

La sfida della trasformazione digitale: l'esperienza in corso di UniSR

Fiorenzo Masetti, Università Vita-Salute San Raffaele
Paola Lazzarini, Cegos Italia

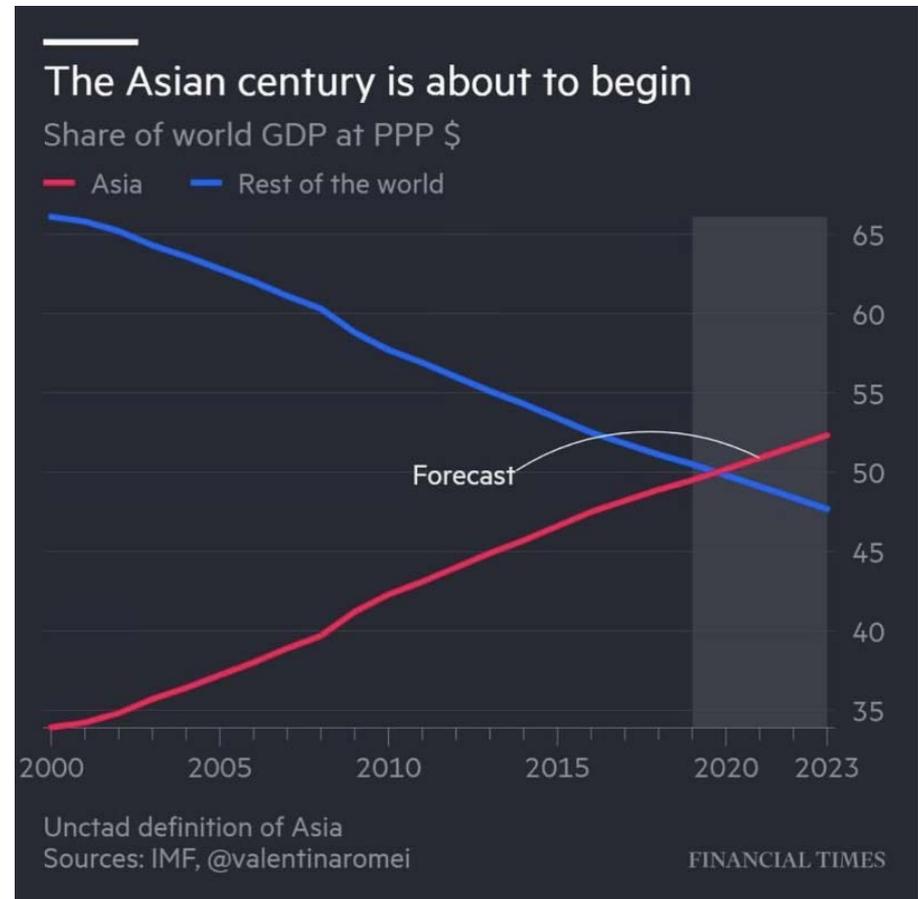




● ●
● ●

Lottare per la
Performance in
un mondo in
rapido movimento

«Il mondo sta disperatamente cercando di trovare nuove modalità per raggiungere più elevati livelli di Performance. L'aggiornamento ed il potenziamento dello **skill-set** tramite il **training** e il **re-training** sono considerati una **leva strategica**, la **Learning Experience**, una **scelta strategica** e la **Digital Learning**, un **mezzo strategico**»



Nota: GDP = Gross Domestic Product – Prodotto Interno Lordo
PPP = Purchasing Power Parity – Parità Poteri d'Acquisto

Social Transformation

- ✓ Soglia di attenzione ridotta
(«*Attention span* » *shrinkage*)
- ✓ Dipendenza dai dispositivi digitali
(*Digital tools addiction*)
 - ✓ Eccesso di informazione
(**Infobesity**)
 - ✓ *Multitasking*
 - ✓ *Migration flows*
- ✓ Focus sui cambiamenti climatici
 - ✓ Incertezza geopolitica



Business Transformation

- ✓ Cicli aziendali ridotti
 - ✓ Sharing economy
- ✓ Globalizzazione e Protezionismo
- ✓ Potenziale per crescita esponenziale
 - ✓ Trasformazione aziendale permanente
- ✓ Abilità di adattarsi ai cambiamenti di business
 - ✓ Eccesso di regolamentazione
 - ✓ Conflitti commerciali
 - ✓ Futuro del lavoro e delle competenze (**AI** e **robots**)
- ✓ Gig economy & extended enterprise
 - ✓ **VUCA** world



«VUCA»

VUCA

Volatile

The environment demands you react quickly to ongoing changes that are unpredictable and out of your control

