



SCHEDA DELL'INSEGNAMENTO (SI) ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

SSD: ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (SECS-P/10)

DENOMINAZIONE DEL CORSO DI STUDIO: CULTURE DIGITALI E DELLA COMUNICAZIONE
(D27)

ANNO ACCADEMICO 2024/2025

INFORMAZIONI GENERALI - DOCENTE

DOCENTE: IZZO FRANCESCO

TELEFONO:

EMAIL: francesco.izzo@unina.it

INFORMAZIONI GENERALI - ATTIVITÀ

INSEGNAMENTO INTEGRATO: U5622 - ECONOMIA DIGITALE

MODULO: 32211 - ORGANIZZAZIONE AZIENDALE

LINGUA DI EROGAZIONE DELL'INSEGNAMENTO: ITALIANO

CANALE: San Giovanni

ANNO DI CORSO: II

PERIODO DI SVOLGIMENTO: SEMESTRE I

CFU: 6

INSEGNAMENTI PROPEDEUTICI

Non previsti.

EVENTUALI PREREQUISITI

Non previsti.

OBIETTIVI FORMATIVI

Nell'ambito dell'insegnamento integrato, il **Modulo Mercati, reti e istituzioni** intende, in primo luogo, fornire la conoscenza degli elementi teorico-concettuali e metodologici specifici dell'approccio sociologico all'analisi dei processi economici e del lavoro e, in secondo luogo, formare le competenze per l'applicazione di tali elementi all'interpretazione dei principali fenomeni economici connessi alla digitalizzazione. Il **Modulo Organizzazione Aziendale** si pone l'obiettivo di fornire conoscenze di base sulla gestione dell'innovazione e sulle dinamiche organizzative delle imprese nell'economia digitale, nonché di formare competenze per l'applicazione di concetti teorici

dell'economia d'impresa e dell'organizzazione aziendale all'analisi dei mercati. Il percorso formativo consente di comprendere i meccanismi di funzionamento dei mercati e le configurazioni organizzative alla base dei processi innovativi delle imprese.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI (DESCRITTORI DI DUBLINO)

Conoscenza e capacità di comprensione

L'insegnamento intende favorire nelle studenti e negli studenti:

- a) l'apprendimento di conoscenze e lo sviluppo di capacità di analisi dei processi innovativi, sia in una prospettiva strategica sia organizzativa, con particolare riferimento ai settori-chiave dell'economia digitale;
- b) lo sviluppo di autonomia di giudizio nell'analisi di opzioni alternative relative a situazioni reali connesse ai processi innovativi e alle scelte organizzative di un'impresa;
- c) la comprensione delle strategie di innovazione di un'impresa e delle sue scelte di configurazione organizzativa.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'insegnamento intende incoraggiare le studenti e gli studenti:

- a) ad applicare le conoscenze acquisite, utilizzando concetti e strumenti appresi, nella risoluzione di problemi reali riconducibili all'area delle strategie e dell'organizzazione di un'impresa;
- b) a sviluppare abilità di comunicazione delle analisi effettuate e delle soluzioni elaborate attraverso le discussioni in aula, presentazioni individuali o in gruppo di casi aziendali. Ciò consentirà ai partecipanti di sviluppare in particolare abilità: (i) nella relazione con gli altri componenti di un team; (ii) nella produzione di testi e materiali audio-visivi; (iii) nella presentazione pubblica delle proprie elaborazioni; (iv) nella discussione di casi anche attraverso il confronto in plenaria e fra gruppi nella proposizione e nella difesa delle proprie idee;
- c) a sviluppare di capacità di analisi e di apprendimento, utilizzando dati reali e informazioni raccolte personalmente ed elaborando analisi relative ad imprese, mercati, prodotti dell'economia digitale.

PROGRAMMA-SYLLABUS

Il Modulo di Organizzazione Aziendale è strutturato in tre parti: la prima è focalizzata sulle dinamiche dell'innovazione tecnologica, con particolare riferimento all'innovazione digitale.

Vengono presentati e discussi i temi delle fonti dell'innovazione, delle forme, dei modelli e dei cicli dell'innovazione, dei conflitti di standard e della competizione nei mercati digitali, della scelta del tempo di ingresso nei mercati. La seconda parte del modulo è dedicata all'analisi delle scelte di configurazione organizzativa, con un approfondimento dei network, ai processi di cambiamento strategico e organizzativo, alle strategie di collaborazione, ai meccanismi di protezione dell'innovazione nei mercati digitali. Nella terza parte il focus è sull'organizzazione dei processi di innovazione, discutendo la natura dei team e la loro gestione nello sviluppo di nuovi prodotti.

MATERIALE DIDATTICO

Per chi frequenta le lezioni e partecipa attivamente alle attività in aula il testo di riferimento è M. Schilling, F. Izzo, *Gestione dell'innovazione*, McGraw-Hill, quinta edizione, capp. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9 (solo i paragrafi 9.2 e 9.5), 10, 11, 12 (solo il paragrafo 12.5), 14.

Il docente metterà a disposizione per i frequentanti durante il corso letture, casi e altri materiali integrativi.

Per i non frequentanti: il testo di riferimento è de Vita, Mercurio, Testa, *Organizzazione aziendale: assetto e meccanismi di relazione*, Giappichelli 2024, capp. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 11. Dispensa liberamente scaricabile dalla sezione materiale didattico del sito docente: Capitolo 9:

"Progettazione organizzativa per le organizzazioni digitali e analisi dei big data"

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELL'INSEGNAMENTO-MODULO

Il docente utilizzerà a) lezioni frontali per l'80% delle ore totali, b) esercitazioni e casi da svolgere in autonomia e in gruppo, in aula e a casa per approfondire gli aspetti teorici e le applicazioni pratiche per il 20% delle ore totali.

VERIFICA DI APPRENDIMENTO E CRITERI DI VALUTAZIONE

a) Modalità di esame

- Scritto
- Orale
- Discussione di elaborato progettuale
- Altro

In caso di prova scritta i quesiti sono

- A risposta multipla
- A risposta libera
- Esercizi numerici

b) Modalità di valutazione

L'esame consiste in una prova scritta individuale (tre domande a risposta aperta, durata un'ora per i frequentanti - un questionario con domande a risposta multipla e a risposta aperta per i non frequentanti), integrata con il **Modulo Mercati, reti, istituzioni**. Segue un colloquio orale di discussione della prova scritta e di altre tematiche in programma. La prova viene valutata secondo un criterio di pertinenza e correttezza, da cui dipende il superamento dell'esame; e un criterio di qualità delle argomentazioni in forma scritta e orale, da cui dipende il voto d'esame.