

MASTER in

Behavioral Design

for public utilities and services



Behavioral Design for public utilities and services.

Designing, nudging and boosting organizational change.

Il Master consentirà di apprendere e sviluppare le nuove competenze delle scienze comportamentali relative al design ed all'implementazione dei servizi privati e pubblici prodotti dalla Pubblica Amministrazione e dalle imprese.

Di cosa si tratta e perché?

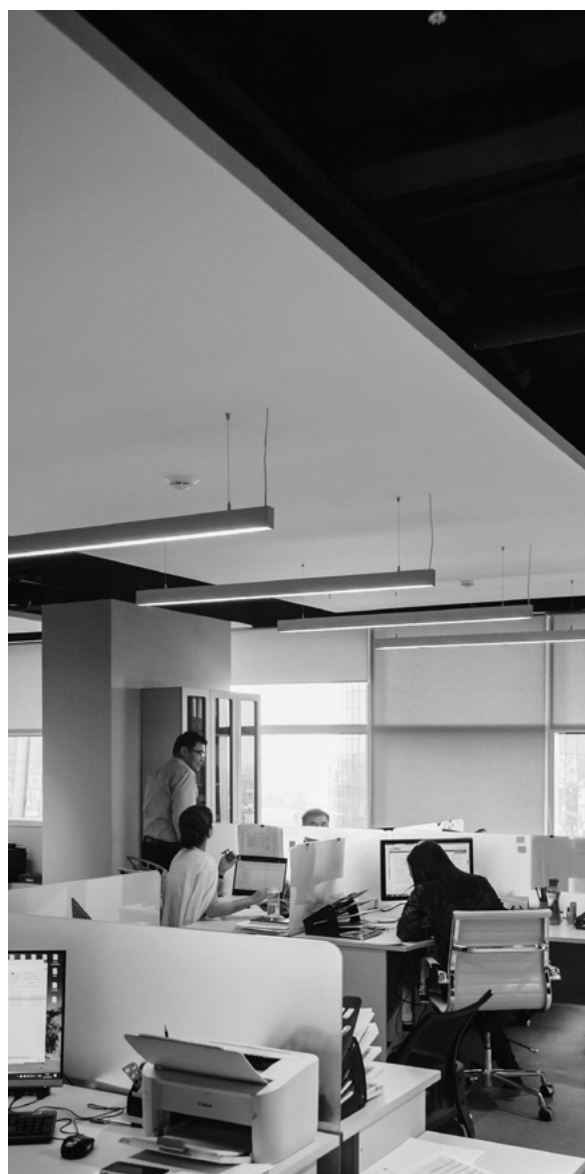
Cosa significa Behavioural Design dei servizi? E perché è importante per le aziende e l'Amministrazione Pubblica? Se si vuole far funzionare i servizi pubblici erogati da aziende come nel caso dei trasporti, energia ed ambiente o da strutture pubbliche, come nel caso della sanità, assistenza e fisco bisogna progettargli e realizzarli in modo da promuovere comportamenti adeguati sia negli erogatori che negli utenti. Behavioral Design & Design Thinking uniti hanno proprio questo obiettivo: sulla base di come funziona la mente umana del produttore e dell'utente fornire tecniche comportamentali per potenziare l'efficacia dei servizi offerti. In altre parole, un obiettivo di "ergonomia cognitiva" nei confronti del produttore e dell'utente. Ciò è diventato ancora più rilevante per realizzare gli scopi di sostenibilità ambientale, sociale e sanitaria che devono caratterizzare i servizi pubblici e, sempre di più, anche le aziende private.





Il Master introdurrà alle conoscenze e tecniche elaborate dall'economia comportamentale e cognitiva dei Premi Nobel per l'economia Herbert Simon, Daniel Kahneman e Robert Shiller ed alle sue applicazioni alle politiche e servizi pubblici, all'organizzazione, al marketing ed alla comunicazione. Il riferimento va ai modelli del Nudge elaborati dal Premio Nobel per l'Economia Richard Thaler e del giurista di Harvard Cass Sunstein, ai modelli di Boost introdotti dagli scienziati cognitivi Gerd Gigerenzer e Ralph Hertwig direttori del Max Planck Institute for Human Development di Berlino, alle proposte di Bran e di comunicazione pubblica di Riccardo Viale e Laura Macchi dell'Università di Milano-Bicocca.

