

insegnamento	Elementi di game publishing
articolazione in moduli	Nessuna
cfu	6
ore di didattica frontale	36
anno di corso	III anno
semestre	I
docente	Enrico Martines
e-mail	e.martines@unilink.it
ricevimento	Alla fine delle lezioni o per appuntamento da concordarsi via mail

### RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire i seguenti risultati di apprendimento:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** [Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding) attraverso degli elementi di macroeconomia e marketing che ruotano intorno alla pubblicazione di un'opera]
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** [Conoscenza e capacità di comprensione applicate (applying knowledge and understanding) mediante capacità critica di riconoscimento degli elementi sui quali concentrare l'attenzione a seconda delle fasi di processo di publishing].
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** [Autonomia di giudizio (making judgements) nella identificazione e l'indirizzo delle problematiche e delle possibili soluzioni, mediante applicazione delle competenze apprese].
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** [Abilità comunicative (communication skills) nella costante interazione col docente mediante esercitazioni, test, roleplay ed esposizione in aula].
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** [Capacità di apprendere (learning skills) mediante l'utilizzo di strumenti e sistemi che rinforzino l'esercizio del ragionamento sulla base degli elementi a disposizione quali, confronto diretto, esercitazioni, ricerche on-line, supporto peer-to-peer].

### PREREQUISITI

Nessuna

### PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso si prefigge di creare le competenze di business indispensabili per il processo di publishing inteso come intero ciclo di vita del prodotto-servizio. Nel dettaglio vengono trattate le seguenti macro-tematiche, con una ottica di riferimento alla centralità dell'uomo rispetto ai modelli, e di come essi sono influenzati dalle persone e dalle relazioni sociali:

1. L'innovazione
2. Il Mercato
  - 2.1. Principi economici di base
  - 2.2. L'editoria
  - 2.3. L'etica
3. Il finanziamento
  - 3.1. Le policy e il diritto
  - 3.2. La negoziazione
  - 3.3. La contrattualistica

4. Lo Sviluppo
5. La Produzione
  - 5.1. I Servizi di supporto
6. La Commercializzazione
7. Il Marketing
  - 7.1. La Comunicazione
  - 7.2. Il Marketing Mix
  - 7.3. L'Advertising
8. La Distribuzione]

### **METODOLOGIE DIDATTICHE**

Il corso prevede lezioni frontali attraverso slide e story-telling basato sull'esperienza aziendale (anche mediante l'invito di ospiti). Per rendere l'esperienza interattiva, gli studenti sono coinvolti attraverso la partecipazione a giochi di team, quiz, ed attività stimolanti per avviare al team-working ed alla capacità di problem-solving.

### **MATERIALI DIDATTICI**

Per la preparazione dell'esame, è fondamentale integrare i contenuti forniti durante le lezioni con i seguenti testi obbligatori:

Principi di Management – Philip Kotler e Gary Armstrong

### **MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME**

La valutazione del corso prevede un esame orale dove studente dovrà dimostrare la capacità di conoscere le tematiche affrontate nelle lezioni, soprattutto da un punto di vista di logica-deduttiva e di comprensione degli argomenti inerenti le interazioni del processo di publishing.

### **CRITERI DI VALUTAZIONE**

Nell'esame finale, la/o studente dovrà dimostrare:

1. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE:** Con riferimento alle conoscenze e capacità di comprensione l'esame finale valuterà l'acquisizione da parte dello studente delle nozioni fondamentali relative agli argomenti elencati nel programma dettagliato dell'insegnamento.
2. **CONOSCENZA E CAPACITÀ DI COMPrensIONE APPLICATE:** Con riferimento all'applicazione delle conoscenze e capacità acquisite l'esame finale valuterà la capacità dello studente di collegare i diversi temi trattati e la capacità di risolvere quesiti di logica di processo in ambito publishing.
3. **AUTONOMIA DI GIUDIZIO:** Con riferimento all'autonomia di giudizio, l'esame finale verificherà la capacità di saper riconoscere in modo autonomo le problematiche e le opportunità di fronte a domande su casi reali di publishing, proponendo il proprio pensiero per l'indirizzo delle stesse.
4. **ABILITÀ COMUNICATIVE:** Con riferimento alle abilità comunicative, l'esame finale valuterà, oltre ai contenuti delle risposte, anche la capacità di valutare con appropriatezza i termini del linguaggio tecnico e di esporre efficacemente gli argomenti studiati.
5. **ABILITÀ AD APPRENDERE:** Con riferimento alle abilità di apprendere, l'esame finale valuterà la profondità delle competenze apprese in relazione alla capacità di collegamento degli argomenti trattati.

### **CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE**

Il voto si attribuisce in trentesimi, a cui si aggiunge possibilità di lode. Il voto finale rispecchia la preparazione dello studente come di seguito indicato:

- < 18 insufficiente: Conoscenze frammentarie e superficiali dei contenuti, errori nell'applicare i concetti, esposizione carente.
- 18-20: Conoscenze dei contenuti sufficienti ma generali, esposizione semplice, incertezze
- nell'applicazione di concetti teorici
- 21-23: Conoscenze dei contenuti appropriate ma non approfondite, capacità di applicare i concetti teorici, capacità di presentare i contenuti in modo semplice.
- 24-25: Conoscenze dei contenuti appropriate ed ampie, discreta capacità di applicazione delle conoscenze, capacità di presentare i contenuti in modo articolato.
- 26-27: Conoscenze dei contenuti precise e complete, buona capacità di applicare le conoscenze, capacità di analisi, esposizione chiara e corretta.
- 28-29: Conoscenze dei contenuti ampie, complete ed approfondite, buona applicazione dei contenuti, buona capacità di analisi e di sintesi, esposizione sicura e corretta.
- 30-30 e lode: Conoscenze dei contenuti molto ampie, complete ed approfondite, capacità ben consolidata di applicare i contenuti, ottima capacità di analisi, di sintesi e di collegamenti interdisciplinari, padronanza di esposizione.

### **CONSIGLI DEL/LA DOCENTE**

La frequenza delle lezioni in aula consente di acquisire una visione e padronanza della tematica che va ben oltre quanto possibile apprendere dal testo e dalle dispense, fornendo una ampia panoramica dei concetti e delle tematiche legate alla materia, indispensabili per acquisire un livello di eccellenza