Uncertain

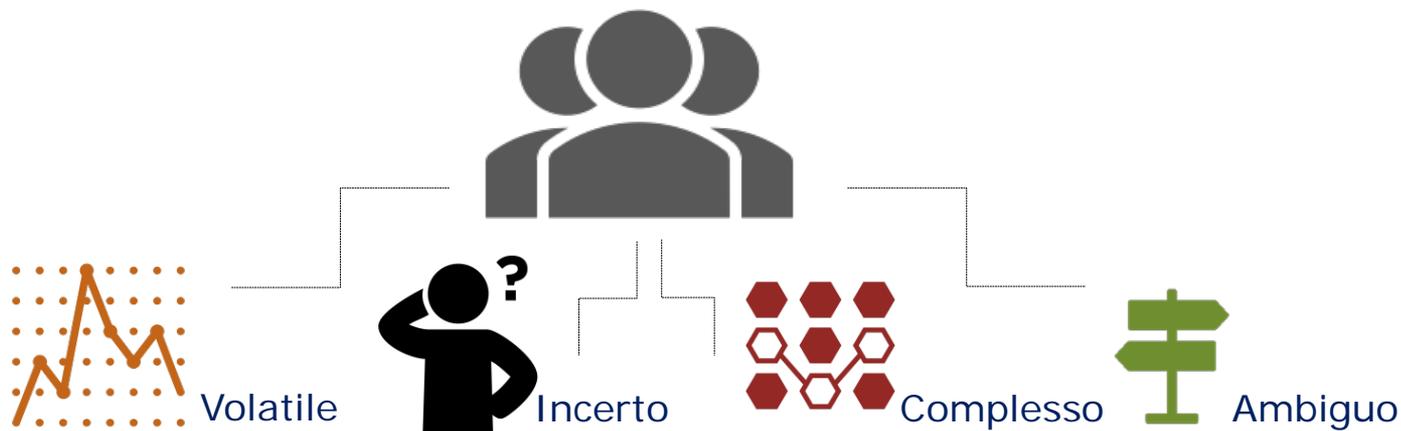
The environment requires you to take action without certainty

