

TECHNOLOGY & DESIGN STRATEGY INNOVATION LIVELLO I - A.A. 2017-2018 EDIZIONE II

Presentazione

Il master, organizzato in consorzio con l'**Università degli Studi di Padova**, basato su un **approccio inter e trans-disciplinare**, intende esplorare sistematicamente l'**intero processo d'innovazione strategica** a partire dalla generazione di una nuova idea fino alla (re)startup d'impresa. Oltre alla didattica erogata in aula, il percorso formativo prevede momenti esperienziali volti soprattutto alla trasmissione delle tacite conoscenze.

Il master è organizzato su tre principali direttrici: **Innovazione strategica; Tecnologie innovative; Human-centered design**. Seguendo la teoria dell'**Antidisciplinarity**, però, si prevede l'**apporto trasversale anche di altre discipline** quali la sociologia, la letteratura e la filosofia. Il Direttore del Massachusetts Institute of Technology - MIT Media Lab, Joichi Ito, attraverso il Journal of Design and Science (<http://jods.mitpress.mit.edu>), ha spesso parlato di Antidisciplinarity, ovvero le **potenzialità d'innovazione che risiedono nei territori ibridi di contatto tra diverse discipline che si trovano al di là della tradizionale suddivisione dei campi del sapere** (Joichi Ito. 2016. In Journal of Design and Science, "Can design advance science, and can science advance design?"). Sono state realizzate, pertanto, numerose ricerche nel settore della scienza, che dimostrano come **le combinazioni atipiche, quelle che mettono insieme discipline che prima non erano mai state messe in connessione, producono il maggior numero di innovazioni nel settore scientifico** (cfr. Brian Uzzi et al. 2013, "Atypical Combinations and Scientific Impact. Science").

Obiettivi

Il Master si rivolge a:

- imprenditori, manager e più in generale persone alle quali, nelle organizzazioni di appartenenza (imprese, aziende non profit e della pubblica amministrazione, istituzioni in genere), sono attribuite in modo esplicito o implicito responsabilità decisionali in riferimento ai principali processi gestionali: logistica e distribuzione; marketing, acquisti e vendite; finanza e amministrazione; controllo e audit; ricerca, innovazione e sviluppo;

- persone con esperienza lavorativa che vogliono riqualificarsi avvicinandosi ai temi dell'innovazione comunque declinata;
- persone che operano in realtà caratterizzate da forti discontinuità a causa, ad esempio, di una crisi di mercato per il sorgere di nuovi bisogni o del modello organizzativo per l'avvento di nuove tecnologie;
- persone designate dalla propria struttura di appartenenza a diventare una figura interdisciplinare responsabile dei processi d'innovazione.

Articolazione delle attività didattiche

Il Master si basa su un approccio inter e trans-disciplinare che comprende corsi erogati in presenza e a mezzo piattaforma e-learning fortemente focalizzati all'apprendimento di conoscenze, contenuti e tecniche correlate all'innovazione; studio di casi relativi ad imprese "significanti" condotti con l'aiuto di rappresentanti delle stesse imprese; lavori di progettazione di gruppo, con produzione di elaborati, volti a certificare le conoscenze e le abilità acquisite e la capacità di contestualizzarle nelle specifiche situazioni in cui i corsisti vengono ad operare; lavori di gruppo e sperimentazione di una selezione di tecnologie per l'Industry 4.0 al fine di analizzarne l'impatto sul modello di business e le opportunità che offrono di creare innovazione (di prodotto, di servizio e di business model).

Parallelamente allo svolgimento di tutti i moduli sono previsti dei momenti di revisione del project work degli studenti.

INSEGNAMENTO 1

STRATEGY DRIVEN INNOVATION

Obiettivi: i principali temi affrontati dal primo insegnamento sono i seguenti: Antidisciplinarity (il nuovo modo di pensare la Trans-disciplinarietà) tra strategia, design e tecnologia (visione); Strategy evolution; Organizational & Culture Identity; Business & profit model design; Innovation in professional oven Industry: Unox case study; Design Thinking una prospettiva pratica; Customer observation & understanding (Customer Analytics, Customer interaction analysis and consumption patterns (Sociosemiotic models & Ethnographic research, Customer Journey definition); Value proposition design + Lean (re)start-up; Innovation in amusement park Industry: Antonio Zamperla case study; Skills of disruptive innovation + Leadership for innovation; Strategy evolution + Strategy innovation vs. strategy fit; Organizational model (for) innovation; Systematic innovation; Innovation in Industry: Lercher case study; Social business innovation; Benefit corporation; Business ecosystem & Platform revolution; Social & digital transformation for employee empowerment; Social & digital transformation for customer engagement; Innovators' DNA e confronto con i tipi psicologici di Jung (test e spiegazione); Social technologies: test (Openknowledge).

