



MASTER IN STRATEGY INNOVATION I LIVELLO - EDIZIONE III A.A. 2020-2021

Presentazione

Essere innovativi non è una predisposizione genetica ma un atteggiamento che fonde intuizione e razionalità e che si manifesta nella tensione a cogliere le opportunità di mercato e nel coraggio di trasformarle in progetti imprenditoriali concreti.

Il Master in Strategy Innovation – SIM opera nell’ambito dell’“istruzione creativa” che mira alla “distruzione creativa” di mercati, settori e modelli di business consolidati. Nella convinzione che l’innovazione sia “disobbedienza andata a buon fine”, il Master accetta come unica regola l’indisciplinarietà. Per questo motivo, al suo interno si confrontano psicologi, sociologi, umanisti, designer, ingegneri, economisti, aziendalisti, imprenditori e manager di successo, che collaborano a creare e trasmettere una visione multiprospettica, originale e in continuo divenire.

Obiettivi

Il Master SIM nasce per trasmettere un cambio di prospettiva:

- sul contenuto strategico, che sposta il focus dalla competizione all’innovazione, perché l’obiettivo non è giocare meglio degli altri, ma cambiare le regole del gioco. La discontinua evoluzione dell’ambiente fa sparire interi settori creando al contempo nuovi mercati. Perché non rendersi coautori del cambiamento volgendolo a proprio vantaggio?
- sul processo strategico, che sposta il focus dall’alternativa al paradosso, perché la decisione di fronte a un bivio non è scegliere una via, ma imboccarle entrambe. L’incapacità di prevedere il futuro aumenta l’incertezza e il rischio delle scelte. Perché non sviluppare la capacità di percorrere molteplici vie contemporaneamente?
- sul contesto strategico, che sposta il focus dalla profondità all’ampiezza, perché la specializzazione produce competenze, ma l’indisciplinarietà genera creatività. La specializzazione delle competenze riduce la capacità di

Riapertura

riqualificazione professionale. Perché non scegliere la flessibilità offerta da una formazione interdisciplinare?

- sullo scopo strategico, che sposta il focus dal profitto al significato, perché la realizzazione personale non si raggiunge massimizzando il reddito, ma attribuendo un senso alla propria opera. La necessità di suddividere il valore genera conflitti tra i diversi attori per la sua appropriazione. Perché non scegliere di moltiplicare il valore focalizzandosi sulla sua creazione?

Articolazione attività didattiche

STRATEGY INNOVATION COMPETENCIES

Questa sezione è funzionale a superare il paradosso competitivo tra aumentare il valore offerto al cliente (differentiation strategy) e abbassare il costo di produzione (cost leadership strategy), attraverso una nuova proposta di valore, all'interno di un nuovo spazio di mercato. Per fare ciò è necessario ridefinire il modello di business di un'impresa sfruttando le cinque competenze dell'innovatore

- Associating: "Creativity is connecting things" (S. Jobs - Apple)
- Questioning: "Question the unquestionable" (R. Tata - Tata company)
- Observing: "Observation is the big game changer in our company" (S. Cook - Intuit)
- Networking: "What a person does on his own, without being stimulated by the thoughts and experiences of others, is even in the best of cases rather paltry and monotonous." (A. Einstein)
- Experimenting: "I haven't failed ...I've just found 10,000 ways that do not work" (T. Edison)

Moduli:

- Organizational identity & business model innovation
- Profit model & social innovation
- Organizational model (for) innovation

STRATEGY INNOVATION SOURCES

Questa sezione è funzionale allo sviluppo sistemico e coordinato di Market Pull, Technology Push e Design Driven Innovation al fine di alimentare la capacità innovativa delle imprese, unico modo per combattere la naturale tendenza di quest'ultime a focalizzarsi su una specifica fonte di innovazione (la preferita) e a limitare inconsapevolmente le opportunità di cambiamento e di rinnovamento.

Moduli:

- Market pull innovation
- Technology push innovation
- Design driven innovation

STRATEGY INNOVATION TOOLS

Questa sezione è funzionale a rendere operativo il processo di innovazione attraverso l'impiego di specifici strumenti e metodologie, riguardanti: le attività di "anticipazione" del futuro, sia nella prospettiva dell'evoluzione tecnologica che dei trend socio-culturali; le tecniche di creatività e le potenzialità trasformative della digitalizzazione; il ruolo centrale della comunicazione nella diffusione e nel successo

Riapertura

dell'innovazione; lo sviluppo di competenze finanziarie e organizzative per la creazione di uno Strategy Innovation Hub.