I partecipanti apprenderanno le metodologie applicative del Design Thinking per la soluzione di problemi complessi attraverso tecniche e strumenti di lavoro di gruppo. L'obiettivo formativo del Master è di creare e potenziare figure professionali come esperti di pianificazione strategica, responsabili organizzativi e delle risorse umane, esperti di comunicazione e marketing, coordinatori di team di pensiero creativo.



Percorso personalizzato

Il Master si svolge al venerdì e al sabato full time e viene erogato in forma mista: parte in presenza e parte online in modalità sincrona.

È particolarmente indicato per studenti, laureati part time, professionisti e dipendenti che intendono migliorare il proprio background di competenze.

Le classi prevedono un massimo di 30 studenti per ottimizzare il contatto tra docenti e studenti.

Approccio reale

Il corso ha una impronta estremamente pratica e si basa su esperienze reali. La metodologia Design Thinking, sviluppata al Politecnico di Milano, avvicina gli studenti alle metodologie e agli strumenti più utilizzati nelle aziende nazionali e internazionali.

Multidisciplinarietà

Il Master ha un approccio multidisciplinare che comprende conoscenze relative alle scienze comportamentali e metodologie proprie del Design Thinking.

L'insieme dei due ambiti consente sia di comprendere in profondità le esigenze degli utenti e dei consumatori sia di progettare gli interventi più consoni per la promozione di comportamenti finalizzati al benessere e alla soluzione di problemi.



Promotori

Il corso nasce dalla collaborazione tra l'Università degli Studi di Milano-Bicocca e POLI.design, Consorzio del Politecnico di Milano.

Università degli Studi di Milano-Bicocca

Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie di Impresa (DEMS) & Dipartimento di Psicologia

Entrambi i dipartimenti sono stati eletti per due volte consecutive dal MUR Dipartimenti di Eccellenza per il livello outstanding della produzione scientifica e dell'attività didattica. I due dipartimenti hanno dato origine al centro di ricerca BIB-Behavioral Insights Bicocca che rappresenta una delle prime iniziative europee di studio comportamentale delle politiche pubbliche. Il BIB collabora al Dottorato sulla Pubblica Amministrazione promosso dalla Università di Milano-Bicocca che include varie altre università italiane. Esso rappresenta il primo dottorato in Italia sulla PA ed include la formazione sugli aspetti comportamentali delle politiche pubbliche e della P.A.

POLI.design

Secondo il QS World University Rankings 2023 il Politecnico di Milano è all' 8° posto nel mondo e primo in Italia nell'area tematica Art & Design. POLI.design fa parte del Design System del Politecnico di Milano, insieme alla Scuola di Design, al Dipartimento di Design, alla Scuola di Dottorato di Ricerca in Design, ai Laboratori che insieme rappresentano uno dei più importanti organismi universitari nel campo del design a livello internazionale. POLI.design è stato fondato dal Politecnico di Milano nel 1999 ed è un polo di risorse, competenze, strutture e laboratori tra i più prestigiosi al mondo. (www.polidesign.net/it)



Nudge

La Teoria del Nudge è stata introdotta all'Università di Harvard e Chicago nel 2008.

Essa utilizza le conoscenze della economia comportamentale e delle scienze cognitive su come funziona la mente umana, per progettare interventi pubblici che possano migliorare il benessere dei cittadini. Due sono le modalità: aiutandoli ad evitare errori decisionali che siano contrari al loro benessere; utilizzando le tendenze comportamentali automatiche dell'individuo per spingerlo verso scelte nel suo interesse.

Il Nudging trova ampia applicazione in tutte le aziende di servizi pubbliche e private per migliorare sia i rapporti con l'utenza sia l'ambiente di lavoro.



Design Thinking

Il concetto di Design Thinking viene codificato all'inizio degli anni 2000 presso l'Università di Stanford in California.

Rappresenta un approccio innovativo all'innovazione che si basa sulle capacità di risolvere problemi complessi utilizzando metodi per una visione e una gestione creativa.

Il Design Thinking aiuta le imprese a rendere più efficienti e appetibili i servizi offerti e consente di risolvere problemi organizzativi interni. Ottiene questi risultati grazie agli strumenti tipici del Design, indirizzando le competenze manageriali e le capacità della struttura interna verso l'individuazione e risoluzione dei bisogni della clientela.

Il corso

Il corso è destinato a studenti con diversi background, che condividono l'interesse e la passione per il design delle politiche pubbliche e dei servizi, e che intendono approfondire, introdurre, utilizzare nuove metodologie di adeguamento, pianificazione di interventi nei servizi al cittadino basati sull'analisi comportamentale e sulla sua applicazione.

