

INSEGNAMENTO: Sociologia dell'innovazione (SPS/07 – CFU: 6)

DOCENTE: Barbara Sena (barbara.sena@unitelmasapienza.it)

TUTOR: Annunziata Alfano (annunziata.alfano@unitelmasapienza.it)

1. CONOSCENZE E COMPETENZE DA ACQUISIRE

1. *Conoscenza e capacità di comprensione*

Il corso affronta le principali tematiche del rapporto tra innovazione e società fornendo una presentazione di base delle principali teorie, problemi e strumenti per la comprensione, dalla prospettiva sociologica, dei fenomeni e dei processi di innovazione sociale ed economica.

2. *Conoscenza e capacità di comprensione applicate*

Lo studente sarà in grado di sviluppare la riflessione sulle innovazioni, sui processi sociali e istituzionali che le determinano, al fine di promuovere la capacità di analizzare come diversi fattori tra cui le relazioni tra gli attori, le condizioni istituzionali e normative, i sistemi capitalistici e i modelli di impresa, possono condizionare lo sviluppo di innovazione in ambito socio-economico.

3. *Autonomia di giudizio*

Al termine del corso lo studente avrà la capacità di valutare in modo più interdisciplinare e critico i differenti modelli e significati di innovazione da una prospettiva sociologica.

4. *Abilità comunicative:*

Gli studenti acquisiranno il linguaggio tecnico tipico della disciplina per comunicare in modo chiaro e senza ambiguità con interlocutori specialisti e non specialisti.

5. *Capacità di apprendere:*

Il corso fornisce le capacità e le conoscenze adeguate ad approfondire in modo autonomo le principali tematiche della disciplina soprattutto nei contesti lavorativi in cui gli studenti si troveranno ad operare.

2. PROGRAMMA / CONTENUTI

Obiettivo del corso è quello di fornire allo studente una visione non strettamente economica né tecnica dell'innovazione, bensì focalizzata sui fattori sociali, istituzionali e culturali che determinano i processi di innovazione o ne impediscono la realizzazione, in settori e attività produttive e organizzative differenti.

Nella prima parte saranno presentate le principali teorie sociologiche che hanno affrontato il tema dell'innovazione, partendo da autori classici come Smith, Marx, Durkheim, Weber e Schumpeter fino ad arrivare alle teorie più contemporanee sui modelli di innovazione.

Nella seconda parte si tratteranno le tematiche più specifiche dell'*innovation* come l'invenzione, la creatività, i sistemi di innovazione nazionali, regionali e locali, i distretti dell'*high-tech*.

L'ultima parte sarà dedicata ad approfondire le sfide del futuro dell'innovazione, applicata a temi emergenti come le start up, lo sviluppo tecnologico, le reti di imprese.

3. TESTI DI STUDIO

Si ricorda che la preparazione all'esame comporta, oltre alla visione delle videolezioni, anche l'approfondimento attraverso lo studio di testi universitari.

Testi d'esame consigliati per la preparazione dell'esame:

- 1) Ramella F. (2013), *Sociologia dell'innovazione economica*, Bologna, il Mulino. Costo: 24 euro.

Un testo a scelta tra i seguenti due:

- 1) Abirascid E. (a cura di) (2015), *L'innovazione che non ti aspetti. Contesti e visioni per l'impresa*, Milano, FrancoAngeli. Costo 28 euro.
- 2) Mazzucato M. (2014), *Lo stato innovatore*, Bari, Laterza. Costo 18 euro.

Ulteriori letture di approfondimento saranno consigliate alla fine di ciascuna videolezione e nell'ambito delle *e-tivities* organizzate durante l'a.a.

4. METODO, STRATEGIE E STRUMENTI DIDATTICI

La metodologia didattica prevede i seguenti strumenti:

- videolezioni in modalità e-learning, supportate da slides, progettate per offrire una sintesi, ma soprattutto la sequenza logica dei temi e delle argomentazioni trattati.
- Studio dei testi consigliati a integrazione delle videolezioni.
- E-tivities (webinar, wiki, forum, etc.) di approfondimento e di esercitazione sul programma di esame e di approfondimento su specifici temi e/o ricerche empiriche di attualità, aventi lo scopo di ricostruire l'intero percorso di ricerca e di illustrare come, a partire dal problema iniziale, si perviene a specifici risultati di ricerca e alla loro interpretazione.

Le e-tivities proposte offrono un'occasione per interagire direttamente con il docente, il tutor e i colleghi per discutere e approfondire temi, problemi e punti di vista sulle questioni oggetto dell'insegnamento.

5. PROVE DI VERIFICA DELLE CONOSCENZE ACQUISITE E/O AUTOVALUTAZIONE

Nella bacheca del corso lo studente potrà verificare le conoscenze acquisite attraverso dei quiz di autovalutazione relativi ai contenuti delle videolezioni e dei testi d'esame.

6. MODALITÀ DI VALUTAZIONE FINALE DELL'APPRENDIMENTO

La valutazione dell'apprendimento viene effettuata attraverso un esame orale che si compone di tre domande principali tratte dal programma del corso.

Nell'ambito di ciascuna domanda il docente cercherà di capire il livello di preparazione, approfondimento e chiarezza espositiva, ponendo eventualmente altre domande più specifiche e focalizzate sugli argomenti richiesti. A ciascuna delle tre domande principali viene attribuita una valutazione da 0 (nessuna risposta e/o risposta completamente errata) a 10 (risposta pienamente corretta, precisa, completa e con appropriatezza di linguaggio).

La valutazione tiene conto non soltanto del livello di conoscenza degli argomenti trattati, ma anche della competenza argomentativa.

Nella valutazione finale saranno inoltre valorizzati eventuali bonus acquisiti dallo studente attraverso la didattica interattiva.

7. MODALITÀ E CONTESTI DI APPLICAZIONE PROFESSIONALE DELLE CONOSCENZE ACQUISITE

Il corso fornisce le conoscenze sociologiche necessarie per sviluppare competenze gestionali, manageriali e imprenditoriali nell'ambito di organizzazioni private e amministrazioni pubbliche. I contenuti del corso potranno essere applicati nei ruoli in cui è necessario conoscere il funzionamento dei mercati, i diversi modelli di impresa e le tipologie di innovazione nei diversi ambiti della produzione economica.