

UF7 - UFMkt1 – Marketing, Preventivi, Brevetti

Obiettivi

L'UF si articola in tre differenti piani, con differenti obiettivi:

- a) analisi e tendenze del digital and interactive manufacturing: ha l'obiettivo di far comprendere agli studenti lo scenario di mercato in cui si muovono, ovvero i macro-trends in atto e le loro declinazioni regionali, rispetto alle parole d'ordine oramai di moda: Industria 4.0, Manifattura digitale, Internet delle cose, Fabrication Labs, Makers ecc.
- b) export e canali di vendita on-line: ha l'obiettivo di fornire agli studenti competenze che permettano lo sviluppo commerciale delle aziende in cui si troverà ad operare, rafforzando la loro capacità di interfacciarsi sul panorama internazionale, anche mediante le piattaforme ed il commercio elettronico; tali competenze consentono di riconoscere mercati target, definire le migliori strategie per entrarvi, facilitare la gestione delle vendite
- c) analisi dei costi e fattibilità economica del prodotto, ha l'obiettivo di fornire agli studenti conoscenze degli aspetti tecnici di cultura economica relativi all'analisi *feasability* delle idee di prodotto (o miglioramenti di prodotti esistenti), in funzione delle scelte strategiche dell'azienda.

La UF intende quindi rendere gli studenti non solo in grado di leggere i mercati del settore e potenziare le capacità di vendita dei prodotti progettati, ma anche di saper redigere un preventivo così come di conoscere la normativa in merito a diritti d'autore e brevetti.

Requisiti di accesso nessuno

Sono previste attività iniziali di recupero di conoscenze di base? No

Durata 80 ore; 8 ore di autoformazione assistita; anche in CLIL

Modalità di valutazione

Al termine della UF è prevista una analisi di caso, attraverso esposizione di una ricerca personale in cui si verifichi l'acquisizione del lessico specifico e dello sguardo critico aperto al mondo sulle dinamiche in atto.

Situazioni formative

Agli studenti viene richiesto lo studio delle ricerche utilizzate come risorsa progettuale del corso (es. gli approfondimenti della Fondazione NordEst), unitamente a ricerche personali in sotto-gruppi di approfondimento su casi di aziende innovative che possano definirsi modelli di nuovo manifatturiero digitale e interattivo:

- successo di vendita per prodotti del nuovo manifatturiero digitale e interattivo con successo sui mercati internazionali
- valorizzazione e tutela della propria creatività (valore strategico del brand, tutela tramite il brevetto e trasferimento della tecnologia, valore aggiunto che oggi conferisce il design ai prodotti, sia di alta gamma che di largo consumo)
- analisi di costi e fattibilità applicata al PW, in cui deve esser presente una sezione dedicata all'evidenziazione dei dati economici in stile micro-Business Plan.

Importante sottolineare che il modulo si propone anche di rendere gli studenti consapevoli degli aspetti normativi inerenti le reti e la produzione e vendita di oggetti, con particolare attenzione agli aspetti relativi ai brevetti. Si affronterà il tema della protezione della proprietà intellettuale dell'azienda nelle sue varie forme: brevetti, design, marchi, diritto d'autore, valorizzazione del *know how*, con gli accordi di licenza e di cessione e le tipologie dei contratti di licenza.