Il corso unisce le più recenti metodologie dell'analisi comportamentale – il NUDGING - e della sua progettazione pratica – il DESIGN THINKING.

Il Master è erogato in lingua italiana

Per chi?

Il Master è rivolto a laureati, professionisti, dipendenti e decisori sia pubblici sia industriali e aziendali che abbiano una mentalità innovativa e che desiderino, da un lato, acquisire una conoscenza approfondita dei diversi approcci sul pensiero progettuale degli insight comportamentali e, dall'altro, acquisire una capacità progettuale di nuove soluzioni che vadano oltre gli strumenti tradizionali.

Il Master si rivolge a tutti i laureati in possesso di titolo di laurea triennale, magistrale o equipollenti.

Il Master è indirizzato a tutti coloro che intendono sviluppare il proprio percorso professionale nelle seguenti aree: Strategia, Pianificazione, Marketing, Rapporti con l'utenza, Risorse umane.

I partecipanti con un impiego o con una esperienza lavorativa otterranno, nel frequentare il Master, un insieme di competenze che li agevolerà nella valorizzazione della carriera professionale.

Carriera Lavorativa

Il Master formerà la figura professionale del Behavioral Designer for public utilities and services, una competenza che attualmente è fortemente richiesta all'interno delle amministrazioni pubbliche, nelle società erogatrici di servizi pubblici (utilities) e nelle aziende private di servizi al cittadino (banche, assicurazioni, ecc.)

Il Behavioral Designer for public utilities and services ricoprirà il ruolo di riorganizzatore nelle erogazioni dei servizi e delle relazioni con i clienti migliorando il rapporto e le interfacce con l'utenza grazie all'individuazione delle necessità degli utilizzatori.

Il Behavioral Designer trova ampia collocazione anche nelle divisioni di gestione del personale e del welfare aziendale individuando i principali vincoli che impediscono il raggiungimento degli obiettivi aziendali nel campo della sicurezza, della riduzione degli sprechi, dell'ecologia, del benessere dei lavoratori.

I recenti rapporti di 'The World Economic Forum' sottolineano la crescente importanza delle professioni basate proprio sulle soft skill:

Analytical Thinking

Creative Thinking

Strategic Design

Service Design

Interaction Design

Struttura

Il Master è progettato per essere svolto sia da laureati con lavori part-time o altri impegni sia da regolari dipendenti. Il corso si svolge 2 giorni full time a settimana (venerdì e sabato), la frequenza minima obbligatoria è del 75%.

Il Master adoterà una prospettiva interdisciplinare che integra in modo approfondito da un lato gli approcci teorici dell'Economia Comportamentale e delle Scienze Cognitive (sviluppate principalmente presso Università di Milano-Bicocca); dall'altro l'ambito applicativo delle stesse utilizzando le metodologie del Design Thinking (sviluppate principalmente presso il Politecnico di Milano).



Due le macroaree di intervento:

1) NUDGING ED ECONOMIA COMPORAMENTALE

2) DESIGN THINKNG

Gli ambiti di applicazione privilegiati sono quelli in cui è maggiore l'impatto per questo tipo di strategia:

- > L'ambiente (es. dall'efficienza energetica alla sostenibilità);
- > La salute (salute pubblica ed epidemie, miglioramento delle prestazioni delle Politiche pubbliche nell'erogazione dei servizi sanitari);
- > La mobilità (integrazione e organizzazione intermodale, ottimizzazione dei flussi, modalità sostenibile)
- > Le politiche sociali (inclusione sociale e assistenza, promozione della donazione, educazione).
- > L'integrazione con l'utente.



