



<i>Insegnamento</i>	ECONOMIA E GESTIONE TECNOLOGICA
<i>Settore Scientifico disciplinare</i>	SECS-P/08
<i>Corso e Classe di studio</i>	ECONOMIA MANAGERIALE
<i>Docenti</i>	Maria Chiara Di Guardo
<i>Anno di corso nel quale viene impartito l'insegnamento</i>	2°
<i>Semestre</i>	2°
<i>Crediti assegnati</i>	6
<i>Prerequisiti</i>	
<i>Obiettivi formativi dell'insegnamento</i>	<p>Il corso si pone l'obiettivo di analizzare il ruolo dell'innovazione e delle nuove tecnologie nell'organizzazione, nella gestione e nelle strategie d'impresa. Le competenze acquisite durante il corso consentiranno agli studenti di comprendere le dinamiche industriali e settoriali connesse ai processi di innovazione tecnologica e globalizzazione dei mercati, con una specifica capacità di elaborare e realizzare strategie e politiche organizzative appropriate in questi contesti. Le problematiche indicate sono analizzate mediante un continuo ricorso a casi reali, riferiti ad imprese nazionali ed estere.</p>
<i>Contenuti dell'insegnamento</i>	<p>Introduzione all'economia e gestione dell'innovazione tecnologica</p> <ol style="list-style-type: none">Definizione di innovazioneForme dell'innovazioneMisure dell'innovazioneI mercati delle tecnologie <p>Gli attori dei processi innovativi</p> <ol style="list-style-type: none">La relazione tra innovazione tecnologica e dimensione aziendaleLa funzione dell'innovazioneL'appropriabilità dell'innovazioneLe dinamiche di attivazione dei processi innovativi: collaborazioni con clienti e fornitoriLa difficoltà di adattamento delle imprese all'innovazione tecnologica <p>Le dinamiche dell'innovazione tecnologica</p> <ol style="list-style-type: none">I processi di cambiamento: gli equilibri puntualiL'emergere del concetto di paradigma dominanteLa traiettoria tecnologicaIl ciclo dell'innovazioneIl paradigma dominante e le interrelazioni tra gli attori organizzativi

- La capacità dell'impresa di attivare l'innovazione tecnologica
- a. Gli effetti dell'innovazione sulle competenze delle imprese
 - b. La relazione tra competenze delle imprese e la produzione di innovazione tecnologica
 - c. La *transilience map*
 - d. L'impatto del cambiamento tecnologico sulle componenti del prodotto e sulle loro relazioni
 - e. Il dilemma dell'innovatore

- L'implementazione di una strategia di innovazione tecnologica
- a. L'organizzazione dei processi di innovazione
 - b. La gestione del processo di sviluppo di un prodotto
 - c. La gestione di team per lo sviluppo di un nuovo prodotto
 - d. La formulazione di una strategia di marketing per l'innovazione

Metodo d'insegnamento

*Verifiche dell'apprendimento /
procedure di valutazione*

Per i frequentanti: la valutazione dell'apprendimento è basata sulla partecipazione in aula e una prova finale

Per i non frequentanti: la valutazione dell'apprendimento è basata su una prova orale

Lecture consigliate

M. Chiara Di Guardo, *Le Strategie di Innovazione Tecnologica*, FrancoAngeli, 2006 (Cap. 1 e 2).

Melissa Schilling, *Gestione dell'innovazione*, McGraw-Hill, 2005 (cap. 3, 4, 13)

Altre informazioni utili

Il "format" del corso privilegia la discussione e un'attiva partecipazione degli studenti in aula. Il dibattito in aula sarà basato principalmente sul contenuto delle letture (articoli, casi aziendali, capitoli di libri) e potrà vertere su impressioni ed esperienze personali dello studente e sugli interventi programmati di manager ed imprenditori.