Complex

The environment is dynamic, with many interdependencies

Ambiguous

The environment is unfamiliar outside of your expertise

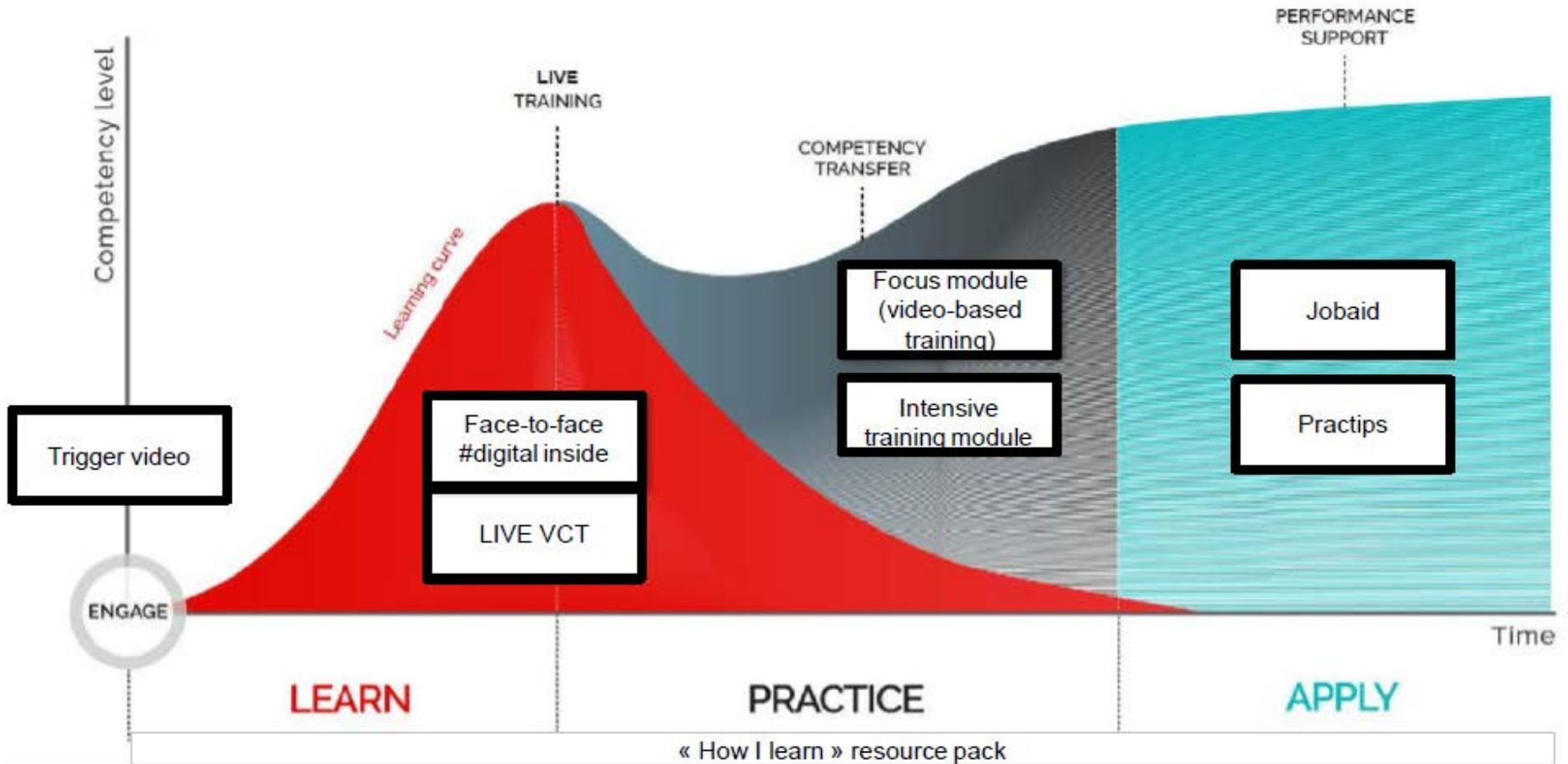


L&D Challenges



- ✓ Breve tempo per la competenza
- ✓ More to train with same budget
- ✓ Nuova cultura di apprendimento e competenze
 - ✓ More global L&D ecosystem
- ✓ Better retention (talents, extended enterprise & customers)
 - ✓ Formazione Permanente
(*Lifelong Learning*)
- ✓ Project management – approccio Agile
 - ✓ Design Thinking
 - ✓ Follow-up education models
- ✓ Esperienza di apprendimento per vincere la competizione

Una serie di *digital learning activities* che includono l'intero processo di apprendimento





Integrated Learner Experience



Individualise/
Adaptive Learning



Video Based Learning



Short Formats



Virtual Classrooms



Multi-device



Virtual Reality



Gamification



Social Learning/
Collaborative Learning



Reinforcement Formats

Digital learning. Why?

ATAWAD 

AnyTime 

AnyWhere 

AnyDevice 

Digital learning. Why?

Personalisation to
generate
engagement



Digital learning Why?

Respect digital
habits
and follow-up from
Education/University



Digital Learning. Why?



Humanification 4.0

**Focus on people
and how they
learn!**

Il contesto

- «*Digital is here and it's here to stay*»¹
- «*ATAWAD concept*»
- «*VUCA*»
- La Generazione Z



«*Digital is here and it's here to stay*»¹

Esprime compiutamente il contesto attuale in cui noi e le nostre rispettive organizzazioni operano:

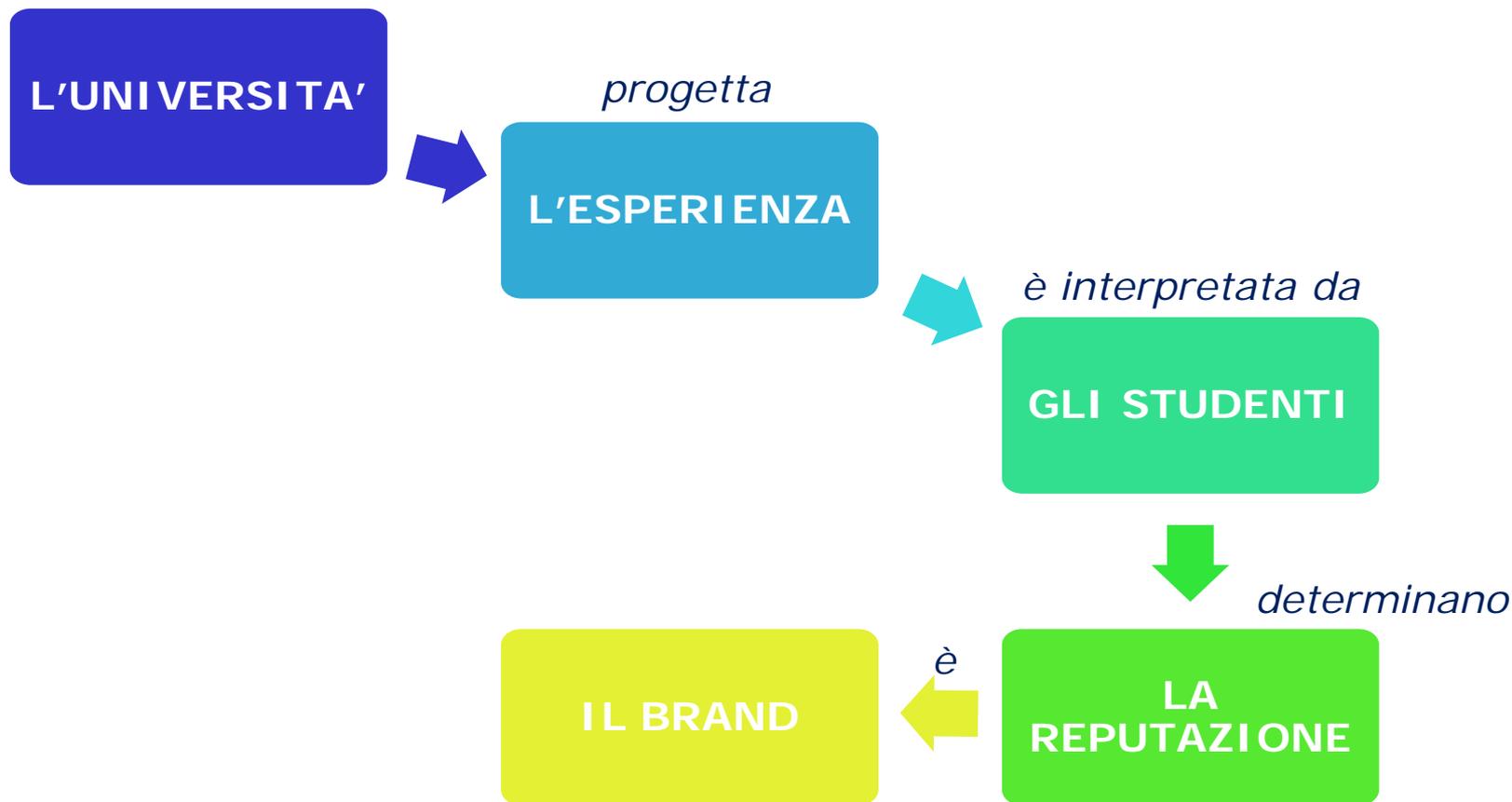
1. I **dispositivi mobili** sempre **connessi** sono **onnipresenti**
2. I **social media** sono diventati per molti, il **primo mezzo di comunicazione**
3. La **disponibilità di APP**, la potenza di calcolo in «**cloud**» e la tecnologia «**always on**» sono i **fattori tecnologici** che hanno maggiormente guidato il **cambiamento** nel corso degli ultimi anni
4. Le nuove tecnologie basate sull'**Artificial Intelligence** hanno permesso l'attivazione di "**chat bot**", sistemi di traduzione simultanea nonché la creazione di laboratori virtuali che hanno semplificato il lavoro umano

