

SYLLABUS DEL CORSO

Service Science

2425-2-FDS01Q019

Obiettivi formativi

Esiste un parallelo tra la progettazione di servizi innovativi in organizzazioni affermate e la creazione di start-up. In entrambi i contesti diventano fondamentali i processi di acquisizione e gestione della conoscenza, nel caso di organizzazioni affermate il focus è su utenti esistenti e processi noti, nel caso delle start-up invece l'attenzione è su utenti ancora "sconosciuti" e processi da creare da zero. Nel corso saranno affrontate le problematiche legate alla progettazione di servizi innovativi in entrambi gli scenari.

Alla fine del corso gli studenti impareranno:

- un approccio per affrontare i problemi di gestione della conoscenza nei processi di produzione ed erogazione dei servizi, sia in scenari maturi (es., business avviati da diverso tempo), sia in scenari contraddistinti da elevata incertezza dove l'acquisizione di conoscenza è un fattore fondamentale (es., creazione di una start-up e validazione delle assunzioni sulle quali si basa il business model di quest'ultima)
- come identificare le metodologie e le tecnologie più appropriate per progettare processi di erogazione dei servizi sulla base delle strategie aziendali perseguite;
- come impostare i processi di acquisizione della conoscenza necessari per progettare e far evolvere servizi innovativi (per rispondere a domande come le seguenti: il servizio proposto risponde alle esigenze dei clienti? cosa posso migliorare per favorire la crescita della clientela?).

Inoltre, gli studenti saranno in grado di applicare le metodologie acquisite per:

- progettare business innovativi con un focus particolare (ma non solo) sull'analisi dei dati
- identificare ed applicare le metriche più adatte per valutare il successo di un'iniziativa imprenditoriale fin dall'avvio delle attività
- intercettare i feedback della clientela di una start-up per validare ed eventualmente far evolvere rapidamente il business model di una start-up

Questo corso fa riferimento all'area di apprendimento "statistica ed informatica".

I contenuti del corso potranno variare, il docente comunicherà eventuali variazioni tramite il sito web del corso.

Contenuti sintetici

- Service Science: Il punto centrale è la relazione tra Service Science, metodologie di progettazione dei servizi e i sistemi di gestione delle informazioni e della conoscenza, processi di acquisizione della conoscenza in scenari incerti;
- Strategie di business di aziende dei servizi: il ruolo della collaborazione e della co-produzione di valore nei processi aziendali delle aziende di servizi con un focus sulla validazione dei business model assumptions nelle start-up;
- L'approccio Lean Start-up per massimizzare l'acquisizione di conoscenza in scenari innovativi
- L'approccio Sprint per minimizzare i tempi di apprendimento
- Laboratorio sulla progettazione di sistemi di servizio, in particolare di servizi knowledge-based;

Programma esteso

- Introduzione alla Service Science
 - Le caratteristiche dei servizi e del loro processo di erogazione
 - La catena del valore di Porter del settore dei servizi
 - Il ruolo dell'informazione e della conoscenza per l'innovazione dei servizi
 - Sistemi di Service Design (dal modello ingegneristico al modello interpretativo)
 - Le strategie di business delle società di servizi
 - L'evoluzione dei processi aziendali
 - Il ruolo della co-produzione di valore (aziende a rete)
 - Servizi basati sulla conoscenza (crowdsourcing e processi di innovazione aperta)
 - Case Studies
 - The difference between an idea and a business opportunity
 - Why do ventures require dynamic leaders who understand vision, strategy, risk, and tactics?
 - Differences between a start-up and a mature firm (or between an innovative project and a project in a well-known scenario)
 - The knowledge harvesting problem
 - MVP (Minimum Viable Product)
 - Validated learning, Build-measure-learn cycle. How to shorten the feed-back loop in a start-up
 - How to prevent endless loop: the sprint approach
 - Business Model Canvas vs Business Plan
 - Lab. Designing an innovative service/start-up
- The teacher reserves the right to make changes to the contents during classes. Any change will be promptly indicated on this website.

Prerequisiti

E' utile una conoscenza anche basilare delle principali tecnologie e applicazioni utilizzate in ambito e-commerce e media sociali.

Metodi didattici

Il corso è erogato in inglese e prevede lezioni frontali in aula ed esercitazioni in laboratorio o in aula con l'utilizzo di un personal computer.

Le lezioni frontali sono dedicate all'approfondimento degli argomenti teorici inerenti il corso. Circa il 70% del corso (corrispondente a circa 34 ore) sarà erogato in questa forma di "Didattica Erogativa"

Le esercitazioni sono mirate alla progettazione di servizi knowledge-based. Circa il 30% del corso (corrispondente a circa 11 ore) sarà erogato in questa forma di "Didattica Interattiva".

Alcune delle ore delle lezioni frontali potranno essere sostituite, da testimonianze e sessioni di dialogo esperti. In tal caso, le testimonianze avranno luogo orientativamente nelle ultime settimane di lezione, in base alla disponibilità delle persone coinvolte.

Le lezioni ed esercitazioni si svolgeranno in presenza.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Per sostenere la verifica dell'apprendimento (cioè l'esame) è obbligatorio effettuare l'iscrizione via segreteria online secondo le scadenze stabilite (generalmente le iscrizioni chiudono 3 giorni lavorativi prima dell'appello d'esame).

La modalità di verifica si basa su una prova orale. La prova orale consisterà in un colloquio sugli argomenti svolti a lezione. Lo studente, d'accordo con il docente può sostituire una parte della prova orale con la discussione di un progetto. Il progetto deve essere concordato preventivamente con il docente.

Le modalità d'esame sono identiche sia per gli studenti frequentanti sia per i non frequentanti.

La prova d'esame mira ad accertare la conoscenza teorica dello studente sugli argomenti del corso. Saranno quindi valutate le capacità di ragionare e approfondire le tematiche proposte in sede di esame, il rigore metodologico del loro sviluppo e la capacità di applicare le conoscenze teoriche a business case pratici.

Testi di riferimento

- Ries, Eric. The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses. Currency, 2011.
- Fitzsimmons, James A. (2010). Service management: operations, strategy, and information technology. New York, NY: Mc Graw Hill.

Sustainable Development Goals

IMPRESA, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
