

A.A.2014-2015
 Corso di laurea in Economia e Management D.M.270/04
**MANAGEMENT OF TECHNOLOGIES, INNOVATION
 AND OPERATIONS**
Codice

Alessia Pisoni – Francesco Sacco

[www.uninsubria.it/docenti/alessia.pisoni; www.uninsubria.it/docenti/francesco.sacco]

CFU	SSD	Lezioni (ore)	Esercizi ni (ore)	Laboratorio (ore)	[inserire voce: es. attività di campo; seminari; uscite;...] (ore)	Anno	Lingua
6	SECS- P/08 SECS- P/07	40			4		INGLESE

Obiettivi dell'insegnamento e risultati di apprendimento attesi

Il corso è volto a trasmettere i concetti e i modelli base del management dell'innovazione, delle tecnologie e delle operazioni di produzione e di logistica. Il corso fornisce una visione unitaria delle principali scelte strategiche da effettuare negli ambiti sopra indicati in una prospettiva sia analitico-descrittiva che decisionale.

Al termine del corso gli studenti devono dunque dimostrare di aver acquisito la terminologia propria delle discipline economico-aziendali, di aver appreso i modelli di rappresentazione e gli strumenti manageriali utili ai fini della gestione dell'innovazione, delle tecnologie e delle operazioni di produzione e di logistica in aziende strutturate e di nuova costituzione.

Il corso è tenuto in lingua inglese per permettere agli studenti di sperimentare la docenza in lingua anche alla luce della scelta di percorsi formativi successivi al triennio.

Prerequisiti

Nessuno

Contenuti e programma del corso

Il Corso si propone di illustrare il ruolo dell'innovazione e della tecnologia all'interno dell'attuale scenario competitivo. Vengono inoltre affrontate le modalità con cui l'impresa gestisce, sotto un profilo strategico, il portafoglio di competenze e le operations nell'ambito della produzione industriale di beni e servizi.

Il Corso sarà integrato con seminari di presentazione di casi aziendali.

Il corso consiste di due parti (Parte A e Parte B)

PROGRAMMA ANALITICO – PARTE A

LE OPERATIONS

- L'approccio strategico alle operations
 - Dimensioni competitive delle operations
 - Lo sviluppo di competenze attraverso le operations
- Progettazione del prodotto
- Progettazione e selezione dei processi
 - Le tipologie di processo produttivo
 - Classificazione e confronto tra processi

- Strategia della Supply Chain
 - Il lean manufacturing
 - Progettazione della supply chain
 - Outsourcing
 - Global sourcing e mass customization

CORPORATE INNOVATION E INTRAPRENEURSHIP

- Il concetto di innovazione e sua evoluzione nel tempo
- Fonti dell'innovazione
- Innovazione e vantaggio competitivo
- Aspetti organizzativi e intrapreneurial approaches

PARTE SEMINARIALE

- Casi e testimonianze aziendali

PROGRAMMA ANALITICO – PARTE B

L'EVOLUZIONE DEI MERCATI: INNOVAZIONE, DIFFUSIONE, ADOZIONE, CRESCITA, MARKET ENTRY E LE REAZIONI DEI CONCORRENTI

- La diffusione delle innovazioni e lo sviluppo di un nuovo mercato
- Le strategie per l'introduzione di un nuovo prodotto/servizio e le reazioni dei concorrenti
- Implicazioni per la gestione di un nuovo prodotto/servizio

COMPETING IN TECHNOLOGY BASED MARKETS

- Economie di rete
- La competizione tra piattaforme
- La competizione in mercati two-sided
- Il "multi-homing" e i suoi effetti

BUSINESS MODEL E STRATEGIE PER L'INNOVAZIONE

- Il business model canvas
- Come gestire l'evoluzione di un business model
- Innovazione a livello di business model
- L'approccio "lean start-up"
- Strategie oceano blu
- Unbundling the corporation

PARTE SEMINARIALE

- Casi e testimonianze aziendali

Tipologia delle attività didattiche

Lezioni frontali, discussioni di casi, seminari

Testi e materiale didattico

PARTE A

F.R. Jacobs and R.B. Chase, Operations and Supply Chain Management, 14th Global Edition, 2014, McGraw Hill - CAP 1, 2, 3, 14, 16

Cotta Ramusino E. - Onetti A., Strategia d'impresa, Il Sole 24 Ore Libri, 4a Edizione, Milano, 2013, Cap. 7

Altro materiale (articoli e casi aziendali) verrà comunicato a lezione/durante il corso e messo a disposizione sulla piattaforma e-learning

PARTE B

Articoli e casi aziendali caricati sulla piattaforma di e-learning

Modalità di verifica dell'apprendimento

L'esame è unico (parte A + parte B) e si svolge mediante prova scritta, a partire dalla sessione di fine corso, sui temi trattati durante l'intero corso e sui case studies presentati, oltre che sui testi indicati (v. Testi di riferimento). Il voto finale consisterà nella media delle valutazioni riportate nelle due parti, ed entrambe le valutazioni dovranno risultare sufficienti.