¹Fonte: «The 2018 digital university Staying relevant in the digital age» - PwC UK

***“ ...niente di più lontano dalla realtà,
oggi, l’immagine del “tempio del sapere,
dell’eburneo fortino
che custodiva tutte le risposte”.***

*Rettore Giuseppe Novelli di Università degli Studi di Roma «Tor Vergata»
Il Sole 24 Ore, agosto 2017*

Dall'esperienza alla reputazione



Quali sfide per le Università?

La **Unique Value Proposition (UVP)** è la **principale promessa di valore legata al posizionamento dell'Ateneo**, quella che più di tutto lo **identifica** e lo **differenzia**.

La **UVP** è **cambiata** ed è cambiata anche in funzione del fatto che le **aspettative** dei suoi **stakeholders** sono **variate**:



NUOVI Approcci
NUOVI Processi
NUOVI Strumenti

Con quale approccio?

2 **Human Centered Approach**
«alle persone, per le persone»

1 *cambiamento del sistema,
della struttura organizzativa,
della modalità in cui
l'organizzazione lavora*

3 **Ottica Comprehensive**
*riguarda l'intero Ateneo nel
suo complesso*

Agile Mindset

paradigma organizzativo di «**Autonomia Condivisa»
che consiste nella **capacità di ripianificare, riadattare,
cambiare rapidamente** struttura, processi, ruoli,
competenze e tecnologie per **cogliere le opportunità
esistenti e produrre maggior valore****

4 **Bottom UP**
*dal basso verso l'alto,
coinvolgimento diretto*

5 **Tecniche multidisciplinari
ed integrate**
*Design Thinking, Lean
Startup, Agile Approach*

La Digital Transformation

1. Applicarla significa adottare un ***Mindset Agile***
2. Determina una **scelta strategica** per gli Atenei: diventare un **Campus digitale** vuol dire **abbracciare una strategia globale**, ovvero esserne parte **integrante omogeneizzando e diffondendo le competenze**
3. Comporta l'**aumento** delle **informazioni** a disposizione, aprendo a **nuovi scenari: informazioni facilmente reperibili**, monitorabili ***real-time*** e in grado di **supportare il Management** affinché possa intervenire tempestivamente prendendo le **decisioni** corrette (*datalake e dashboard*)

Fattori critici di successo



1. Comprendere che la **Digital Transformation** riguarda **l'intera Università e non solo il settore IT** (effetto ***DISRUPTIVE***)
2. Collegare tutte le **attività digitali** alla **Missione** ed alla **strategia** dell'Università
3. Costituire un **“nocciolo duro” di persone** in grado di cavalcare la Digital Transformation ed il **cambiamento** conseguente
4. Avere le **capacità di focalizzarsi costantemente** sui **bisogni degli studenti**, adottando un **approccio flessibile e plastico** nei confronti del cambiamento

Quali impatti?

1

Didattica



«ex cathedra»

*Summative
Assessment*



«project based»

*Formative
Assessment*



2

Ricerca



Collaborazione a distanza docenti/gruppi di ricerca
Ricerca di materiale accademico via web
Creazione di database

3

*Processi
di
supporto*



Revisione dei processi interni a favore di
efficacia, efficienza e agilità

Quali conseguenze?