- MODULO 1: Business & profit model innovation
- MODULO 2: Value proposition innovation
- MODULO 3: Organizational model (for) innovation
- MODULO 4: Social business innovation
- MODULO 5: Project work initial development - Explore the reality + Frame the problem worth solving

INSEGNAMENTO 2

TECHNOLOGY PUSH INNOVATION (SMAC T E INDUSTRY 4.0)

Obiettivi: i principali temi affrontati dal primo insegnamento sono i seguenti: Interazione tra persone mediata dalla tecnologia (visione); Panoramica generale sulle tecnologie Smact e Industry 4.0 (social, mobile, materials, analytics, cloud, IOT, robotica, realtà aumentata, additive manufacturing); Social and mobile technologies: funzioni, prestazioni, contesti; test realtà aumentata; Il rapporto uomo-macchina: teorie filosofiche (visione); Analytics and Cloud technologies: funzioni, prestazioni, contesti; Analytics technologies: test (IBM); Il rapporto tra l'uomo, le reti di informazioni e i contesti (visione); Internet of Things technologies: funzioni, prestazioni, contesti Internet of Things technologies: test (ST Microelectronics); Bioplastiche e biomimetica; Materials: funzioni, prestazioni, contesti; Materials: test (Matech)+ test additive manufacturing (Fablab); Materials: test (Matech); Analytics technologies: test (IBM); Social technologies: test (Openknowledge); Internet of Things technologies: test (ST Microelectronics).

- MODULO 1: Technological trends & disruptive Innovation: Social and Mobile Technologies
- MODULO 2: Technological trends & disruptive Innovation: Analytics and Cloud Technologies
- MODULO 3: Technological trends & disruptive Innovation: Internet of Things e Smart Environments
- MODULO 4: Technological trends & disruptive Innovation: Materials
- MODULO 5: Project work development - Generate ideas and solutions + Prioritise, choose and prototype

INSEGNAMENTO 3

DESIGN PULL INNOVATION

Obiettivi: i principali temi affrontati dal primo insegnamento sono i seguenti: I principali temi affrontati sono i seguenti: Le caratteristiche della creatività in ogni disciplina. Grandi invenzioni e come sono nate. (visione); I paradigmi del futuro+ Trend su estetiche, consumo, comunicazione e retail; I nuclei generazionali dei Consumatori; Italian factor e Crescita felice; Innovation in baby gear Industry: Inglesina Baby Spa case study; International market & Cross-cultural innovation; Art,

science & technology; Art driven innovation; Creativity & innovation; Innovation in decorative lighting Industry: Foscarini Spa case study; Industrial & Service Design evolution; Smart environment & design; Industrial design innovation; Service design innovation; Innovation in wellness Industry: (caso Chiapponi) case study; Brand identity & Communication design evolution; Made & Designed in Italy; Brand identity; Communication design; Project work presentation.

- MODULO 1: Socio-cultural trends & concept innovation
- MODULO 2: Culture driven innovation
- MODULO 3: Industrial & Service design innovation
- MODULO 4: Brand identity & Communication design
- MODULO 5: Project workfinal development - Test and refine

Durata e sintesi delle attività formative e dei crediti formativi (CFU)

Il Master ha **durata annuale** e prevede **400 ore di didattica**. Parte integrante del percorso è costituita dallo **stage di 250 ore** che rappresenta un'ottima opportunità di accesso al mercato del lavoro. Nel caso il partecipante sia impegnato professionalmente è possibile richiedere un'esenzione o una riduzione del monte ore previsto per l'espletamento dello stage che sarà commutato in un'attività di project work mirato. Tale richiesta verrà opportunamente vagliata dal Collegio docenti del Master in ordine alle caratteristiche di tale impegno.

Le ore d'impegno didattico, che comprendono anche lo studio individuale e l'elaborazione di una tesi finale, sono complessivamente **1800** per un totale di **72 CFU**.