Orario di ricevimento

I Docenti sono a disposizione degli studenti al termine delle lezioni e durante i ricevimenti il cui calendario sarà comunicato all'inizio del corso e indicato su elearning e/o sulla home page dei docenti

Calendario delle attività didattiche

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6606

Appelli d'esame

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6605

A.A.2014-2015
 Bachelor Degree in Economics and Management D.M.270/04
**MANAGEMENT OF TECHNOLOGIES, INNOVATION
 AND OPERATIONS**
Codice

Alessia Pisoni – Francesco Sacco

[www.uninsubria.it/docenti/alessia.pisoni; www.uninsubria.it/docenti/francesco.sacco]

CFU/ Credits	SSD Subject Code	Lectu res (hour s)	Tutorials (hours)	Lab (hours)	Seminars (hours) <i>[inserire voce: es. attività di campo; seminari; uscite;...]</i>	Year	Teaching Language
6	SECS-P/08 SECS-P/07	40			4		English

Goals and Learning outcomes

The course's purpose is to make students understand the fundamentals of innovation, technology and operations management. The course also provide a comprehensive overview of strategic choices of firms in a double-fold perspective (i.e. both descriptive and problem-solving).

At the end of the course, therefore, students have to prove they have learned the models to represent innovation, technology and operations management. Students have also demonstrate they can correctly use the managerial tools useful for technology and innovation management. The course is conceived in English to allow students to experience a course taught in a foreign language and introduce them to the master's degree programs.

Prerequisites

None

Course Content

The course aims to illustrate the role of innovation and technology in the current competitive landscape. The course also analyses operations management for manufacturing and service companies under a strategic and managerial point of view.

The course consists of two modules: Part A and Part B.

DETAILED PROGRAM – PART A

OPERATIONS MANAGEMENT

- Operations strategy: introduction
- Design of products and services
- Production processes
 - Types of production processes
 - Comparison of production process
- Supply chain management
 - Lean production
 - Supply chain characteristics

- Outsourcing
- Global sourcing and mass customization

CORPORATE INNOVATION AND INTRAPRENEURSHIP

- Concept definition - innovation along the years
- Different sources of innovation
- Innovation and competitive advantage
- Intrapreneurial approaches

BUSINESS CASES

- Business case discussion and working groups.

DETAILED PROGRAM – PART B

THE EVOLUTION OF MARKETS: INNOVATION ADOPTION, DIFFUSION, MARKET GROWTH, NEW PRODUCT ENTRY, AND COMPETITOR RESPONSES

- Diffusion of Innovation/Market Growth
- New Product Entry Strategy and Competitor Response
- Implications for Management of New Products

COMPETING IN TECHNOLOGY BASED MARKETS

- Network economies
- Platform competition
- Competition in two-sided markets
- Multi-homing and its effects

THE CONCEPT OF BUSINESS MODEL

- The business model canvas
- Managing a business model
- Innovating a business model
- The lean start-up approach
- Blue ocean strategies
- Unbundling the corporation

BUSINESS CASES

- Business case discussion and working groups.

Mode of Delivery

Lectures, case discussions, seminars

Recommended reading list (Bibliography)

PART A

F.R. Jacobs and R.B. Chase, Operations and Supply Chain Management, 14th Global Edition, 2014, McGraw Hill - CAP 1, 2, 3, 14, 16

Cotta Ramusino E. - Onetti A., Strategia d'impresa, Il Sole 24 Ore Libri, 4a Edizione, Milano, 2013, Cap. 7

Additional readings to be communicated in class/uploaded on e-learning

PART B

Readings and business cases uploaded on e-learning

Assessment

Starting from the first session following the end of the Course, students have to do the entire exam (PART A + B) on topics discussed in Class and materials listed above (see reference books). The final valuation will be calculated as the average of the valuations received for both PARTS. Both valuations must be sufficient.

Office hours

Instructors will be available at the end of each class as well as in office hours that will be communicated at the beginning of the course and will be indicated on the e-learning space and/on instructors' personal pages, with periodical updates

Academic Timetable

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6606

Exam sessions

http://www3.uninsubria.it/pls/uninsubria/consultazione.mostra_pagina?id_pagina=6605