1

Nuovi prodotti della didattica e della ricerca



Corsi online, Moocs



Artificial Intelligence



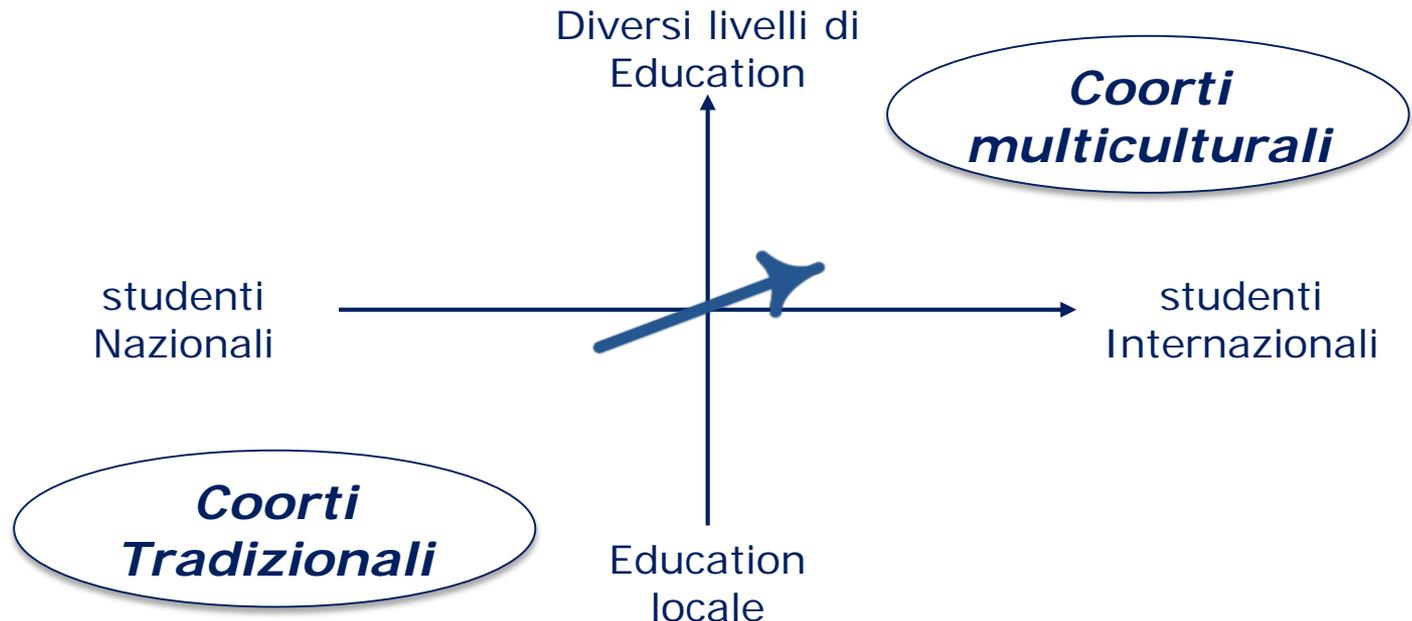
Lifelong learning



Repository di materiali online

2

Gestione della multiculturalità (studenti esteri)

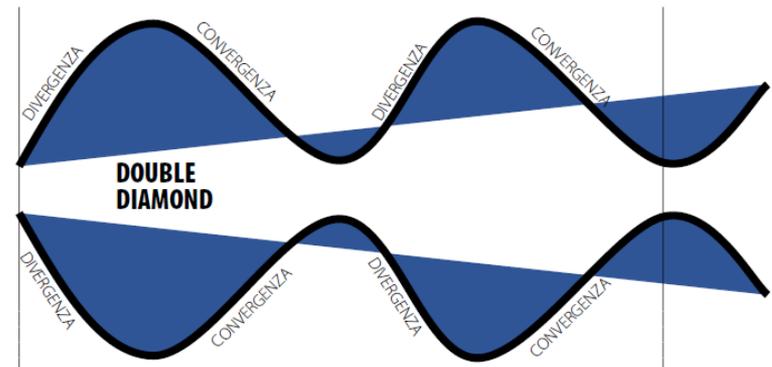
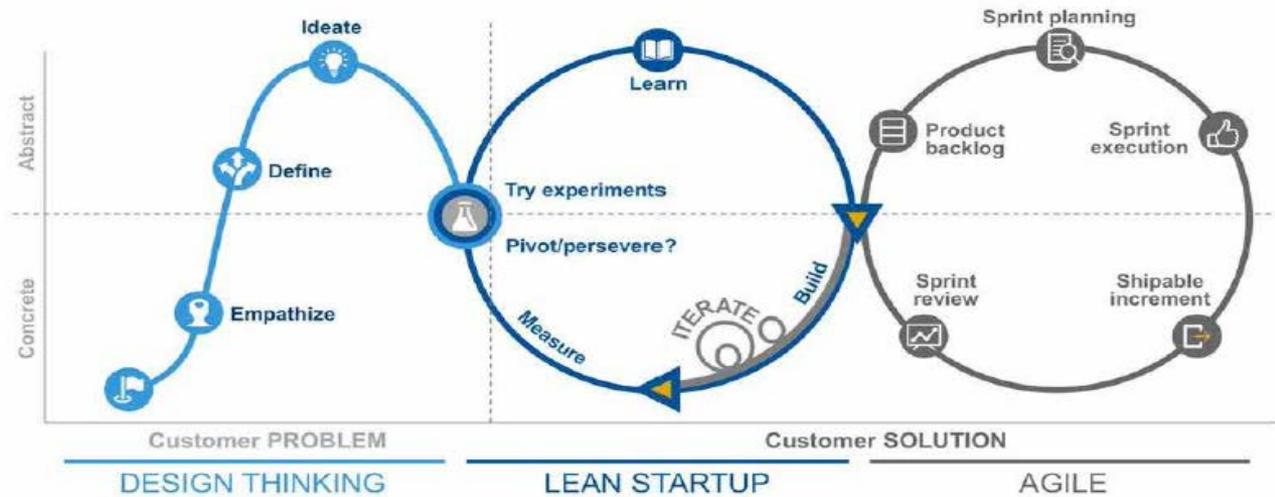


Quali impatti?

