



Principali informazioni sull'insegnamento		
Denominazione dell'insegnamento	Imprenditorialità, digitalizzazione e gestione dell'innovazione	
Corso di studio	LM-77 Management Strategico e Marketing Digitale	
Anno accademico	2022-2023	
Crediti formativi universitari (CFU) / European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS):		: 8
SSD	SECS – P/08	
Lingua di erogazione	italiano	
Periodo di erogazione	Primo semestre	
Obbligo di frequenza	La frequenza è disciplinata dal Regolamento Didattico del Corso. Tuttavia, si raccomanda una frequenza assidua alle lezioni.	

Docente	
Nome e cognome	Pierfelice Rosato
Indirizzo mail	pierfelice.rosato@uniba.it
Telefono	
Sede	Dipartimento di Economia e Finanza
Sede virtuale (eventuale)	TEAMS
Ricevimento (giorni, orari e modalità)	Dal lunedì al venerdì su appuntamento, da concordare con il docente mediante posta elettronica

Syllabus	
Obiettivi formativi	Il corso permette di inquadrare, in una prospettiva tanto teorica quanto nei suoi risvolti applicativi, i temi dell'imprenditorialità, della digitalizzazione e della gestione dell'innovazione. Lo studente è chiamato ad acquisire il quadro di riferimento concettuale di tali fenomeni e gli strumenti manageriali idonei per affrontarli in una prospettiva operativa.
Prerequisiti	Si ritiene utile la conoscenza dei principi di base del management
Contenuti di insegnamento (Programma)	1. <u>Quadro introduttivo</u>. Il corso definisce il quadro metodologico, concettuale ed operativo del management applicato all'innovazione in un contesto, quale quello attuale, caratterizzato da una significativa discontinuità che richiede all'impresa di rivedere i tradizionali modelli di business. In tale contesto assumono specifica rilevanza, da un lato, il recupero e la valorizzazione dell'imprenditorialità quale motore di sviluppo economico ed elemento fondante della nascita e dello sviluppo delle imprese, dall'altro il ruolo della digitalizzazione quale elemento trasformativo dei modelli di business. 2. L'imprenditorialità. In tale parte del corso verrà definito il concetto dell'imprenditorialità al fine di evidenziarne la rilevanza nell'attuale contesto di riferimento. In particolare, anche con il contributo di casi da discutere in aula, sarà analizzato il processo generativo dell'imprenditorialità e il suo legame con l'innovazione di successo. Nello specifico s'intende definire nei suoi contorni concettuali ed operativi la figura dell'imprenditore e il passaggio concettuale ed applicativo dalla creatività imprenditoriale alla creazione di un business model.

	3. Digitalizzazione. In tale parte del corso verrà analizzato il ruolo della trasformazione digitale nel modificare in profondità i modelli di business aziendali attraverso un processo trasformativo delle due principali macro dimensioni di un modello di business: la <i>customer value proposition</i> (cosa è offerto al cliente) e l'<i>operating model</i> (come è progettata, realizzata e consegnata la proposta di valore. Su tale presupposto, verranno presentate e discusse le diverse forme che l'innovazione dei modelli di business può assumere in ragione della digital transformation in atto. 4. Gestione dell'innovazione. In tale parte del corso verranno analizzate le principali tematiche associate alla gestione dell'innovazione. In particolare, fonti, forme e modelli dell'innovazione; l'elaborazione e l'implementazione di una strategia di innovazione tecnologica. 5. Innovazione e digitalizzazione nel rapporto con il mercato. L'ultima parte del corso è dedicata al ruolo che l'innovazione e i processi di digitalizzazione rivestono nel ridefinire logiche e strumenti di relazione con il mercato. Nello specifico, verranno definiti i modelli d'innovazione dal punto di vista del comportamento del consumatore e strategie e strumenti che le imprese sono chiamate ad assumere per rispondere al mutato contesto associato alla rivoluzione digitale e, in termini più ampi, all'innovazione tecnologica.
Testi di riferimento	Testi di riferimento: Schilling M.A., Izzo F. Gestione dell'innovazione. McGraw-Hill 2022. Il docente si riserva all'inizio del corso di presentare eventuali ulteriori letture di approfondimento su specifici aspetti del programma
Note ai testi di riferimento	Bibliografia aggiuntiva per studenti non frequentanti: gli studenti non frequentanti sono tenuti a contattare direttamente il docente che fornirà l'eventuale bibliografia aggiuntiva ad integrazione del programma istituzionale.

Metodi didattici	Le lezioni sono gestite attraverso un coinvolgimento attivo e costante degli studenti al fine di sviluppare senso critico su quanto oggetto del corso. Inoltre, saranno presentate esemplificazioni e casi pratici da analizzare. Le lezioni frontali sono sistematicamente supportate dalla proiezione di presentazioni PowerPoint che stimola la partecipazione attiva e critica da parte degli studenti.