Titolo rilasciato

Allo studente che abbia frequentato le attività didattiche, svolto le attività di tirocinio e superato le verifiche intermedie e la prova finale, sarà conferito il titolo di **Master universitario di I livello in Technology & Design Strategy Innovation**.

Periodo di svolgimento

marzo 2018 – marzo 2019

Planning didattico

Le lezioni in aula si tengono una volta al mese per un giovedì, un venerdì ed un sabato mattina consecutivi (giovedì 9.30 – 18.30; venerdì: 9 – 18.30; sabato: 9 – 13.30).

Sono previste anche una Summer School di approfondimento, visite aziendali e lavori di gruppo *

** Il calendario didattico verrà definito in dettaglio con congruo anticipo rispetto all'avvio delle attività didattiche e sarà consultabile presso il sito ufficiale del Master*

Modalità didattica

Frontale e online

Lingua

ITALIANO E INGLESE

Frequenza

La frequenza verrà monitorata attraverso firme presenza. Il superamento dei singoli moduli è subordinato alla regolare frequenza in aula.

Le assenze, in ogni caso, non devono superare il **20%** delle ore relative alle lezioni.

I crediti vengono conseguiti con il superamento dei singoli moduli, con il completamento delle attività di stage / project work e con il superamento della prova finale.

Sede del corso

Venezia Marghera (VEGA Parco Scientifico Tecnologico di Venezia - Edificio Porta dell'Innovazione). Alcune lezioni saranno realizzate presso le sedi dei Partner del Master TDSI.

Requisiti d'ammissione

PRIMO LIVELLO

/ Laurea/Diploma universitario pre-riforma

/ Laurea triennale

/ Titolo universitario straniero equivalente con indirizzo conforme, previa approvazione del Collegio dei docenti

Domanda d'ammissione

Per presentare la propria candidatura è necessario compilare la domanda di ammissione online i cui dettagli sono definiti all'**art. 3 del bando unico d'Ateneo**. Verranno considerate esclusivamente le candidature corredate da tutta la documentazione richiesta.

Il bando ed i relativi allegati sono presenti e scaricabili nella scheda web del Master stesso (www.unive.it/tdsi).

Modalità di selezione

La valutazione delle candidature verrà effettuata in base al **CV** e ai **titoli presentati**.

Eventuali prove di selezione, definite dal Collegio dei docenti, verranno comunicate direttamente ai candidati.

Ammissibilità laureandi

Possono essere ammessi al corso anche studenti in procinto di laurearsi purché conseguano il titolo **entro un mese dall'inizio dell'attività didattica**. In questo caso l'iscrizione al Master potrà essere perfezionata solo dopo il conseguimento del titolo valido per l'accesso.

Posti disponibili

/ Il numero massimo di posti disponibili è: **40**

/ L'attivazione del Master è subordinata al raggiungimento di almeno **20** iscrizioni

Quota di partecipazione: € 6.000

Informazioni sul pagamento art. 6 comma 2 del bando unico:

/ 1a rata **8 marzo 2018**: € 3016 (comprensiva di marca da bollo da € 16)*

/ 2a rata **8 luglio 2018**: € 3000

* Il costo della marca da bollo non è rimborsabile.

Facilitazioni allo studio

Le informazioni relative alle borse di studio a copertura totale o parziale del contributo d'iscrizione, laddove previste, vengono aggiornate attraverso la pagina web dedicata al Master (www.unive.it/tdsi) alla voce "Agevolazioni/borse di studio".

Sono previsti, inoltre, prestiti da Istituti bancari convenzionati con l'Ateneo (per informazioni: <http://www.unive.it/pag/8560/>).

Iscrizione

PRESENTAZIONE DOMANDA DI AMMISSIONE (procedura all'**art. 3 del bando unico**)

28 febbraio 2018

COMUNICAZIONE ESITO SELEZIONI

5 marzo 2018

PERFEZIONAMENTO ISCRIZIONE (procedura on line **art. 6 bando unico**)

8 marzo 2018

Strategie e Internazionalizzazione d'Impresa



Direttore

Prof. Carlo Bagnoli

Sito Web

www.unive.it/tdsi

Informazioni

/ sulle **procedure d'iscrizione** contattare la Segreteria Organizzativa di Ca' Foscari Challenge School:

tel. 041 234 6853

e-mail master.challengeschool@unive.it

/ sulla **didattica**, sulle **selezioni** e sul **calendario** delle lezioni contattare:

e-mail tutor.mastertdsi@unive.it