UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE
UMANISTICHE, SOCIALI E DELLE
IMPRESE CULTURALI

Corso di Dottorato di ricerca in Psicologia

Scuola Dottorale in Scienze Umanistiche e Sociali

SEMINARI METODOLOGICI

VERSIONE IN LINGUA ITALIANA

DOCENTE: FRANCESCA CAVALLINI (*Centro TICE Learning Centre*, Cooperativa Sociale)

TITOLO: "Innovazione Sociale in Psicologia: Un'introduzione al Business Model Canvas Sociale"

ANNO AL QUALE IL SEMINARIO è PROPOSTO: SECONDO

CFU: 1

OBIETTIVI FORMATIVI:
Questa sessione intensiva è progettata per ispirare e fornire una base conoscitiva su come i dottorandi in psicologia possono utilizzare il loro background accademico per generare impatti sociali positivi attraverso l'innovazione sociale e imprenditoriale. Offrirà una visione d'insieme del potenziale di applicazione delle loro ricerche nel mondo reale, incentivando la considerazione di percorsi professionali alternativi o complementari alla carriera accademica tradizionale.

METODI DIDATTICI:
Lezione Frontale
Discussione/Dibattito
Apprendimento Basato sui Problemi (PBL)
Studio di Caso

PRINCIPALI CONTENUTI:
Parte 1: Introduzione all'Innovazione Sociale (45 minuti)
Breve panoramica dell'innovazione sociale e della sua importanza.
Introduzione al Social Business Model Canvas: come differisce da un business model tradizionale.
Presentazione di esempi concreti dove la psicologia ha giocato un ruolo chiave nel sociale.
Parte 2: I Componenti Chiave del Social Business Model Canvas (45 minuti)

Proposta di Valore e Impatto Sociale: Spiegazione su come identificare e formulare proposte di valore che rispondano a bisogni sociali specifici.
Beneficiari e Clienti: Discussione sulla differenziazione tra beneficiari (coloro che beneficiano dell'impatto sociale) e clienti (coloro che pagano per il servizio o il prodotto).
Attività Chiave, Risorse, e Partner: Panoramica su come le attività chiave e le risorse necessarie possono essere mappate e come i partner strategici possono amplificare l'impatto sociale.

Parte 3: Dalla Teoria alla Pratica (30 minuti)
Workshop Rapido: I partecipanti lavoreranno in piccoli gruppi per ideare una proposta di valore per un'iniziativa sociale basata sulla psicologia, utilizzando il Social Business Model Canvas come guida.

Parte 4: Condivisione, Discussione e Riflessione Finale (60 minuti)
Presentazione delle Idee: Breve presentazione delle idee da parte di ogni gruppo.
Discussione: Spazio per domande, feedback e discussione aperta sull'applicazione del Social Business Model Canvas in psicologia.
Riflessione Finale e Risorse per Approfondimenti: Consigli su risorse disponibili per ulteriori approfondimenti e possibili passi successivi per i dottorandi interessati a esplorare questa direzione.

VERIFICA: esercitazioni durante il seminario

UNIVERSITÀ
DI PARMA

DIPARTIMENTO DI DISCIPLINE
UMANISTICHE, SOCIALI E DELLE
IMPRESE CULTURALI

VERSIONE IN LINGUA INGLESE

TEACHER Francesca Cavallini

TITLE: *Social Innovation in Psychology: An Introduction to the Social Business Model Canvas*

YEAR OF THE PROGRAM FOR WHICH THE SEMINAR IS OFFERED: Second year

CREDITS: 1 ECTS

LEARNING OBJECTIVES:
This intensive session is designed to inspire and provide foundational knowledge on how doctoral students in psychology can use their academic background to generate positive social impact through social innovation and entrepreneurship. It will offer an overview of how their research can be applied in the real world, encouraging the consideration of alternative or complementary career paths beyond the traditional academic trajectory.

TEACHING METHODS:

- Lecture
- Discussion/Debate
- Problem-Based Learning (PBL)
- Case Study

MAIN CONTENTS:

Part 1: Introduction to Social Innovation (45 minutes)

- Brief overview of social innovation and its importance
- Introduction to the Social Business Model Canvas: how it differs from a traditional business model
- Presentation of concrete examples in which psychology has played a key role in the social sphere

Part 2: Key Components of the Social Business Model Canvas (45 minutes)

- **Value Proposition and Social Impact:** Explanation of how to identify and formulate value propositions that address specific social needs
- **Beneficiaries and Customers:** Discussion on the difference between beneficiaries (those who benefit from the social impact) and customers (those who pay for the service or product)

- **Key Activities, Resources, and Partners:** Overview of how essential activities and required resources can be mapped, and how strategic partners can amplify social impact

Part 3: From Theory to Practice (30 minutes)

- **Quick Workshop:** Participants will work in small groups to design a value proposition for a psychology-based social initiative, using the Social Business Model Canvas as a guide

Part 4: Sharing, Discussion, and Final Reflection (60 minutes)

- **Presentation of Ideas:** Each group will present a brief overview of their idea
- **Discussion:** Space for questions, feedback, and open conversation about applying the Social Business Model Canvas in psychology
- **Final Reflection and Resources for Further Study:** Suggestions for additional resources and possible next steps for doctoral students interested in exploring this direction further

LEARNING ASSESSMENT: Practical exercises during the seminar