Università Mercatorum

Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI CREAZIONE E GESTIONE DI IMPRESA CULTURALE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/07

CFU

6

OBIETTIVI

Obiettivo dell’insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la gestione strategica ed operativa dell’impresa al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso. Il programma consentirà allo studente di sviluppare le capacità necessarie all’interpretazione dei fenomeni aziendali declinati per aree funzionali e ad utilizzare i più diffusi strumenti inerenti i processi gestionali.

In particolare, nella prima parte dell’insegnamento sono approfondite le conoscenze e competenze alla base del sistema impresa, dell’ambiente competitivo e dell’analisi di settore; nella seconda parte sono fornite le più significative tecniche e metodologie per applicare tali conoscenze, anche alla luce di un modello di business centrato sulle esigenze delle start up nell’ottica della sostenibilità.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Conoscenza e capacità di comprensione

L’insegnamento intende fornire le conoscenze utili per comprendere la struttura ed il funzionamento del sistema impresa e per individuare i fenomeni critici del contesto ambientale e competitivo di riferimento. Specifica attenzione è dedicata al processo di pianificazione strategica sia a livello corporate che di area di business, nonché all’analisi delle variabili da valutare nei percorsi di crescita dell’impresa. Attraverso lo studio di tali tematiche lo studente sarà in grado di comprendere il percorso che porta il management alla creazione di valore per l’impresa e gli stakeholder di riferimento.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L’insegnamento, mediante l’impiego di tecniche e metodologie gestionali (analisi di matrici strategiche, studio di diversi modelli di business, presentazione di casi aziendali, esercitazioni e verifiche in itinere), consente allo studente di applicare le conoscenze teoriche dibase acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo pe la soluzione delle problematiche d’impresa.

Autonomia di giudizio

Lo studente, anche tramite il confronto con i casi di studio e la discussione nella aula virtuali in occasione delle video conferenze, potrà sviluppare la propria capacità di giudizio e di proposta in relazione all'analisi delle soluzione che il manager e/o l'imprenditore intende prendere ai fini della sopravvivenza, gestione, crescita dell'impresa.

Abilità comunicative

L'insegnamento intende attivare nello studente le necessarie capacità comunicative e comportamentali nell'esporre le proprie idee e proposte, nonché le possibili soluzioni alle problematiche da affrontare. Lo sviluppo di tali abilità comunicative, è supportata dalla didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente e la conseguente correzione) e da momenti di videoconferenza programmati sulla base dello stato di avanzamento del programma. La stessa prova finale d'esame, nella modalità orale, è un momento utile per stimolare lo sviluppo delle abilità comunicative dello studente.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata mediante la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata a verificare l'effettiva comprensione degli argomenti trattati. Concorrono a sviluppare la capacità di apprendimento anche i supporti didattici integrativi (casi aziendali, esercitazioni scritte, momenti di aula virtuale), soprattutto per i risultati connessi alle capacità applicative.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma. Per poter effettuare la prenotazione di esame lo studente deve aver seguito almeno l'80% delle video lezioni. Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte da redigere in 45 minuti.

Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sessioni di esami in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico. Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla gestione d'impresa ed alle scelte strategiche;

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano la valutazione rispetto a casi concreti;

- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere ed alle soluzione da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consento invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle Abilità comunicative e alla Capacità di apprendimento

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE)

36 Videolezioni + 36 test di autovalutazione; Impegno totale stimato: 36 ore

Attività di didattica interattiva (DI)

- Redazione di un elaborato
- Partecipazione a web conference
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- Svolgimento della simulazione del test finale

Totale : 6 ore

Libro di riferimento

- F. Fontana, M.Caroli, Economia e Gestione d’Impresa, McGraw-Hill, 2017.
- A. Kingsley Borello, Excellent Business Plan, Hoepli, 2015.

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - BREVI CENNI ALLA STORIA E AL SIGNIFICATO DELL INDUSTRIA CULTURALE
2 - L'INDUSTRIA CULTURALE E MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA
3 - DALLA NASCITA DEL CINEMA ALL AVVENTO DELLA TELEVISIONE
4 - LO SVILUPPO TECNOLOGICO E LE DIFFERENZE TRA CINEMA AMERICANO ED EUROPEO
5 - IL SISTEMA INTEGRATO DELLE COMUNICAZIONI
6 - IL QUADRO NORMATIVO (TUSMAR E CONTRATTO DI SERVIZIO)
7 - L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO IN ITALIA
8 - IL SERVIZIO PUBBLICO RADIOTELEVISIVO IN EUROPA
9 - IL SETTORE AUDIOVISIVO IN ITALIA
10 - IL SETTORE RADIOTELEVISIVO ITALIANO
11 - I MODELLI DI TRASMISSIONE TELEVISIVA E IL SEGMENTO VOD E OTT
12 - INTRODUZIONE ALL'INDUSTRIA DEL CINEMA
13 - LE DIMENSIONI E LE CARATTERISTICHE DEL MERCATO ITALIANO
14 - IL CINEMA E IL SERVIZIO PUBBLICO
15 - LA FILIERA CINEMATOGRAFICA E LA PRODUZIONE
16 - IL MESTIERE DEL PRODUTTORE
17 - LA COSTRUZIONE DEL BUDGET E LA RICERCA DEI FINANZIAMENTI
18 - TESTIMONIANZA DI MATTEO ROVERE - IL REGISTA
19 - IL QUADRO NORMATIVO
20 - TESTIMONIANZA FRANCESCA MANIERI: SCENEGGIATRICE
21 - INTERVENTO DOTT. FULVIO FIRRITO: CRITERI PER LA VALUTAZIONE DI UN PROGETTO
22 - TESTIMONIANZA ALESSANDRO ROJA: L'ATTORE
23 - LA DISTRIBUZIONE NEL CINEMA
24 - LA STRATEGIA DEL MARKETING DELLA DISTRIBUZIONE CINEMATOGRAFICA
25 - TESTIMONIANZA DI LUIGI LONIGRO: IL DISTRIBUTORE
26 - GLI STRUMENTI DEL MARKETING DISTRIBUTIVO
27 - IL TRAILER E I SOCIAL MEDIA
28 - TESTIMONIANZA DI GABRIELE SABATINO: IL SOCIAL MEDIA MANAGER
29 - L'ESERCIZIO
30 - LA RIVOLUZIONE DIGITALE E I CINEMA
31 - CASE STUDY: NETFLIX
32 - RIFLESSIONI SU NETFLIX, GLI OTT E I NUOVI LINGUAGGI
33 - I FESTIVAL
34 - TESTIMONIANZA CARLO RODOMONTI: IL CINEMA E LE NUOVE TECNOLOGIE
35 - TESTIMONIANZA CARLO RODOMONTI: IL SERVIZIO PUBBLICO E IL VR
36 - LEZIONE CONCLUSIVA