



Finanziato
dall'Unione europea
NextGenerationEU



Forma Camera
Azienda Speciale
Camera di Commercio Roma

Innovation and Digital Transformation Manager Course

FORMAZIONE AVANZATA PER GUIDARE L'INNOVAZIONE E ACCELERARE LA TRASFORMAZIONE DIGITALE DELLE IMPRESE

Programma

1° Edizione On Line

- ✓ **Lunedì 07 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 1 – Fondamenti dell'Innovazione e della Trasformazione Digitale**
- ✓ **Mercoledì 09 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 2 – Governance Strategica dell'Innovazione e Modelli Organizzativi**
- ✓ **Lunedì 14 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 3 – Flussi Organizzativi, Customer Experience e Omnicanalità**
- ✓ **Mercoledì 16 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 4 – Marketing Digitale e Architetture Dati a Supporto dell'Innovazione**
- ✓ **Lunedì 21 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 5 – Certificazioni ISO per l'Innovazione e Standard di Riferimento**
- ✓ **Mercoledì 23 Luglio – 9.30 – 13.30 | MODULO 6 – Finanza Agevolata, Venture Building e Innovazione Sostenibile**

ISCRIVITI

[HTTPS://WWW.ROMEDIGITALHUB.COM/INNOVATION-AND-DIGITAL-TRANSFORMATION-MANAGER/](https://www.romedigitalhub.com/innovation-and-digital-transformation-manager/)

Per coloro che hanno necessità di supporto durante la fase di iscrizione è a disposizione il servizio di assistenza da attivare inviando una mail inserendo i riferimenti (nominativo e telefono) per essere ricontattati

@progetti@formacamera.it



INNOVATION AND DIGITAL TRANSFORMATION MANAGER COURSE

1° Edizione

MODULO 1 - Fondamenti dell'Innovazione e della Trasformazione Digitale

07 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Inquadrare teoricamente il concetto di innovazione e trasformazione digitale
- Capire i paradigmi che hanno ridefinito il contesto industriale
- Analizzare gli impatti economici e organizzativi delle trasformazioni digitali

Contenuti della lezione:

1. Definizioni e ambiti dell'innovazione:

- Innovazione tecnologica, organizzativa, di prodotto, di processo
- Innovazione incrementale vs. radicale vs. disruptive
- Il ciclo dell'innovazione (invenzione → diffusione → standardizzazione)

2. Trasformazione digitale come fenomeno sistemico:

- Dalla digitalizzazione alla digital transformation
- Caratteristiche di un ecosistema digitale (interconnessione, scalabilità, dati, API, Cloud)

3. Quadro storico e paradigmi evolutivi:

- Industria 4.0, Smart Manufacturing, Servitization
- Paradigma delle piattaforme (Airbnb, Uber, Amazon)

4. Indicatori di maturità digitale:

- Digital Maturity Models (McKinsey, Deloitte, BCG)
- Strumenti per l'autovalutazione della maturità

5. Normative e contesto europeo:

- Programmi UE: Digital Europe, Horizon Europe, AI Act

- Agenda 2030 e transizione sostenibile
- **Output:** Mappa concettuale dei principali modelli teorici e delle normative correlate

MODULO 2 - Governance Strategica dell'Innovazione e Modelli Organizzativi

09 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Approfondire la gestione dell'innovazione a livello aziendale
- Studiare i framework strategici per l'allocazione delle risorse

Contenuti della lezione:

1. Strategia dell'innovazione:

- Approccio top-down vs. bottom-up
- Strategia emergente e deliberate
- Framework: Horizon Model (H1-H2-H3), Innovation Ambition Matrix

2. Modelli di innovazione aziendale:

- Open Innovation (Chesbrough)
- Corporate Venture Capital e Venture Building
- Design Thinking, Lean Startup, Agile

3. Strutture organizzative per l'innovazione:

- Ambidexterity organization
- Innovation lab, incubatori interni, spin-off ; Integrazione con le funzioni esistenti

4. Innovation Portfolio Management:

- Valutazione, prioritizzazione, metriche
- Bilanciamento tra rischio e impatto

5. Governance dell'innovazione:

- Stakeholder mapping
- Innovation board, steering committee; Reporting e accountability

Output: Schema concettuale di un sistema di governance per l'innovazione aziendale

