



Denominazione	DIGITAL INNOVATION
Moduli componenti	-
Settore scientifico-disciplinare	ECON-06/A
Anno di corso e semestre di erogazione	3° anno – 1° semestre
Lingua di insegnamento	Italiano
Carico didattico in crediti formativi universitari	6 CFU
Numero di ore di attività didattica assistita complessive e ripartite tra DE e DI	42 ore, di cui 36 ore di Didattica Erogativa (DE) e 6 ore di Didattica interattiva (DI)
Docenti	Prof. Michele Posa
Risultati di apprendimento specifici	Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le conoscenze di base finalizzate ad analizzare, interpretare e proporre soluzioni riguardanti le principali problematiche di innovazione digitale. In particolare, lo studente avrà acquisito delle conoscenze relativamente agli elementi riguardanti: i trend di innovazione tecnologica, le fonti e le tipologie di innovazione, strumenti e modelli di gestione dell'innovazione tecnologica, i processi di innovazione digitale, i meccanismi di open innovation e innovazione collaborativa, gli ecosistemi imprenditoriali per l'innovazione, i fondamenti dell'economia digitale e il suo impatto sui modelli di business, l'evoluzione dell'economia digitale e il suo impatto sui modelli di business (platform business, servitization, intelligenza artificiale, metaverso e realtà virtuale). Attraverso le nozioni teoriche lo studente sarà in grado di applicare le conoscenze acquisite alle specifiche situazioni oggetto di analisi. Il corso consente di applicare metodi e strumenti analitici e metodologici per la gestione dell'innovazione tecnologica. Al termine del corso lo studente sarà in grado di analizzare scenari e opportunità di innovazione associati al processo di trasformazione digitale ed elaborare autonomamente giudizi relativamente alle scelte di transizione digitale di specifiche realtà aziendali che intendono fare leva su tecnologie, ecosistemi ed effetti di rete. Lo studente sarà inoltre in grado di analizzare e interpretare le principali dinamiche in atto all'interno di un settore dove la tecnologia ha un ruolo preminente. Lo studente svilupperà abilità comunicative relative alla presentazione di modelli di innovazione digitale e sarà in grado di realizzare efficaci analisi sostenendo contraddittori sugli argomenti inerenti il tema delle economie di rete.
Programma	Il corso tratta prevalentemente tematiche di gestione dell'innovazione digitale. Il programma è articolato in tre parti. PARTE I: FONDAMENTI E PROCESSI DI INNOVAZIONE DIGITALE • Innovazione digitale. Caratteristiche e fondamenti. • Fonti e modelli di innovazione tecnologica. • Innovazione digitale: timing, strategia e team. • L'innovazione collaborativa e i meccanismi di protezione. • Open Innovation. • Gli ecosistemi di innovazione digitale. PARTE II: L'ECONOMIA DIGITALE E IL SUO IMPATTO SUI BUSINESS MODEL



