



**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

Via Cesare Battisti n. 198 - 65123 - Pescara

Codice fiscale 91137250683 Tel. 085.2059763 / 867

PEO: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) - PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it) - [www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)



## Scheda Attività Didattica a.a. 2021/22

**Corso di Studio:** “Multimedia Design indirizzo Sistemi per la Comunicazione multimediale”

**Denominazione insegnamento:** DESIGN MANAGEMENT E MARKETING/GESTIONE DELLE IMPRESE

**SAD (Settore Artistico Disciplinare):** ISSE/01

**Durata del corso:** corso annuale

**Crediti:** 8

**Ore di lezione:** 64

**Tipo di corso:** Teorico

**Prof.ssa:** d’Arielli Emanuela

### **Presentazione.**

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; le tecniche per la classificazione e valutazione dei principali fattori di rischio.

### **Obiettivi formativi.**

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.

Sono, 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.

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 (fogli di calcolo, applicazione di formule funzionali alle analisi di dati di mercato, grafici, tabelle, analisi statistiche di base).

**Prerequisiti:** La metodologia didattica utilizzata e la strutturazione del programma consentono 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.

## **Programma.**

Il corso è strutturato nei seguenti quattro moduli:

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

### **2 - 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) ed al controllo dell'efficienza gestionale ed operativa. Nozioni di risk management nella gestione di progetti e commesse.

### **3 – 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.
- La classificazione dei rischi d'impresa e dei rischi correlati ad un nuovo progetto

### **4 – 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.

## **Altre informazioni:**

**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

Via Cesare Battisti n. 198 - 65123 - Pescara - Codice fiscale 91137250683

Tel. 085.2059763 - PEO: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) - PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it)

[www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)

**Testi di riferimento.**

Il materiale didattico e di studio è fornito dalla docente.

**Criteri, regole e procedure d'esame:** valutazione in trentesimi.

**Modalità d'esame.**

Colloquio individuale sia sui contenuti teorici che sul project work elaborato nell'ambito del corso.

**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

Via Cesare Battisti n. 198 - 65123 - Pescara - Codice fiscale 91137250683  
Tel. 085.2059763 - PEO: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) - PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it)  
[www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)