

# INNOVAZIONE DIGITALE DEI PRODOTTI E DEI PROCESSI a.a. 2023-2024

Prof. Marco Savastano

SSD SECS P-13; CFU 6

## *English Version*

This course aims to provide students with academic/managerial knowledge, based on the models developed in the literature and empirical evidence from the market, necessary to understand, evaluate and manage the innovation and quality management processes of companies operating in dynamic and constantly expanding sectors (such as tourism, retailing, mobility, manufacturing, agrifood, etc.) characterised by digital transformation.

The approach will make use of academic lectures, classroom exercises, project works and practical cases, in addition to individual study.

### Main Topics:

- Innovation paradigms in response to digital transformation: new business models, digital readiness and business model maturity and digital platforms; Indicators and models of (technological and organizational) Innovation; Main theoretical frameworks in the Innovation Field; Scientific paper structure, nature of data, research approaches and methodologies; Disruptive Innovation, servitization and digital servitization, dynamic capabilities view; digital business models; the evolution of soft and hard skills for the digital transformation; Multi-to-Omni channel management of customer touchpoints. Sustainable Innovation.
- The dimensions of quality and sustainability as connected to innovation management and customer satisfaction: the quality culture; the concept of quality in the design of products and services; the quality of business processes and information; quality and customer satisfaction assessment: techniques and tools; the quality of connected products and digital services: key quality assessment tools.

Each one of the main subjects will be analysed through the reading and discussion in class of reference scientific articles.

The students will be asked to critically read the paper, identify and highlight the most important insights, and find out practical/market applications of the topic of interest.

By practically analysing innovative cases from the market, students will be asked, working individually or in groups, to develop creative/innovative projects to find solutions to real problems of consumers and/or companies by applying the knowledge acquired during the course. The projects will be presented at the end of the course.

#### Educational Objectives:

***Knowledge and comprehension skills:*** the students will acquire an understanding and become able to evaluate the following topics: business model innovation processes brought about by digital transformation; the evolution of the demand and the mix of channels/touchpoints through which companies communicate and provide value to customers; techniques and indicators for assessing the quality of services and customer experience offered; the business dynamics that involve innovation and quality management processes in a systemic perspective.

***Applied knowledge and understanding:*** the students will assimilate knowledge in the economic/managerial field, based both on the theoretical models developed in the literature and on the empirical evidence from the market, regarding the main tools aimed at assessing and managing the quality of products and services and competitive dynamics of companies operating in different industries. The approach will include lectures, classroom exercises based on the use of software applications and online platforms, project work and practical cases, individual study.

***Autonomy of judgment:*** by developing critical and creative thinking, the students will be able to evaluate business strategies geared towards managing change, based on the development of dynamic capabilities and total quality in the form of value proposed to consumers.

***Communication skills:*** the students will be able to argue and share experiences and knowledge concerning the evolution of innovation and management models within highly dynamic sectors.

***Ability to learn:*** the students will acquire tools allowing them to analyse and critically evaluate approaches to innovation and quality management linked to practical business realities, in a global context often characterized by uncertainty and ambiguity in which technological innovation and culture represent significant levers for sustainable and long-lasting success.

### ***Italian Version***

Il presente corso ha l'obiettivo di fornire agli studenti le conoscenze in ambito accademico/manageriale, sulla base dei modelli sviluppati in letteratura e delle evidenze empiriche provenienti dal mercato, necessarie a comprendere, valutare e gestire i processi di innovazione legati al paradigma della trasformazione digitale e gestione della qualità all'interno di imprese operanti in settori dinamici ed in continua espansione (e.g. turismo, retail, mobilità, manifattura, agroalimentare, etc.).

L'approccio si avvarrà di lezioni frontali, esercitazioni in aula, project works e casi pratici, oltre allo studio individuale.

#### Argomenti Principali:

- Paradigmi di innovazione in risposta alla trasformazione digitale: nuovi modelli di business e digital platforms; Indicatori e modelli dell'Innovazione (tecnologica e organizzativa); Principali teorie sviluppate nel dominio dell'innovazione; Struttura di un paper scientifico, natura dei dati, approcci e metodologie di ricerca; Disruptive Innovation, servitization e digital servitization, dynamic capabilities view; modelli di business digitali; evoluzione e valutazione delle hard and soft skills necessarie alla trasformazione digitale; Gestione Multi/Omni-canale dei punti di contatto con il cliente; Innovazione e sostenibilità.
- Le dimensioni della qualità e della sostenibilità in relazione alla gestione dell'innovazione e alla soddisfazione del cliente: la cultura della qualità; integrazione del concetto di qualità nel design/progettazione di prodotti e servizi; la qualità dei processi di business; indicatori e misure della qualità; valutazione della qualità percepita e della soddisfazione del cliente: tecniche e strumenti; la qualità dei prodotti connessi e dei servizi digitali: strumenti chiave di valutazione della qualità.

Ciascuno degli argomenti principali sarà analizzato attraverso la lettura e la discussione in classe di articoli scientifici di riferimento, casi studio e testimonianze in aula.

Agli studenti e alle studentesse verrà chiesto di leggere criticamente il paper, identificare ed evidenziare gli approfondimenti più importanti ed identificare applicazioni pratiche/di mercato dell'argomento di interesse.

Toccando con mano casi innovativi dal mercato verrà chiesto a studenti e studentesse, lavorando individualmente o in gruppo, di sviluppare progetti creativi/innovativi per trovare soluzioni a problemi reali di consumatori e/o aziende applicando le conoscenze acquisite durante il corso. I progetti verranno presentati alla fine del corso.

#### Obiettivi Formativi:

**Conoscenza e capacità di comprensione:** Gli studenti saranno in grado di conoscere e valutare Il cambiamento dei modelli di business a seguito della trasformazione digitale, l'evoluzione della domanda e del mix dei canali attraverso i quali essa incontra l'offerta, le tecniche e gli indicatori per poter misurare la qualità dei servizi e dell'esperienza offerti, le dinamiche di business che coinvolgono i processi di innovazione e gestione della qualità in un'ottica sistemica.

**Conoscenza e capacità di comprensione applicate:** gli studenti assimileranno conoscenze in ambito economico/manageriale, sulla base dei modelli sviluppati in letteratura e delle evidenze empiriche provenienti dal mercato, riguardo gli strumenti volti alla valutazione e alla gestione della qualità dei prodotti e servizi e delle dinamiche competitive tra le imprese operanti nei diversi settori di riferimento. Il tutto attraverso un approccio che prevede lezioni frontali, esercitazioni in aula mediante uso di software e piattaforme online, project works e casi pratici, studio individuale.

**Autonomia di giudizio:** sviluppando un pensiero critico e creativo, gli studenti saranno in grado di valutare le strategie di business orientate alla gestione del cambiamento, basate sullo sviluppo di competenze dinamiche e della qualità totale sotto forma di valore proposto ai consumatori.

Abilità comunicative: gli studenti svilupperanno capacità di argomentare e condividere esperienze e conoscenze inerenti all'evoluzione dei modelli d'innovazione e di gestione all'interno di settori altamente dinamici.

**Capacità di apprendere:** gli studenti acquisiranno strumenti che permetteranno loro di analizzare e valutare criticamente approcci di gestione dell'innovazione e della qualità legate a realtà pratiche aziendali, in un contesto globale caratterizzato spesso da incertezza e ambiguità, in cui l'innovazione tecnologica e lo sviluppo di una cultura dell'innovazione rappresentano leve decisive del successo sostenibile e duraturo.