Università Mercatorum
Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI ECONOMIA DELL'ENTERTAINMENT

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

6

OBIETTIVI

L’obiettivo del corso è quello di fornire forti competenze economiche e tecnologiche, macroeconomiche e microeconomiche, con riferimento specifico, in questo ultimo caso, alle imprese che operano nel campo ampio dell’industria dell’Entertainment. Con alcuni approfondimenti per i settori più performanti.

Lo studente acquisirà competenze nel campo generale dell’economia, in particolare in quello della gestione, organizzazione, finanza e marketing, in ambito internazionale e nazionale e con riferimento ineludibile e specifico agli effetti del passaggio ormai maturato in parte, e in divenire dall’altro, al passaggio dall’ambito analogico a quello digitale.

L'offerta formativa si comporrà quindi di un unico curriculum, all’interno del quale verranno trattati i temi generale dell’industria dell’Entertainment, a cominciare dal rapporto triangolare tra arte, spettacolo e industria, con approfondimenti specifici inerenti il cinema e la televisione e le lor forme più attuali di produzione e consumo per effetto dell’intervento del digitale, del Protocollo Internet e del web.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Il corso fornirà competenze, in generale e ancor più in specificatamente per i settori oggetto di approfondimenti specifici: a chi intende operare ai vari livelli della filiera economico/industriale darà la possibilità di un inserimento attivo:

- a: nella produzione ed in particolare nelle metodologie per l’individuazione del content (con il relativo seguito realizzativo e di competenze nella misurazione dei costi e delle relative opzioni di coperture finanziarie);
- b: nella distribuzione e relative forme di marketing e di conoscenza dei pubblici;

A chi intende operare nella parte creativa, autoriale o attoriale, dell’Entertainment, fornirà la capacità di interlocuzione con la parte industriale/produttiva; necessità sempre più presente ed utile in un settore in cui i due aspetti, quello creativo e quello produttivo, sono sempre più connessi; a chi intende specializzarsi ulteriormente in uno dei comparti specifici della filiera cinematografica e audiovisiva fornirà la possibilità di approfondimenti e

specializzazioni partendo da un forte livello di conoscenze

- Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Il corso fornirà, assieme agli aspetti teorici e metodologici, degli esempi applicativi in modo che lo studente posso unire la conoscenza acquisita ad una casistica legata alla realtà delle imprese dell'Entertainment ed in particolare dei sue settori su cui verrà svolta una focalizzazione. Tanto più importante nella misura in cui verranno fornite relazioni su della case history contemporanee e in evoluzione particolarmente importanti e strategiche per l'evoluzione di questo tipo di industria
- Autonomia di giudizio: La strumentazione dei fondamentali economici e strutturali dell'industria che verranno forniti, associata alle case history di cui sopra, permetteranno una capacità di giudizio e una capacità di districarsi nel novero di scelte che possono proporsi nella realtà delle vicende economiche dell'industria e delle singole imprese comunque collocate nella filiera produttiva.
- Abilità comunicative: L'industria dell'Entertainment ha suo gergo e una sua terminologia, spesso comuni sia a livello internazionale che nazionale, che saranno ben evidenziate e sottolineate nel corso sia in termini lessicali sia come decisive per la successiva introduzione e pratica colloquiale del settore
- Capacità di apprendimento: Il corso si avvarrà di esercitazioni applicative, caricate in piattaforma, per sviluppare la capacità analitica dello studente, per sviluppare la sua capacità di ricerca tramite internet dei siti analitici, pubblicistici e statistici del settore, per dotarlo di una conoscenza ulteriore e complementare a quella del corso

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 testo d'esame si compone di 31domande 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 uno o più elaborati Totale : 6 ore

- Attività di autoapprendimento 108 ore per lo studio individuale

- Libro di riferimento:

- 1. E. Menduni, Entertainment, capitoli 1 e 2
- 2. G. Celata e R. Gaudio, Economia, Management e Finanza dell'Impresa Cinematografica ed Audiovisiva;

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - INTRODUZIONE ALL'ECONOMIA DELL'ENTERTAINMENT

2 - CINEMA E TELEVISIONE
3 - HOME ENTERTAINMENT
4 - CONNECTED TELEVISION, MOBILE TELEVISION E PIATTAFORME VIDEO ON DEMAND
5 - I NUOVI FORMATI DELLA FRUIZIONE VIDEO
6 - GLI OPERATORI OTT E I WEB AGGREGATOR
7 - NETFLIX
8 - HULU E I CDU
9 - AMAZON VIDEO
10 - CINEMA BIG DATA
11 - HULU E BIG DATA
12 - SPRAY AND PRAY
13 - BIG DATA NEI BOX OFFICE
14 - IL CINEMA, IL PRODOTTO E IL CONSUMO
15 - LA PRODUZIONE E LA FILIERA ORGANIZZATIVA E PRODUTTIVA
16 - IL FILM
17 - IL FILM DIGITALE E INTERNET
18 - IL FILM E L'ECONOMIA ITALIANA
19 - IL PROGETTO FILMICO
20 - I SERIAL
21 - LO SVILUPPO - L'AVVIO DEL PERCORSO IDEATIVO E ARTISTICO
22 - LO SVILUPPO - L'AVVIO DEL PERCORSO REALIZZATIVO
23 - LA PREPRODUZINE
24 - IL PIANO FINANZIARIO
25 - I MERCATI DEI PROGETTI DI FILM
26 - LE RIPRESE E LA POSTPRODUZIONE
27 - LA DISTRIBUZIONE
28 - LA CATENA DEL VALORE: LA SALA CINEMATOGRAFICA E LE FINESTRE DI PROGRAMMAZIO...
29 - IL MARKETING
30 - IL FILM COME BENE ESPERIENZIALE
31 - MARKETING E CINEMA
32 - COMBINAZIONE STRATEGICA - MARKETING MIX
33 - IL MARKETING AL TEMPO DI INTERNET
34 - STRATEGIE DI MARKETING CINEMATOGRAFICO
35 - BUZZ, GUERRILLA E NINJA MARKETING
36 - CINEMA, APPLICAZIONI DI MARKETING VIRALE E CONCLUSIONI