Syllabus

Contenuti

Decision Making e Problem Solving	<ul style="list-style-type: none">• Sistema duale della mente, errori, distorsioni e bias• Algoritmi ed euristiche decisionali e soluzione dei problemi• Insight problem solving e pensiero produttivo
Economia Cognitiva	<ul style="list-style-type: none">• Razionalità Limitata e satisficing, razionalità adattiva ed ecologica• Euristiche decisionali adattive e Risk Literacy• Embodied cognition e neuroscienze
Economia Comportamentale	<ul style="list-style-type: none">• Programma Heuristics and Biases e teoria del Prospetto• Negoziazione e conflitto. decisioni di gruppo e expertise• Teoria comportamentale della organizzazione e audit comportamentale
Psicologia della Comunicazione	<ul style="list-style-type: none">• Funzione argomentativa e interpretativa, Psicoretorica e Insight Problem solving• Comunicazione pubblica: Nudge e Euristiche comunicative
L'approccio Comportamentale alle policy	<ul style="list-style-type: none">• Nudge Sistema 1 (es. opzioni default) e 2 (es. feedback)• Boost e BRAN (Bounded Rational Adaptive Nudge) e self-nudging• Behavioral Insights e Design Comportamentale
L'economia sperimentale	<ul style="list-style-type: none">• Teoria dei giochi comportamentale• Randomized Controlled Trials e metodo controfattuale• Metodi quantitativi e qualitativi nello studio comportamentale
Regolamentazione e Nudging	<ul style="list-style-type: none">• Risparmio energetico, mobilità sostenibile, rispetto dell'ambiente e consumo consapevole delle risorse naturali• Compliance fiscale, sostenibilità finanziaria, cittadinanza economica• Prevenzione sanitaria, inclusione sociale, promozione dell'istruzione
Design strategico e design dei servizi	<ul style="list-style-type: none">• Implementazione nuovi servizi• Integrazione tra nuovi servizi e mission aziendali• Le interconnessioni e le ricadute nella progettazione dei nuovi servizi
Design thinking	<ul style="list-style-type: none">• Double Diamond• Impact Creativity Canvas• Modelli di business nei servizi• Sprint execution
Costruzione di scenari e Customer experience	<ul style="list-style-type: none">• Metodologie e casi pratici• La digitalizzazione nella verifica della user experience
Company experience	<ul style="list-style-type: none">• Creatività nell'individuazione di nuovi servizi• Soluzioni e comportamenti adottati nelle start up
Workshop	<ul style="list-style-type: none">• Lavori di gruppo sulla creazione, realizzazione e presentazione di un nuovo servizio
Tirocinio aziendale professionalizzante	<ul style="list-style-type: none">• Esperienza lavorativa presso una delle aziende partner
Attività conclusive	<ul style="list-style-type: none">• Presentazione di un project work che comprenderà tutti gli argomenti del corso e del tirocinio

Faculty

DIREZIONE SCIENTIFICA



Riccardo Viale

Riccardo Viale ha sviluppato tra i primi in Europa le tematiche del design comportamentale dei servizi, delle organizzazioni e del nudging. Alla fine degli anni '80 ha introdotto in Italia la economia comportamentale e cognitiva. La MIT Press ha da poco pubblicato il suo libro "Nudging". Ha operato in varie istituzioni accademiche e di ricerca come le Università di Oxford, Columbia, Harvard, Max Planck Institute for Human Development di Berlino e la Chinese Academy of Science di Pechino. Presidente del Behavioral Insights Bicocca e Segretario Generale e Fondatore della Herbert Simon Society. È coordinatore scientifico del Team di Analisi Comportamentale del Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri di Roma.



Francesco Zurlo

Francesco Zurlo, Ph.D., è Preside della Scuola del Design del Politecnico di Milano. I suoi interessi di ricerca si concentrano nella ricerca strategica, sistematica e creativa attraverso il design, focalizzandosi sull'impatto ecologico delle innovazioni aziendali e sul benessere umano. Il professor Zurlo è fondatore e direttore di Cl.Lab (unità di ricerca del Dipartimento di Design, rivolta alla ricerca sulle dinamiche e sulla competitività delle industrie creative), è membro del comitato scientifico dell'Osservatorio Design Thinking for Business della School of Management del Politecnico di Milano, e di ADI Index (la più importante organizzazione per la valutazione del miglior design in Italia). È direttore dell'Executive Master in Design Strategy and System Innovation, co-direttore del Master in Strategic Design e del Master in Furniture Design del Politecnico di Milano. È autore di numerose pubblicazioni internazionali su design strategico, design driven innovation, design per l'organizzazione.

Faculty

DIRETTORI



Laura Macchi

Laura Macchi è professore ordinario di Psicologia del pensiero, delle decisioni e della comunicazione presso l'Università di Milano-Bicocca. È una psicologa cognitiva che si occupa di insight problem solving, processi decisionali, ragionamento probabilistico e pragmatica della comunicazione. Ha sviluppato un innovativo approccio pragmatico-comunicativo allo studio del problem solving e della decisione in numerose pubblicazioni internazionali, tra cui *Insight and Creative Problem Solving* (Routledge, 2018) e ha recentemente studiato nudge, boost e comunicazione nell'ambito del cambiamento climatico (in qualità di responsabile scientifico – progetto UE Environmental Literacy). È attualmente vice-presidente del centro di ricerca BIB- Behavioral Insights Bicocca presso l'Università di Milano-Bicocca e Chair dell'International Conference on Thinking – ICT 2024.