3

*Nuovi
metodi
per la
gestione
dei
processi
di
supporto*

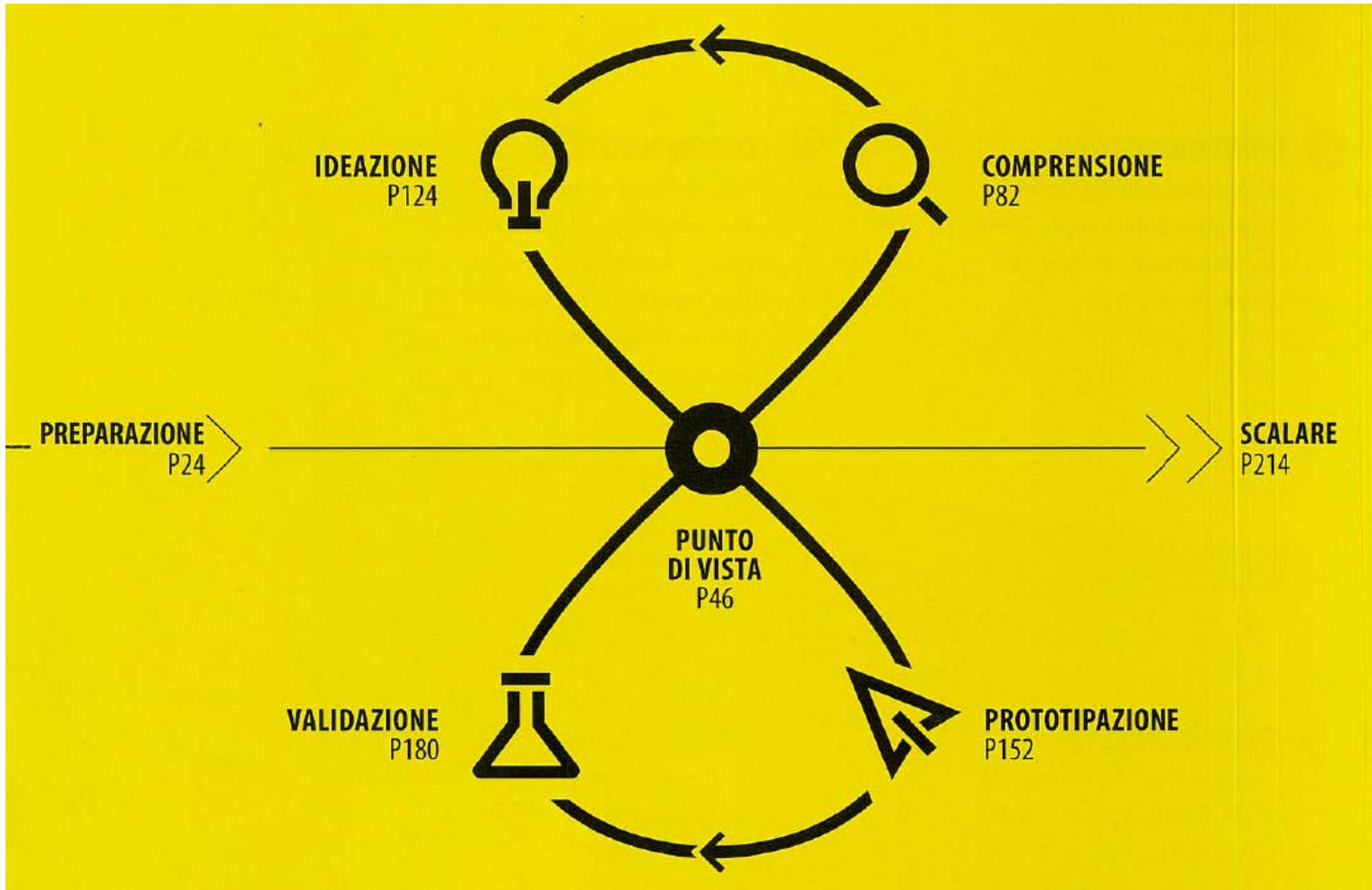
Combine Design Thinking, Lean Startup and Agile





Fattori chiave

1. **Le persone al centro**
2. **Creatività**
3. ***Hands - on* (approccio pragmatico, concreto e partecipativo)**
4. **Iterazione**

