



Denominazione	DIGITAL INNOVATION MANAGEMENT
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	ING-IND/35
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno, 2° semestre
Lingua di insegnamento	Italiano
Carico didattico in crediti formativi universitari	6
Numero di ore di attività didattica assistita	48
Docente	Prof. Pasquale Del Vecchio
Risultati di apprendimento specifici	<p>Il corso di Digital Innovation Management si struttura come percorso di apprendimento di crescita e consapevolezza delle sfide e delle opportunità per l'innovazione organizzativa che emergono dalla trasformazione digitale. Il corso fornisce conoscenze teoriche, metodologiche e tecnologiche per la definizione di una strategia di innovazione digitale a livello di prodotto, processo, modello organizzativo e customer experience. Il corso è caratterizzato da una trattazione interdisciplinare delle unità didattiche, in ciascuna delle quali verrà prestata particolare attenzione a case history di successo, sessioni pratiche di analisi e approfondimenti.</p> <p><i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> Il corso consente agli studenti di acquisire conoscenze integrate relative alla gestione dell'innovazione data-driven e digitale a livello di prodotto, processo, modello organizzativo e customer experience.</p> <p><i>Capacità di applicare conoscenza e comprensione:</i> Le attività e le esercitazioni progettuali unite ai case history previste nel corso consentono l'applicazione di metodi e strumenti analitici e metodologici per la gestione dell'innovazione in ottica digitale. Ciò consentirà agli studenti di sviluppare la capacità di analizzare scenari e opportunità di innovazione associati al processo di trasformazione digitale.</p> <p><i>Autonomia di giudizio e pensiero critico:</i> coinvolgere gli studenti nelle attività di studio a livello individuale e di gruppo ha l'obiettivo di accrescere la capacità di giudizio individuale. L'analisi delle case history e la loro rielaborazione nell'ambito di esercitazioni stimoleranno la capacità di sintesi e di giudizio.</p> <p><i>Abilità comunicative:</i> Il corso promuove capacità e abilità comunicative attraverso processi di partecipazione attiva a lezioni frontali, con sessioni ad hoc dedicate a domande e riflessioni sui temi affrontati e la presentazione da parte di tutti i membri del team delle attività progettuali svolte durante il semestre.</p> <p><i>Capacità di apprendimento:</i> Il corso consente di sviluppare capacità di apprendimento in aree disciplinari di potenziale applicazione a livello organizzativo e strategico con approfondimenti tematici a livello di prodotto, processo, modello organizzativo e strategico.</p>
Programma	<p>L'insegnamento si struttura in 3 unità di apprendimento relative a:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Fondamenti di Innovation Management<ol style="list-style-type: none">1.1. Innovazione Digitale e Disruptive Technologies1.2. Forme dell'Innovazione e Curva ad S1.3. Standard e Disegno Dominante1.4. Timing Entry Strategy2. Approcci Emergenti al Digital Innovation Management<ol style="list-style-type: none">2.1. Open Innovation e Innovazione Collaborativa2.2. Piattaforme e modelli per l'innovazione user-driven2.3. Digital Innovation Ecosystem



	<p>3. Data-driven business model innovation</p> <p>3.1. Servitazion e modularità</p> <p>3.2. Data-driven business models</p> <p>3.3. Digital customer journey & customer experience redesign</p>
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	<p>La metodologia didattica si ispira ai principi dell'action learning. Le lezioni frontali, svolte attraverso l'utilizzo di presentazioni in power point, si alternano a esercitazioni, casi studio, testimonianze aziendali e project work di gruppo. Seminari e momenti di confronto con imprenditori e manager arricchiranno l'esperienza d'aula. Una presentazione finale dell'intera attività progettuale svolta durante il semestre consentirà agli studenti di presentare i risultati raggiunti nonché di accrescere la loro consapevolezza del percorso formativo svolto, rafforzando le capacità comunicative e di gestione del tempo.</p>
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	<p>Studenti frequentanti</p> <p>La valutazione del percorso formativo per gli studenti frequentanti prevede un colloquio orale sul programma del corso. Possono essere previste prove intermedie basate sia su risposte multiple che su domande aperte.</p> <p>Il project work, svolti nel semestre, saranno oggetto di valutazione e concorreranno alla composizione del voto finale, nella misura del 70%. Il restante 30% della valutazione si baserà sul colloquio orale finale. La valutazione degli elaborati progettuali è espressa in trentesimi e terrà conto della proprietà di linguaggio, capacità argomentativa, analisi critica e ragionamento.</p> <p>Studenti non frequentanti</p> <p>La valutazione del percorso formativo per gli studenti non frequentanti prevede una prova scritta sull'intero programma del corso basata su una serie di domande aperte. La valutazione della prova scritta per le domande a risposta aperta terrà conto della comprensione della domanda, del livello di dettaglio della risposta e della capacità di argomentare e riflettere criticamente.</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 30%) e dalla media delle valutazioni conseguite durante le esercitazioni (nella misura del 70%).</p> <p>La lode per gli studenti frequentanti sarà valutata sulla base del livello di studio e di analisi critica degli argomenti trattati durante il colloquio orale e per gli studenti che abbiano già conseguito la valutazione complessiva di 30/30.</p> <p>Per gli studenti non frequentanti tale valutazione deriverà dalla prova scritta. La prova scritta è composta da n. 6 domande aperte.</p>
Prerequisiti	-
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	<ul style="list-style-type: none">- M. Schilling (2022) - Strategic management of technological innovation (7th edition), McGraw-Hill Education;- C. Bagnoli, et al. (2018) - Business Model 4.0. I modelli di business vincenti per le imprese italiane nella quarta rivoluzione industriale;- Slides, institutional report and learning material provided by the lecturer and made available on the web platform.