



Denominazione	Design Thinking e Sviluppo di Impresa
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	ING-IND/35
Anno di corso e semestre di erogazione	1° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	
Carico didattico in crediti formativi universitari	9 CFU
Numero di ore di attività didattica frontale	72
Docenti	
Risultati di apprendimento specifici	<p>Il corso "Design Thinking e Sviluppo Impresa" mira a fornire agli studenti le competenze necessarie per generare e sviluppare nuove idee in modo efficiente, promuovendo la trasformazione e le dinamiche di sviluppo necessarie per competere in contesti sempre più mutevoli. In particolare, il corso si concentrerà sugli approcci di Business Design human-centered e user-driven che si basano su conoscenze e capacità che connettono la creatività e l'innovazione, favorendo il soddisfacimento delle tre dimensioni chiave dell'innovazione per lo sviluppo d'impresa: desiderabilità, feasibility e viability. Si tratta di approcci contraddistinti da un insieme di processi, mindset, capacità e competenze organizzative sempre più diffusi nell'ambito di ambienti ed ecosistemi di innovazione a supporto delle dinamiche di sviluppo di organizzazioni di ogni natura.</p> <p>Il corso dedicherà focus specifico all'approccio Design Thinking, un processo di design human-centered che affronta la risoluzione dei problemi con una comprensione dei bisogni degli utenti. Il Design Thinking comprende lo sviluppo concettuale, la creatività applicata, la prototipazione e la sperimentazione. Il Design Thinking è accettato come un approccio formale per promuovere l'innovazione, guardando al valore e al cambiamento dal punto di vista delle persone e di ciò che è significativo per loro. Quando l'approccio del Design Thinking viene applicato alle imprese, il tasso di successo dell'innovazione migliora notevolmente. In tal senso, il Design Thinking diventa quindi non solo un driver estetico dell'innovazione, ma una vera e propria pratica di gestione dell'innovazione.</p> <p>Questo corso mira a fornire agli studenti gli strumenti per applicare al contesto dell'impresa, gli approcci di Business Design tipici degli ambienti di innovazione, con particolare focus sul Design Thinking, aiutandoli a diventare capaci di generare idee innovative e di promuovere la trasformazione e lo sviluppo delle organizzazioni in cui lavoreranno in futuro.</p> <p>Il corso sarà supportato da esempi pratici industriali, applicazioni reali e presenterà un numero di casi studio applicati a diversi settori produttivi e di servizi in grado di connettere le informazioni teoriche fornite con casi della pratica comune.</p> <p>Il corso "Design Thinking e Sviluppo Impresa" fornirà agli studenti competenze specifiche e trasversali che li renderanno in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rompere le rigidità cognitive e affrontare i problemi con una nuova mentalità che integra la risoluzione creativa dei problemi e la gestione;• Pianificare e gestire i progetti di innovazione in modo efficace;• Comprendere gli approcci di Business Design a supporto dell'innovazione e sviluppo d'impresa;• Comprendere il processo di design thinking;• Sviluppare un kit di strumenti innovativi e determinare quando applicare i framework, gli strumenti e gli esercizi di business design e del design thinking alle proprie iniziative strategiche e/o alla progettazione di ambienti di innovazione a supporto delle dinamiche di sviluppo di impresa;• Mettere in pratica l'empatia e applicare il design human-centered attraverso tecniche come l'ideazione, la prototipazione, la mappatura del percorso utente e l'analisi dei modelli mentali;• Valutare la dinamica di gruppo e massimizzare il potenziale del proprio team per lo sviluppo e la prototipazione iterativa e per la gestione dell'implementazione di nuovi progetti;



	<ul style="list-style-type: none">• Comprendere come i leader possano creare l'ambiente e la dinamica di squadra ottimali per guidare l'innovazione, la collaborazione per lo sviluppo d'impresa;• Identificare e valutare le opportunità attraverso l'analisi dei bisogni dei clienti;• Creare specifiche di prodotto/servizio chiare basate sui bisogni dei clienti che siano desiderabili, fattibili e sostenibili.
Programma	<ul style="list-style-type: none">• Introduzione al Business Design• Gli approcci human-centered per lo Sviluppo di Impresa• User Experience Design & Service Design• Tecniche di comprensione, needfinding e analisi bisogni• Il Design Thinking• La generazione di nuove idee – Brainstorming e altre tecniche di ideazione• Iterazione, Prototipazione e Sperimentazione• Business Modelling e Business Model Innovation• Strategie di pianificazione e gestione dell'innovazione• Strategie di growth hacking e sviluppo impresa• Casi di studio e laboratori
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	<p>Lezioni ed esercitazioni frontali con l'ausilio della lavagna e del videoproiettore per la proiezione di slides realizzate dalla docente.</p> <p>Lezioni e laboratorio con l'uso di computer.</p> <p>Per quanto concerne le metodologie relative allo sviluppo delle competenze trasversali, particolare enfasi verrà data all'analisi di casi di studio, sia con l'ausilio della scomposizione funzionale sia con attività di approfondimento a cura del docente.</p>
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	<p>Modalità studenti frequentanti</p> <p>La valutazione del percorso di apprendimento per gli studenti frequentanti prevede la realizzazione di un progetto individuale caratterizzato dalla realizzazione di un project work e di un colloquio orale sul programma del corso.</p> <p>Tale progetto, svolto nel corso del semestre, concorrerà, per gli studenti che sostengono l'esame in modalità frequentante, alla composizione del voto finale, nella misura del 50%. Il restante 50% della valutazione si baserà sul colloquio orale finale.</p> <p>Modalità studenti non frequentanti</p> <p>La valutazione del percorso di apprendimento per gli studenti non frequentanti prevede la realizzazione di un project work individuale caratterizzato dall'individuazione di un caso studio ed un colloquio orale sul programma del corso.</p>
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	<p>La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi.</p> <p>Per gli studenti frequentanti, tale valutazione è data dal voto del colloquio orale (nella misura del 50%) e dalla valutazione del progetto realizzato durante il semestre (nella misura del 50%).</p> <p>La lode per gli studenti frequentanti sarà valutata in ragione del livello di approfondimento e di analisi critica dei temi trattati nel corso del colloquio orale e per gli studenti che abbiano già raggiunto la valutazione complessiva di 30/30.</p> <p>Per gli studenti non frequentanti, tale valutazione scaturirà dal colloquio orale nella misura del 50% e del progetto nella misura del 50%.</p> <p>La lode per gli studenti frequentanti sarà valutata in ragione del livello di approfondimento e di analisi critica dei temi trattati nel corso del colloquio orale e per gli studenti che abbiano già raggiunto la valutazione complessiva di 30/30.</p>
Propedeuticità	-
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	<p>Brown, T. (2008). Design thinking. <i>Harvard business review</i>, 86(6), 84.</p> <p>Lewrick, M, et al. (2018). Manuale di design thinking. Progettare la trasformazione digitale di team, prodotti, servizi ed ecosistemi. <i>Edizioni LSWR</i>.</p> <p>Slides e materiale integrativo della docente.</p>



UNIVERSITÀ

LUM

GIUSEPPE
DEGENNARO