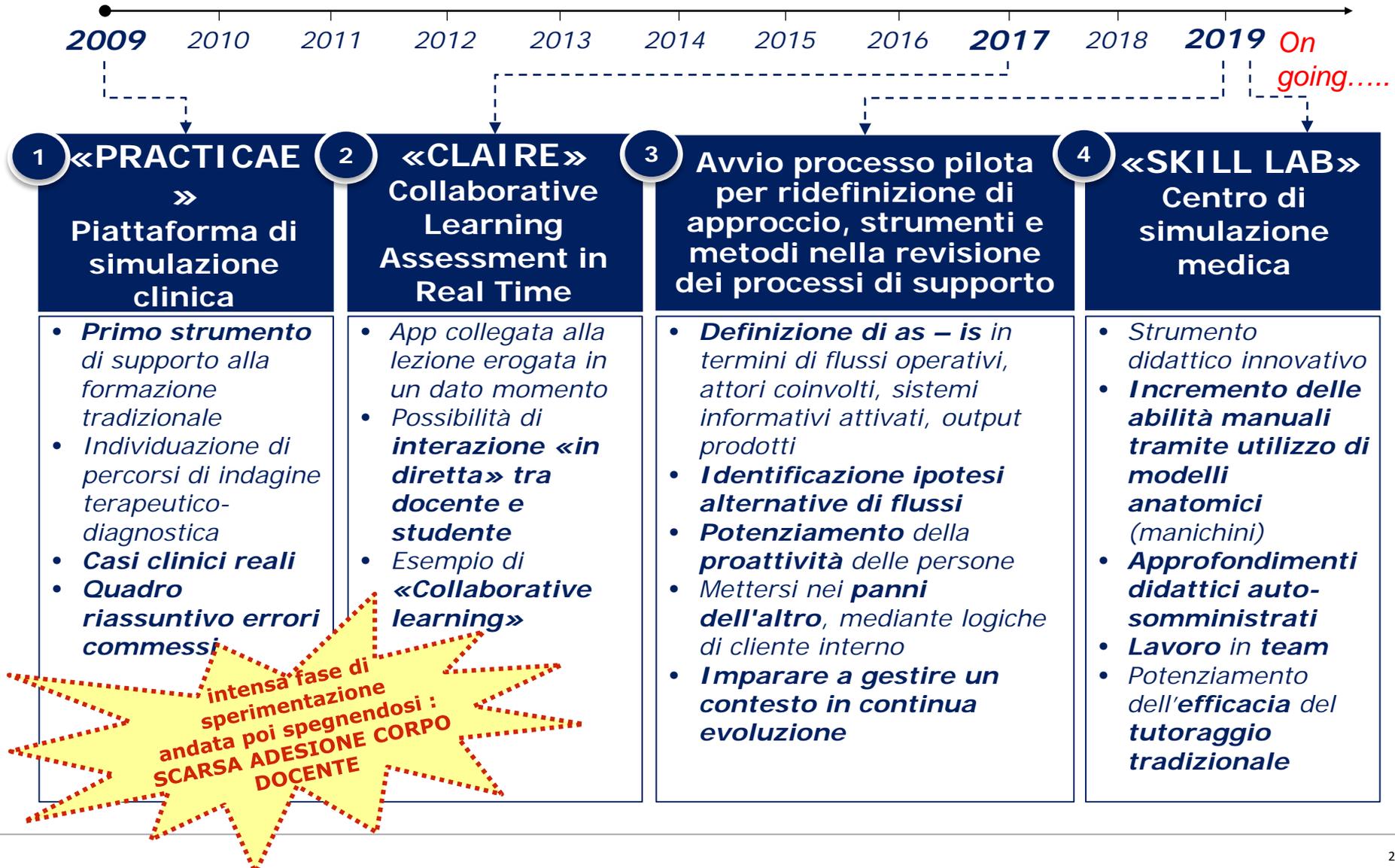


²Fonte: «Design a Better Business» - Patrick Van Der Pijl, Justin Lokitz, Lisa Kay Solomon, Erik Van Der Plujm, Maarten van Lieshout – Franco Angeli

