

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 di base acquisite, in differenti contesti di settore e di individuare, a fronte delle criticità riscontrate, un metodo per 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 soluzioni 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 soluzioni da proporre.

Gli esercizi e gli elaborati di Didattica Erogativa consentono 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