Moduli:

- Corporate foresight for long term innovation
- Socio-cultural trends & concept innovation
- Digital disruption in industry 4.0
- Brand identity & communication design (for) innovation
- Finance model (for) innovation
- Strategy Innovation Lab

STRATEGY INNOVATION PROJECT WORK

Questa sezione è funzionale a testare on the job quanto imparato nel Master e mettere a frutto le cinque competenze dell'innovatore. Il Project Work è articolato in tre fasi: Intelligence, per individuare opportunità, desideri e bisogni inespressi; Discovery, per generare e selezionare concept progettuali raccolti in uno specifico portfolio; Development, per definire i requisiti economici, tecnologici ed estetici/emozionali di ogni progetto innovativo al fine di avviarne la produzione e la distribuzione nel mercato.

Moduli:

- (Re)start up: Intelligence
- (Re)start up: Discovery flow
- (Re)start up: Get ready for development

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

Il Master ha una durata annuale e prevede 300 ore di didattica (di cui 204 in presenza e 96 online). Parte integrante del percorso è costituita dallo stage e/o dalla stesura di un project work mirato di 250 ore.

Le ore totali di impegno didattico, che comprendono anche lo studio individuale e l'elaborazione di un elaborato finale sul project work realizzato, sono complessivamente 1500 per un totale di 60 CFU.

Titolo rilasciato

Allo studente che abbia frequentato le attività didattiche, superato le verifiche previste e svolto il project work, sarà conferito il titolo di Master universitario di I livello in Strategy innovation.

Periodo di svolgimento

OTTOBRE 2020 – OTTOBRE 2021

Planning didattico

Giovedì e venerdì full time e sabato mattina

Riapertura

Modalità didattica

Frontale e online

Lingua

Italiano e inglese

Frequenza

La frequenza verrà monitorata attraverso firme presenza o tracciamento degli accessi alla piattaforma online. Il superamento dei singoli moduli è subordinato alla regolare frequenza in aula e al sostenimento con successo di verifiche all'apprendimento. Tali verifiche possono limitarsi al giudizio del Direttore Scientifico, sentiti i docenti di riferimento, in ordine alla partecipazione attiva ai singoli moduli. Le assenze, in ogni caso, non devono superare per ogni singolo modulo il 20% delle ore relative alle lezioni. I crediti vengono conseguiti con il superamento dei singoli moduli e con il superamento del project work.

Sede del corso

Ca' Foscari Challenge School
via della Libertà 12, 30175 Venezia (Parco Vega)

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

/ Inglese B2

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 di Ateneo. Verranno considerate esclusivamente le candidature corredate da tutta la documentazione richiesta. Il bando e i relativi allegati sono presenti e scaricabili nella scheda web del Master stesso.

Modalità di selezione

Oltre alla valutazione del CV e dei titoli presentati, una commissione appositamente nominata valuterà le candidature attraverso un'intervista in presenza o online (data, ora e sede verranno opportunamente comunicati via mail con congruo anticipo). I principali fattori considerati ai fini della selezione saranno: i titoli di studio, la motivazione, le capacità relazionali, le eventuali esperienze formative e professionali attinenti pregresse, la disponibilità alla frequenza prevista.

Riapertura

Ammissibilità laureandi

Possono essere ammessi al corso anche studenti in procinto di laurearsi purché necessariamente 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.

È prevista l'iscrizione per uditori, non in possesso di titolo di Laurea, che conseguiranno un attestato di frequenza.

Posti disponibili

Il numero massimo di posti disponibili è: 40*

**L'attivazione del Master è subordinata al raggiungimento di almeno 15 iscrizioni*

Quota di partecipazione: € 6.000

/ 1a rata 08/10/2020: € 3.016 (comprensiva di marca da bollo da € 16)*

/ 2a rata 08/02/2021: € 3.000

** Il costo della marca da bollo non è rimborsabile.*

Contributo di selezione: € 50

non rimborsabile, da versare entro il 30/09/2020 in sede di presentazione della domanda di ammissione, tramite PagoPA.

Il mancato versamento del contributo comporta l'esclusione del processo di selezione e l'eventuale ammissione al Master.

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.

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

Iscrizione

PRESENTAZIONE DOMANDA DI AMMISSIONE (procedura on line art. 3 bando unico)

entro il 30/09/2020

COMUNICAZIONE ESITO SELEZIONI

entro il 05/10/2020

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

entro il 08/10/2020

Avvio didattica: 15/10/2020

Direttore

Prof. Carlo Bagnoli

Riapertura

Informazioni

/ sulle procedure di iscrizione contattare la Segreteria Organizzativa di Ca' Foscari
Challenge School: master.challengeschool@unive.it- tel. 041 234 6853