	• Lo scenario della digital economy • Effetti di rete, path dependence e competizione • I mercati multi-sided e i platform business • Servitization, smart-factory e le digital supply chain • Modelli di business basati sull'intelligenza artificiale • Metaverso, realtà aumentata e realtà immersiva. L'impatto sui modelli di business
Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento	L'insegnamento sarà strutturato in lezioni di didattica erogativa frontale in base al calendario accademico. La modalità didattica consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva. Alle lezioni di didattica erogativa saranno affiancate lezioni di didattica interattiva, che includeranno seminari, discussioni plenarie e l'analisi partecipata di casi aziendali reali.
Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento	Il corso prevede metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento diversi a seconda che lo studente sia frequentante (soglia frequenza: 70% delle lezioni) o non frequentante. <u>Studenti frequentanti</u> Gli studenti frequentanti hanno la possibilità di sostenere: <u>Prova Intermedia scritta + Prova finale orale</u> una Prova Intermedia scritta, da completare in 75 minuti, da sostenere obbligatoriamente nella data che sarà comunicata durante il corso. La prova intermedia scritta consiste in un test con 31 domande a risposta multipla (ciascuna valida 1 punto) riguardante le sessioni 1-2-3-4-5-6. una Prova Finale orale riguardante le sessioni 7-8-9-10-11-12, da sostenere obbligatoriamente nella sessione invernale. Lo studente che consegue una valutazione insufficiente (minore di 18/30) alla Prova Intermedia o alla Prova Finale, dovrà sostenere una Prova Finale Generale in forma orale sull'intero programma del Modulo. Prova generale <u>Prova generale orale</u> Coloro che scelgano di non sostenere la prova intermedia o coloro che non siano riusciti a superarla, secondo i requisiti descritti nella sezione successiva, potranno sostenere una Prova Generale orale su tutto il programma. <u>Studenti non frequentanti</u> Prova finale orale riguardante tutte le sessioni. Nella prova orale gli studenti devono dimostrare – e saper illustrare con linguaggio tecnico chiaro ed appropriato – conoscenza e comprensione dei principali modelli di innovazione digitale affrontati nel corso ed in particolare di: concetti fondamentali di innovazione digitale, open innovation e innovazione collaborativa, ecosistemi di innovazione, caratteristiche delle economie digitali, effetti di rete e path dependence, servitization business model, mercati multi-sided e platform business, smart factories e digital supply chain, analisi delle applicazioni imprenditoriali e aziendali di intelligenza artificiale, metaverso, realtà aumentata e realtà immersiva. Agli studenti è richiesto inoltre di dimostrare, con capacità di analisi e autonomia di giudizio, di saper applicare con esempi a loro scelta le nozioni acquisite, e di saperne pertanto padroneggiare i contenuti non solo in termini teorici.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi. <u>Studenti frequentanti</u> <u>1. Prova intermedia scritta + Prova finale orale.</u> La prova intermedia scritta attribuisce un voto fino a 31. Coloro che avranno superato la prova intermedia con un punteggio minimo pari a 18 potranno accedere alla prova finale orale. La prova finale orale attribuisce un voto fino a 31. Il voto finale sarà dato dalla somma algebrica dei risultati della prova intermedia scritta e della prova finale (peso del 50%), arrotondata per eccesso. La



	lode può essere attribuita agli studenti frequentanti che abbiano conseguito un punteggio minimo pari a 29 alla prova scritta e abbiano dimostrato eccellenza nella prova finale orale. <u>2. Prova generale orale</u> Per coloro che non sosterranno la prova intermedia o non supereranno quest'ultima, la Prova Generale orale attribuirà un voto fino a 31. La lode può essere attribuita agli studenti che dimostrano una eccellenza nella comprensione delle nozioni teoriche e che dimostrano una piena capacità applicativa di tali nozioni a casi aziendali e situazioni aziendali specifiche e concrete. Ai fini della determinazione del voto della prova orale, le domande hanno lo stesso peso. <u>Studenti non frequentanti</u> Il voto è espresso in trentesimi e tiene conto della chiarezza espositiva e della proprietà di linguaggio dimostrate. La lode può essere attribuita agli studenti non frequentanti che dimostrano una eccellenza nella comprensione delle nozioni teoriche e che dimostrano una piena capacità applicativa di tali nozioni a casi aziendali e situazioni aziendali specifiche e concrete. Ai fini della determinazione del voto della prova orale, le domande hanno lo stesso peso.
Propedeuticità	Non sono previste propedeuticità. È tuttavia consigliabile l'acquisizione di conoscenze preliminari di Economia Aziendale e Gestione delle Imprese.
Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato	<u>Studenti frequentanti:</u> M. Shelling, F. Izzo, "Gestione dell'Innovazione" (5^a edizione), McGraw-Hill Education, 2022 Bagnoli, C., Bravin, A., Massaro, M., & Vignotto, A. (2018). Business Model 4.0 I modelli di business vincenti per le imprese italiane nella quarta rivoluzione industriale. Slide a cura del docente. Materiale integrativo a cura del docente. <u>Studenti non frequentanti:</u> M. Shelling, F. Izzo, "Gestione dell'Innovazione" (5^a edizione), McGraw-Hill Education, 2022 Bagnoli, C., Bravin, A., Massaro, M., & Vignotto, A. (2018). Business Model 4.0 I modelli di business vincenti per le imprese italiane nella quarta rivoluzione industriale. Slide a cura del docente. Materiale integrativo a cura del docente.