Risultati di apprendimento previsti	
Conoscenza e capacità di comprensione	○ conoscenza delle tematiche alla base del corso; ○ capacità di analizzare e inquadrare le attuali sfide in termini di management in maniera critica riconoscendo le specificità associate ai temi oggetto del corso.
Conoscenza e capacità di comprensione applicate	○ riconoscimento, commento e contestualizzazione della logica sottostante i temi del corso e dei diversi strumenti manageriali presentati

	o autoverifica e valutazione in itinere durante le lezioni e la presentazione di casi di studio
Competenze trasversali	• <i>Autonomia di giudizio</i> Il corso permette l'acquisizione della capacità: - o di rielaborare criticamente i contenuti, mettendo in relazione le conoscenze in maniera trasversale e multidisciplinare, applicandole anche a situazioni altre e diverse, sia sul piano tematico che metodologico; - o di utilizzare correttamente tutti i metodi e gli strumenti in una prospettiva di management. • <i>Abilità comunicative</i> Il corso permette: - o di acquisire un buon livello di controllo del codice della lingua scritta e orale nel registro tecnico attraverso il coinvolgimento diretto degli studenti nella presentazione in aula -sotto forma seminariale e attraverso strumenti multimediali- di approfondimenti tematici <i>in itinere</i> basati su esemplificazioni. - o di sperimentare il 'lavoro di gruppo' in maniera integrata, interdisciplinare e complementare, con livelli di autonomia diversificati e definiti. • <i>Capacità di apprendere in modo autonomo</i> Affinché lo studente divenga sempre più autonomo nell'attività di ricerca, il corso punta: - o alla costante autoverifica delle competenze acquisite - o all'integrazione tra i vari punti di vista settoriali in quadri di sintesi organicamente costituiti - o La capacità di apprendimento è, inoltre, valorizzata e monitorata nel corso della didattica frontale, dell'attività seminariale, delle esercitazioni -organizzate con il contributo attivo e originale degli studenti. - o L'acquisita capacità di apprendimento permette di lavorare in piena autonomia integrando il percorso formativo ed esperienziale anche in contesti di ricerca.

Valutazione	
Modalità di verifica dell'apprendimento	L'esame finale consiste in un colloquio orale . Il corso non prevede una prova intermedia .
Criteri di valutazione	• <i>Conoscenza e capacità di comprensione:</i> - o conoscenza delle tematiche manageriali connesse ai temi dell'imprenditorialità, della digitalizzazione e della gestione dell'innovazione; - o capacità di analizzare e inquadrare le tematiche associate al management. • <i>Conoscenza e capacità di comprensione applicate:</i> - o riconoscimento, commento e contestualizzazione degli strumenti di management e gestione dell'innovazione; - o autoverifica e valutazione in itinere durante le lezioni seminariali e la presentazione di casi

	• <i>Autonomia di giudizio:</i> ○ rielaborazione critica dei contenuti; ○ utilizzo corretto di strumenti e metodi; ○ utilizzo corretto ed integrato di tutti i tipi di fonti. • <i>Abilità comunicative:</i> ○ descrivere ed interpretare, attraverso l'uso di terminologia specifica. • <i>Capacità di apprendere:</i> ○ dimostrare di essere in grado di gestire criticamente la bibliografia specifica oggetto d'esame e gli strumenti essenziali della ricerca; ○ dimostrare di saper descrivere ed interpretare le tematiche del Corso in una prospettiva economico – gestionale.
Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale	Durante la prova orale verranno accertate le conoscenze dello studente riguardo agli argomenti del corso e le capacità di applicazione dei contenuti del corso, anche mediante la discussione di casi di studio. Per il superamento dell'esame lo studente deve dimostrare di aver acquisito sufficiente conoscenza in tutti gli argomenti del corso. Nell'attribuzione del voto verranno inoltre valutate le capacità di analisi e sintesi, la capacità di svolgere collegamenti tra le diverse tematiche e anche interdisciplinari, nonché la padronanza nella esposizione.
Altro	Nel corso delle lezioni potranno essere previsti seminari su specifiche tematiche oggetto del corso da parte di docenti e/o esperti che porteranno testimonianze su casi di studio ed esperienze di successo (o di insuccesso). Tesi di Laurea Gli argomenti oggetto di tesi di laurea sono orientati ad approfondimenti specifici sui temi oggetto del corso. L'impostazione del lavoro è finalizzata ad acquisire e maturare le seguenti capacità: - raccogliere e gestire criticamente una bibliografia tematica anche in lingua straniera; - rielaborare, attraverso la scrittura, le informazioni, proponendo una visione personale degli argomenti; - organizzare uno sviluppo tematico in maniera coerente e metodologicamente corretta, dall'approccio analitico alla contestualizzazione di sintesi, imparando a circoscrivere l'argomento oggetto di approfondimento. Il calendario degli esami è pubblicato nelle bacheche del Corso di Laurea e reso disponibile sul sito del medesimo Corso di Laurea. Per iscriversi all'esame, è necessario prenotarsi tramite il sistema Esse3.