività: strutture organizzative per funzioni, divisionali o a matrice.

L'importanza della gestione delle risorse umane: il lavoro in team; la gestione del tempo; la suddivisione dei compiti e dei carichi di lavoro. Il diagramma di Gantt.

Le pratiche burocratiche per lo start-up ed i fattori chiave per l'avvio d'impresa. L'impresa e le relazioni con l'ambiente esterno.

La catena del valore ed il vantaggio competitivo: attività primarie e di supporto; indicatori chiave e di successo.

Modulo 2 – Tutela e gestione della proprietà intellettuale in azienda

I Diritti di Proprietà Industriale: marchi ed altri segni distintivi, indicazioni geografiche, denominazioni di origine, disegni e modelli, invenzioni (brevetti), modelli di utilità.

Gli Enti istituzionali di riferimento per la proprietà intellettuale: UIBM – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi; EUIPO – Ufficio dell'Unione Europea per la Proprietà Intellettuale; EPO – European Patent Office; WIPO/OMPI – Organizzazione Mondiale per la Proprietà Intellettuale.

I principali riferimenti normativi: Codice della Proprietà Industriale; Regolamento (CE) n. 207/2009 sul marchio comunitario; Regolamento (UE) 2015/2424 sul marchio dell'Unione; protocollo relativo all'accordo di Madrid; Classificazione di Nizza; regolamento (CE) n. 6/2002 su disegni e modelli comunitari; accordo dell'Aia del 6 novembre 1925 sul deposito internazionale del design industriale; classificazione di Locarno - classificazione internazionale per disegni e modelli industriali; convenzione di Monaco di Baviera sulla concessione di brevetti europei; trattato di cooperazione in materia di brevetti internazionali; la protezione del diritto d'autore.

Modulo 3 - Project Cycle Management, pianificazione, programmazione e controllo

Le fasi e gli strumenti operativi del project management.

Il Business Plan come strumento per la pianificazione strategica, per la creazione d'impresa e per nuovi progetti di investimento e di sviluppo. Dalla pianificazione alla programmazione (budgeting).

Il controllo dell'efficienza gestionale ed operativa di un progetto. Nozioni di risk management.

Le principali provvidenze legislative a favore dell'imprenditorialità. L'iter della presentazione di una proposta progettuale.

Modulo 4 – Tecniche di ricerca di mercato e marketing

Le fasi della ricerca di mercato. L'analisi del settore di riferimento.

L'analisi della concorrenza. L'analisi della domanda. Il processo d'acquisto. Le strategie di segmentazione. 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. L'analisi S.W.O.T.. Le leve del marketing mix.

La struttura dei costi (variabili, fissi, diretti, indiretti, standard, effettivi). La determinazione del prezzo di vendita. La classificazione dei costi. Il break even point. Il piano di marketing.

La classificazione dei rischi d'impresa e dei rischi correlati ad un nuovo progetto: il rischio di costruzione, relativo alla fase di avvio; i rischi operativo, commerciale e di prezzo connessi alla fase di gestione dell'attività d'impresa o di progetto; i rischi di tasso, di credito e di liquidità, strettamente legati alla gestione finanziaria; il rischio Paese, relativo alla gestione strategica internazionale.

Metodi didattici:

Lezioni frontali. Utilizzo di slides. Analisi della modulistica, di casi pratici e di fonti informative istituzionali.

Simulazione di un progetto d'impresa attraverso l'elaborazione di un project work individuale composto dalle seguenti sezioni di analisi:

- L'idea di business ed i fattori chiave per l'avvio d'impresa.
- L'organigramma aziendale.

- Il portafoglio prodotti.
- I principali marchi commercializzati.
- 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.

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