Sergio Campodall'Orto

Sergio Campodall'Orto, è docente di Design Startup presso la Scuola di Design del Politecnico di Milano. È stato per oltre dieci anni Amministratore Delegato e Direttore Generale di Politecnico Innovazione. Ha sviluppato conoscenze specifiche nel campo della diffusione dell'innovazione sia di quella tecnologica sviluppata all'interno dei centri di ricerca accademici sia di quella creativa sviluppata all'interno di workshop dedicati. Ha collaborato come consulente in numerose imprese e istituzioni sia italiane sia internazionali per introdurre sistemi efficaci di adozione dell'innovazione ai fini di conseguire risultati utili allo sviluppo del business. È stato uno dei primi esperti italiani a diffondere l'importanza dell'utilizzo dell'Open Innovation e a mettere in pratica l'adozione della metodologia Business Model Canvas.

Informazioni pratiche

Titolo conseguito

Master di primo livello, 60 ECTS

Requisiti di Ammissione

Il corso si rivolge a laureati in possesso di titolo di laurea triennale o magistrale che intendano acquisire competenze teoriche e pratiche sull'innovazione comportamentale.

L'ammissione al corso è subordinata ad un colloquio conoscitivo con la Direzione del Corso al fine di valutare le competenze in ingresso rispetto alle competenze in uscita.

Come iscriversi

Per accedere al processo di ammissione, tutti i candidati devono iscriversi alla selezione tramite il portale di ammissione dell'Università Milano-Bicocca ([clicca qui](#))

- CV aggiornato
- Lettera di motivazione
- Pubblicazioni (ad es. Articoli, libri, ecc.)

L'esperienza lavorativa, le lodi accademiche e le lettere di referenze, sono considerate come documenti aggiuntivi sebbene la presentazione non sia obbligatoria

L'Università Milano-Bicocca si riserva il diritto di annullare il Master qualora non si raggiungesse un numero sufficiente di adesioni.

Modalità di erogazione

Il programma del Master prevede 320 ore di formazione erogate in parte con lezioni frontali in parte on line in modalità sincrona (dal vivo), integrate da esperienze di laboratorio e sul campo, project work, collaborazione in team e partecipazione a seminari di esperti di fama internazionale.

Le 320 ore di formazione si terranno il venerdì e il sabato full time e saranno così suddivise:

- 240 ore di formazione (48 ore in presenza e 192 on line con presenza del docente)
- 80 ore di workshop per la realizzazione di un progetto reale (parte on line e parte in presenza)

Al termine dei moduli didattici in aula, ci sarà la possibilità di partecipare ad uno stage formativo presso una delle qualificate aziende partner (380 ore di stage).

Il Master si concluderà con la presentazione di un project work individuale sull'esperienza maturata durante il corso, i workshop e il tirocinio.

Lingua di erogazione

Italiano

Luogo di erogazione

Il Master si terrà a Milano. Le lezioni teoriche in presenza verranno tenute presso l'Università Milano-Bicocca. Le lezioni di workshop si terranno presso POLI.design e parte on line.

Borse INPS

Il Master prevede di richiedere l'accreditamento come "Master INPS Executive" e, se accettato, si prevede di assegnare n. 3 borse di studio a copertura parziale o totale del contributo di iscrizione per i dipendenti della P.A. in servizio. Si prevede inoltre la possibilità dell'iscrizione a tariffa agevolata a n.5 dipendenti pubblici (con uno sconto del 15% sul totale della quota di partecipazione).

Scadenze

Inizio del Master:
26 Gennaio 2024
Termine domanda di ammissione:
5 dicembre 2023
Pubblicazioni graduatorie: 8 gennaio 2024

Costo di Partecipazione

Il costo del Master è pari a € 8.000, da pagare come segue:
1) € 100,00 alla presentazione della domanda di ammissione
2) € 3.900,00 all'atto dell'immatricolazione
3) € 4.000,00 entro il 30 giugno 2024

Per informazioni:

Laura Macchi - laura.macchi@unimib.it
Giuseppe Garrubba - masternudge.bicocca@gmail.com