La Palestra CORSO PROGREDITO

**1 – Fonti e Modelli di Innovazione Tecnologica**

a. Descrivere il concetto di creatività e le forme in cui si manifesta.

b. Illustrare le caratteristiche utili per individuare la figura dell’inventore.

c. Cosa si intende per Ricerca & Sviluppo?

d. Illustrare le fonti di informazione utilizzabili dalle imprese.

e. Definire i cluster tecnologici evidenziando i fattori che influiscono sull’intensità di clustering.

f. Illustrare le forme di innovazione e le dimensioni che le determinano.

g. Motivare l’andamento delle curve di miglioramento tecnologico e del tasso di diffusione tecnologica sul mercato, evidenziandone anche i limiti di utilizzo.

h. Descrivere i diversi stadi del ciclo tecnologico.

**2 – La dinamica del successo di un’innovazione**

a. Spiegare i fattori che consentono l’affermazione di un disegno dominante.

b. Spiegare come si formano i mercati “winner-take-all”.

c. Illustrare le diverse componenti del valore offerto al cliente dalle tecnologie, evidenziando come un’innovazione tecnologica può imporsi sul mercato.

d. Descrivere gli elementi che determinano la concorrenza per il disegno dominante nei mercati con esternalità di rete.

e. Illustrare i vantaggi per i first mover.

f. Illustrare gli svantaggi per i first mover.

g. Descrivere i fattori influenti sulla strategia d’entrata ottimale

**3 – Progettare l’innovazione**

a. Descrivere il significato dei termini core competency, core rigidity e capacità dinamiche.

b. Individuare i principali metodi quantitativi per la valutazione dei progetti d’investimento, descrivendone le modalità di utilizzo.

c. Illustrare i principali metodi qualitativi per la valutazione dei progetti d’investimento.

d. Spiegare come la mappa del portafoglio progetti può essere adoperata dalle imprese per gestire lo sviluppo di nuovi prodotti.

e. Descrivere i fattori che possono condurre le imprese allo sviluppo autonomo di nuovi prodotti.

f. Individuare i vantaggi derivanti dalle collaborazioni tra imprese per lo sviluppo di prodotti.

g. Descrivere il ruolo delle alleanze strategiche nello sviluppo di nuovi prodotti, individuando, anche graficamente, i diversi tipi di alleanze.

h. Individuare ed illustrare le varie forme di collaborazione attuabili dalle imprese.

**4 – L’innovazione in azione**

a. Descrivere le principali dimensioni della struttura d’impresa che possono condizionare la capacità innovativa e l’efficacia dei progetti.

b. Illustrare le differenze tra strutture meccaniche e strutture organiche.

c. Descrivere i metodi impiegabili per combinare efficienza e flessibilità nei processi innovativi.

d. Descrivere i diversi approcci maturati nel tempo per la gestione dei processi internazionali di innovazione.

e. Illustrare i principali obiettivi del processo di sviluppo di nuovi prodotti.

f. Descrivere le differenze tra processi di sviluppo sequenziali e paralleli.

g. Evidenziare il ruolo del project champion nello sviluppo di nuovi prodotti.

h. Individuare i principali strumenti per il miglioramento dello sviluppo di nuovi prodotti.

i. Illustrare i criteri da utilizzare per la definizione dei team di sviluppo di nuovi prodotti.

j. Individuare i diversi tipi di team per lo sviluppo di nuovi prodotti.

k. Spiegare il significato di team virtuali e le modalità per gestirli.

**5 – Dall’idea al mercato: Il Marketing dei prodotti innovativi**

a. Descrivere gli elementi del marketing dell’innovazione.

b. Spiegare il ruolo del licensing e della compatibilità nell’influenzare le scelte di marketing innovativo.

c. Individuare le principali strategie di prezzo per il lancio di innovazioni.

d. Descrivere le strategie per la distribuzione delle innovazioni.

e. Illustrare il ruolo della comunicazione nel lancio di nuovi prodotti.