Fattori chiave

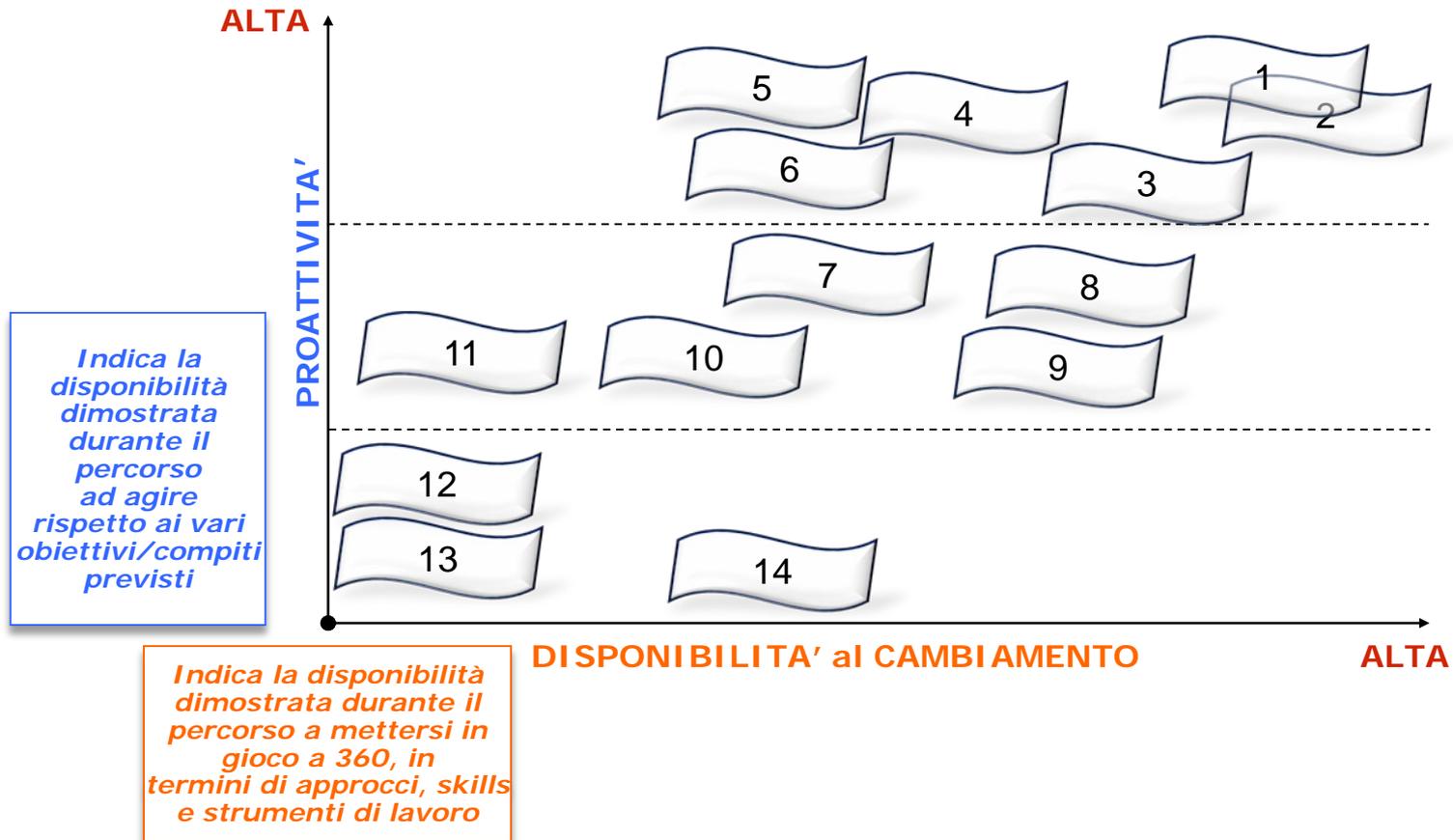
<p>1</p> <p>PORRE LE PERSONE AL CENTRO</p> 	<p>Partire dai bisogni o da ciò che le persone cercano. Le loro motivazioni e ciò che tentano di risolvere. L'empatia è la chiave. È l'abilità di capire e condividere i sentimenti degli altri.</p>
<p>2</p> <p>CREATIVITA'</p> 	<p>Il Design Thinking stimola ad esaminare diverse situazioni e a raggiungere e sviluppare soluzioni differenti alle alternative esistenti. Non esiste un'unica soluzione giusta. L'abilità è quella di stimolare l'ideazione e sviluppare tante diverse alternative (idee coraggiose/fattibili/impossibili/ pessime). Serve un mindset creativo e ottimista.</p>
<p>3</p> <p>HANDS ON</p> 	<p>La prototipazione dà forma e funzione alle idee. In altre parole, l'idea si trasforma in realtà. Gli eventuali fallimenti sono parte necessaria del processo.</p>
<p>4</p> <p>ITERAZIONE</p> 	<p>Lo sviluppo è innegabilmente iterativo e si basa sul ciclo «<i>capisci, crea, impara</i>».</p>

L'esperienza in corso di UniSR



L'esperienza in corso di UniSR: Risultato

MATRICE del CAMBIAMENTO



Conclusioni (1)

Il cambiamento di qualsiasi natura e tipologia, è tanto popolare quanto complicato da attuare: **cambiare è fastidioso.**

Ogni **cambiamento di tipo bottom up**, prevede una **fase critica iniziale che potrebbe inficiare il miglioramento delle performance.**

Fattori critici di successo



1. Costituire un **team di poche persone**
2. Selezionare le **persone rispetto all'engagement** piuttosto che alle competenze
3. Definire il funzionamento del team con azioni di **team building**
4. Comunicare un **obiettivo/visione** e **procedere a piccoli passi** ma **frequenti**
5. Comunicare i **piccoli successi** all'interno dell'**organizzazione**

Conclusioni (2)

La sfida nell'era digitale per le nostre Istituzioni è quella di trasformare i nostri studenti in ***“advocates”*** della propria Università.

Si tratta di ***capitalizzare la loro “felicità”*** per **promuovere**, attraverso la loro esperienza diretta e le loro connessioni umane, **I'Ateneo**.

Gli studenti creano contenuti coinvolgenti



3 fonti
di contenuti

Qualsiasi tipo di contenuto (post nei [blog](#), contributi a [wiki](#), discussioni nei [forum](#), [post](#) nei [reti sociali](#) e tweet, [podcast](#) e altri tipi di file audio, immagini e video digitali) creato dagli studenti UNISR e pubblicato in [Internet](#), spesso reso fruibile tramite le piattaforme di social networking



Grazie per l'attenzione!

