

BUSINESS MODEL INNOVATION

8 CFU

(Prof. Antonello Garzoni – Prof. Ivano De Turi)

LINGUA INSEGNAMENTO: italiano

PREREQUISITI / PREREQUISITES

Il corso presuppone una buona conoscenza di base delle tematiche affrontate negli insegnamenti di Economia Aziendale-Gestione delle Imprese e in Strategie competitive.

OBIETTIVI FORMATIVI / LEARNING OBJECTIVES

L'obiettivo del corso è approfondire il tema della innovazione dei modelli di business focalizzando l'attenzione sul processo di costruzione della value proposition. La competitività di lungo periodo delle imprese è sempre più legata alla capacità di attivare nuove logiche di business atte a cambiare le regole del gioco in un settore. La business model innovation è ormai un elemento fondamentale nei processi di innovazione delle imprese, siano essi di tipo technology push o demand pull. Di recente le tecnologie 4.0 hanno creato un forte elemento di discontinuità con i modelli di creazione del valore del passato accrescendo ulteriormente l'esigenza di fare ricorso a nuovi business model per sfruttare al meglio le opportunità di innovazione in tutti i settori economici.

RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI / LEARNING OUTCOMES

Conoscenza e capacità di comprensione

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di avere piena padronanza del concetto di business model, di conoscere gli elementi che concorrono a determinare i diversi modelli di business delle imprese e di essere in grado di comprendere le problematiche principali a cui le imprese fanno fronte nel progettare e implementare un nuovo modello di business a fronte dell'introduzione di nuove tecnologie o a fronte di un cambiamento emergente nel settore di appartenenza.

Autonomia di giudizio

Al termine del corso lo studente sarà in grado di valutare l'efficacia di un nuovo business model. Lo studente dovrà ulteriormente essere in grado di valutare autonomamente le condizioni necessarie per il successo di un nuovo modello di business e le potenzialità che modelli di business diversi hanno di trasformare le regole del gioco del contesto in cui l'impresa opera.

Abilità comunicative

Lo studente a conclusione del corso dovrà avere la capacità di presentare sia ad un target generico che ad un target di imprenditori tutte le caratteristiche specifiche del business model di un'impresa e di spiegare le dinamiche per le quali un certo modello di business innovativo potrebbe contribuire al successo dell'impresa.

PROGRAMMA/COURSE SYLLABUS

Il corso si propone di approfondire le fasi, gli snodi critici, le difficoltà e gli strumenti per sviluppare un business model innovativo. Partendo dalle radici della struttura di un modello di business per poi analizzare tutti gli strumenti evolutivi che hanno integrato e migliorato gli originali con i contenuti necessari ad un contesto imprenditoriale sempre più complesso e specifico. Nello specifico, il programma tratta i seguenti

temi: business model innovation; value proposition design; il processo di innovazione del modello di business; business model innovation toolkit (business model canvas, value proposition canvas...).

MODALITÀ DI INSEGNAMENTO/COURSE STRUCTURE

L'insegnamento sarà strutturato in lezioni di didattica frontale in base al calendario accademico.

La modalità didattica, incentrata sulla discussione di business model di aziende reali e su lavori di gruppo, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva.

MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO/COURSE GRADE DETERMINATION

L'esame sarà svolto in forma orale.

Gli studenti frequentanti (almeno il 70% delle lezioni) avranno l'opportunità di sostenere una prova intermedia scritta basata sull'elaborazione di un business model innovativo in un settore a scelta. La valutazione finale sarà determinata dalla media delle due votazioni.

ATTIVITÀ DI SUPPORTO/OPTIONAL ACTIVITIES

Nell'ambito del corso sarà proposta una attività laboratoriale di gruppo opzionale orientata allo sviluppo di un business model innovativo.

TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA/READING MATERIALS

Frequentanti:

- ✓ - A. Osterwalder, Y. Pigneur (2012), *Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business.* Wiley & Sons (capitoli assegnati)
- ✓ - J. Perfetti (2016), *L'impresa concentrica. Strategie competitive ai tempi del caos.* McGraw-Hill Education (capitoli assegnati)
- ✓ Letture e casi presenti sulla piattaforma elettronica.

Non frequentanti:

- ✓ - A. Osterwalder, Y. Pigneur (2012), *Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business.* Wiley & Sons (su tutto il libro)
- ✓ - J. Perfetti (2016), *L'impresa concentrica. Strategie competitive ai tempi del caos.* McGraw-Hill Education (su tutto il libro)
- ✓ **L. Keeley, R. Pikkell, B. Quinnl (2016), *Dieci tipi di innovazione. L'arte di costruire svolte decisive.***