MODULO 3 - Flussi Organizzativi, Customer Experience e Omnicanalità

14 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Analizzare il ruolo dei flussi operativi e relazionali nella trasformazione digitale
- Comprendere i principi della Customer Experience in ottica strategica

Contenuti della lezione:

- 1. Business Process Reengineering:**
 - Metodologie teoriche: Hammer & Champy
 - Relazione tra flussi fisici, digitali e decisionali
- 2. Customer Journey:**
 - Analisi e segmentazione dei touchpoint
 - Differenza tra esperienza transazionale e relazionale
- 3. Teoria della Customer Experience:**
 - Concetto di valore percepito
 - Emotional vs. Functional CX
 - KPI di misurazione: NPS, CSAT, CES
- 4. Digitalizzazione dei flussi informativi:**
 - Data pipeline, API economy, integrazione ERP-CRM
 - RPA e intelligenza artificiale nei processi
- 5. Omnicanalità strategica:**
 - Teoria dei canali integrati
 - Architettura di relazione cliente azienda (fisico + digitale)

Output: Diagramma teorico del Customer Journey con analisi touchpoint

MODULO 4 - Marketing Digitale e Architetture Dati a Supporto dell'Innovazione

16 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Comprendere la struttura teorica del digital marketing moderno
- Studiare il ruolo delle architetture dati nel supportare la personalizzazione

Contenuti della lezione:

1. Digital Marketing Strategy:

- Evoluzione storica: outbound → inbound → conversational
- Funnel teorici: TOFU, MOFU, BOFU
- Attribution Theory

2. Sistemi informativi di marketing:

- CRM, CDP, DMP: definizione e architettura logica
- Ruolo della Business Intelligence e Data Lake

3. Modelli di analisi dei dati cliente:

- Segmentazione predittiva, scoring, LTV
- AI e machine learning nella personalizzazione

4. Branding digitale e contenuti:

- Content strategy e modelli semiotici
- Psicologia dei contenuti visivi e interattivi

5. Misurazione e KPI:

- Modelli teorici per la misurazione dell'efficacia (ROI, ROAS, CAC)
- Balanced Scorecard per il digitale

Output: Mappa delle tecnologie e modelli teorici di marketing digitale

MODULO 5 - Certificazioni ISO per l'Innovazione e Standard di Riferimento

21 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Approfondire la normativa e gli standard ISO collegati all'innovazione
- Contestualizzare le certificazioni nel contesto di governance aziendale

Contenuti della lezione:

1. Panoramica degli standard ISO:

- Logica dei Management System Standards
- Famiglia ISO 56000: introduzione all'Innovation Management System

2. ISO 56001 (sistema di gestione dell'innovazione):

- Struttura, contenuti, principi
- Integrazione con ISO 9001, 27001, 14001

3. Certificazione del ruolo di Innovation Manager:

- Norma UNI 11814
- Competenze, requisiti, responsabilità

4. Altri standard rilevanti:

- ISO/IEC 38500 (governance IT)
- ISO 27001 (cybersecurity)
- Linee guida UNI PdR 125 su parità di genere e innovazione sostenibile

5. Compliance e risk management:

- Governance normativa e sistemi di controllo interno
- Audit e valutazione della conformità

Output: Quadro sinottico delle norme ISO legate all'innovazione

MODULO 6 - Finanza Agevolata, Venture Building e Innovazione Sostenibile

23 Luglio – 9.30-13.30

Obiettivi didattici:

- Esplorare gli strumenti economici e finanziari a supporto dell'innovazione
- Capire come integrare il venture building nella strategia corporate

Contenuti della lezione:

1. Finanza per l'innovazione:

- Crediti d'imposta: R&S, innovazione, formazione 4.0
- Fondi PNRR, Horizon Europe, Digital Europe

2. Finanza agevolata nazionale e regionale:

- Invitalia, Simest, CDP, fondi regionali
- Requisiti e criteri di eleggibilità

3. Venture building corporate:

- Teoria della creazione di venture interne
- Startup Studio, incubatori, innovation hub

4. ESG e innovazione sostenibile:

- Integrazione SDGs e Agenda 2030
- Indicatori ESG e rendicontazione non finanziaria

5. Analisi di sostenibilità economica dell'innovazione:

- Modelli teorici di ROI e payback
- Risk analysis nei progetti innovativi

Output: Matrice delle leve finanziarie e dei modelli di venture building applicabili