



UNIVERSITÀ DI PISA

ECONOMIA E GESTIONE DELL'INNOVAZIONE

RICCARDO LANZARA

Anno accademico	2017/18
CdS	CONSULENZA PROFESSIONALE ALLE AZIENDE
Codice	335PP
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
ECONOMIA E GESTIONE DELL'INNOVAZIONE	SECS-P/08	LEZIONI	42	RICCARDO LANZARA

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Al termine del corso lo studente avrà acquisito conoscenze:

- sull'evoluzione del concetto di prodotto e della filosofia progettuale
- sui rapporti fra Marketing e Ricerca & Sviluppo nei processi di generazione, sviluppo e diffusione dell'innovazione con particolare riferimento agli ambienti High-Tech
- sui cambiamenti organizzativi e gestionali nei processi di sviluppo dei nuovi prodotti
- sull'evoluzione dei rapporti all'interno delle supply chains
- sui nuovi ruoli del Marketing in ambienti turbolenti ed High-tech

Modalità di verifica delle conoscenze

La verifica delle conoscenze avverrà in occasione dell'esame finale che, a scelta dello studente, può essere scritto o orale. Alla valutazione finale verrà aggiunto un punteggio che terrà conto della frequenza di partecipazione ai lavori di gruppo

Capacità

Al termine del corso lo studente:

- sarà in grado di presentare una relazione sintetica sui risultati dell'attività condotta in team
- avrà sviluppato la necessaria sensibilità per agire in ambienti innovativi secondo un approccio interfunzionale

Modalità di verifica delle capacità

Durante il corso si farà ricorso sistematicamente a lavori di gruppo finalizzati all'analisi di case studies o alla lettura ed allo studio di articoli pubblicati sulla letteratura scientifica specializzata. Ogni gruppo dovrà organizzare una presentazione della soluzione del caso o una sintesi dei contenuti dei singoli articoli evidenziando le principali problematiche

Comportamenti

Lo studente acquisirà la capacità di lavorare in team. Per la presenza di studenti provenienti da altri atenei ed anche, sempre più spesso, da altri paesi, lo studente si dovrà confrontare non solo con percorsi curriculari diversi, ma anche con culture e modalità di approccio ai problemi molto differenziate

Modalità di verifica dei comportamenti

- Durante il lavoro di gruppo verranno verificate le capacità di lavorare in team e di riassumere e presentare in forma sintetica e chiara concetti ed opinioni
- In seguito alle attività collettive di studio saranno richieste ai vari gruppi di lavoro delle brevi relazioni concernenti gli argomenti trattati

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Conoscenza dei principi di base di Economia Aziendale e di Economia e Gestione delle imprese



UNIVERSITÀ DI PISA

Prerequisiti per studi successivi

Non sono previsti corsi successivi

Indicazioni metodologiche

- Le lezioni si svolgeranno frontalmente con ausilio di slide ed il ricorso sistematico ad esempi o a mini casi aziendali
- le esercitazioni in aula si svolgeranno formando gruppi di lavoro. Gli studenti per l'analisi dei case studies possono ricorrere ai PC personali o a quelli delle Aule informatiche del Dipartimento
- sul sito internet del corso sono disponibili il programma dettagliato del corso ed i materiali didattici (slides, articoli scientifici, case studies)
- sul sito internet è pubblicato l'orario di ricevimento settimanale
- la comunicazione docente/studenti può avvenire anche mediante la posta elettronica, attraverso la quale lo studente può comunicare sue particolari esigenze o richiedere appuntamenti
- gli articoli da leggere e da studiare sono generalmente in lingua inglese

Programma (contenuti dell'insegnamento)

1. L'evoluzione del concetto di prodotto
2. I rapporti fra Marketing e R&D
3. I processi statici di sviluppo dei nuovi prodotti
 - 3.1 I processi sequenziali
4. I principi della Dynamic Manufacturing
 - 4.1 L'evoluzione del rapporto fra Marketing e R&D
 - 4.2 Concurrent Engineering
 - 4.3 Dall'architettura integrale all'architettura modulare alla piattaforma di prodotto
 - 4.4 La scomposizione dei processi produttivi: dal decentramento all'outsourcing
 - 4.5 Le trasformazioni in atto nella value/supply chain: il caso automotive
 - 4.6 La definizione del strategic technology portfolio
 - 4.7 L'industrial design: l'integrazione fra forme tecnologiche e forme metaforiche
5. Il marketing dell'High-Tech: il caso Ericsson Marconi Communication

Bibliografia e materiale didattico

TESTO DI RIFERIMENTO:

R.Lanzara (2014), La rosa e il sensore: tradizione e innovazione nelle imprese dinamiche, Milano, Franco Angeli. cap. 1 (prg. 1.2.1, 1.5), Cap.2 (prg. 2.3, 2.4), Cap. 3

READINGS (obbligatorie, perché fanno parte del programma di esame):

Verganti R., (2008), Design, meanings and radical innovation: a metamodel and a research agenda, Product Innovation Management, 25:436-456

Dalli D., Lanzara R., 2011, La servitization dei prodotti, in Cinquini L., Di Minin alberto, Varaldo R. (a cura di), Springer, Milano, 51-67

Indicazioni per non frequentanti

Il programma, chiaramente indicato in modo dettagliato nelle pagine web del corso, non presenta differenze per i non frequentanti.

Modalità d'esame

L'esame è composto da una prova scritta o orale a scelta dello studente

La prova scritta consiste in:

- un numero limitato di domande (max 3) sulle problematiche trattate nel corso. Il tempo richiesto è di un'ora e la prova si svolge in un'aula normale. Nel caso di studenti del programma Socrates/Erasmus o di studenti stranieri è ammessa la lingua inglese
- Il risultato della prova scritta viene mantenuto per un massimo di 90 giorni a partire dalla data in cui l'esame è stato sostenuto. Trascorso il termine di 90 giorni, salvo eccezioni da esaminare caso per caso (ad esempio nel caso di studenti lavoratori, di problemi di salute documentati o nel caso delle vacanze agostane) l'esame deve essere registrato pena la decadenza del voto. L'esame viene comunque registrato nella data del giorno in cui effettivamente è stato sostenuto
- La prova scritta non si intende superata la prova se il candidato mostri di non essere in grado di esprimersi in modo chiaro e di usare la terminologia corretta. La prova scritta non è superata anche nel caso che il candidato mostri l'incapacità di mettere in relazione parti del programma e nozioni che deve usare in modo congiunto per rispondere in modo corretto ad una domanda

La prova orale consiste in:

- un colloquio tra il candidato e il docente della durata di 20-30 minuti
- La prova orale non si intende superata se:



UNIVERSITÀ DI PISA

se il candidato mostri di non essere in grado di esprimersi in modo chiaro e di usare la terminologia corretta od anche se il candidato mostri ripetutamente l'incapacità di mettere in relazione parti del programma e nozioni che deve usare in modo congiunto per rispondere alla domanda

Stage e tirocini

Non sono previsti stages o tirocini durante lo svolgimento del corso

Pagina web del corso

<https://moodle.ec.unipi.it/>

Ultimo aggiornamento 11/09/2017 15:14