

Strategie d'Impresa

Corso Progrredito

* * * * *

Professor Andrea Lanza
Anno Accademico 2025-26

La struttura del corso

Il calendario delle lezioni

I testi di riferimento

Gli esami e le attività di gruppo

La frequenza

Lifability 2026

<https://www.lifabilityaward.com/>

Struttura del corso

Settimana	Tema della settimana	Caso	Reading
1	Le Fonti dell'Innovazione	Dyson	Polaroid (Tripsas Gavetti – SMJ 2000)
2	I Modelli dell'Innovazione	Instagram	Anderson-Tushman, ASQ, 1990
3	Il successo dell'innovazione	Ufarmer	Shapiro-Varian, CMR, 1999)
4	Progettare l'innovazione	Valencell	Danneels (SMJ/2010);
5	L'organizzazione interna	Netflix	David (Qwerty)
6	Lo sviluppo e il lancio di un nuovo prodotto	Healthy.io	Brown-Eisenhardt
7	L'innovazione in azione	Shopify	Audia-Ryder, CMR, Garage
8	Il Marketing dell'innovazione	Nvidia	Hargadon_Douglas

Unità	Video	link
1	Jezz Bezos: the electricity metaphor	https://www.youtube.com/watch?v=vMKNUylmanQ
2	Steve Jobs: The Next start-up	https://www.youtube.com/watch?v=Udi0rk3jZYM
3	Elon Musk: Ted talk	https://www.youtube.com/watch?v=zIwLWfaAg-8
4	Ron Farris: digital marketing at Nike	https://www.youtube.com/watch?v=JXLwzm2292U
5	Red Hastings: Netflix	https://www.youtube.com/watch?v=LsAN-TEJfN0
6	Ed Catmull: Creativity at Disney	https://www.youtube.com/watch?v=VMMKWVIUqm8
7		
8		

Sito, libri di testo, orario,

- Risorse sul sito www.andrealanza.it
- M.Schilling «Gestione dell'innovazione».
McGraw-Hill - dalla quarta edizione in avanti
- Lavoro di gruppo / casi
- Orario: Lun. 11.00 -14.00 Piano 0 3B AulaPMI
- Mar.11.00 - 13.00 Piano 0 3B AulaPMI



Prima Unità

* * * *

Le Fonti dell'innovazione

Cosa hanno in comune questi prodotti?



Cos'è l'innovazione

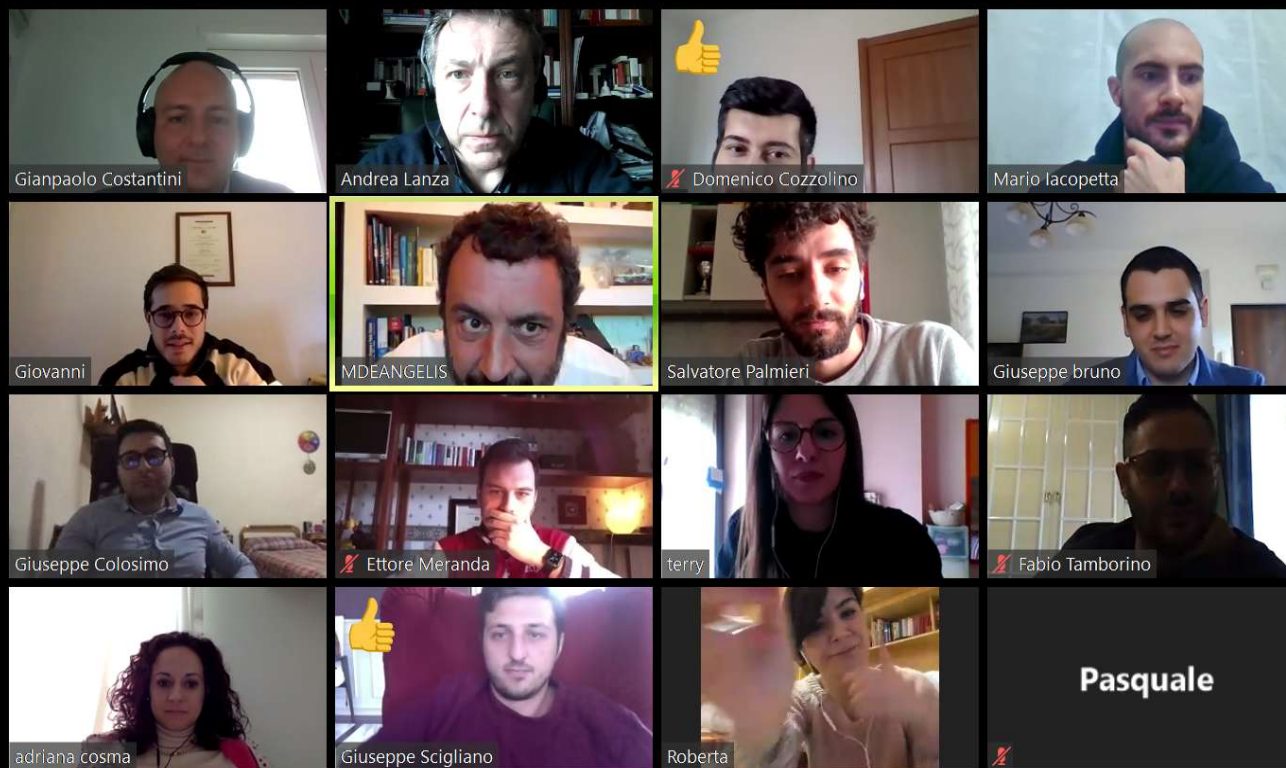


Cos'è l'innovazione



AULA MBA Aprile 2020 «☹»

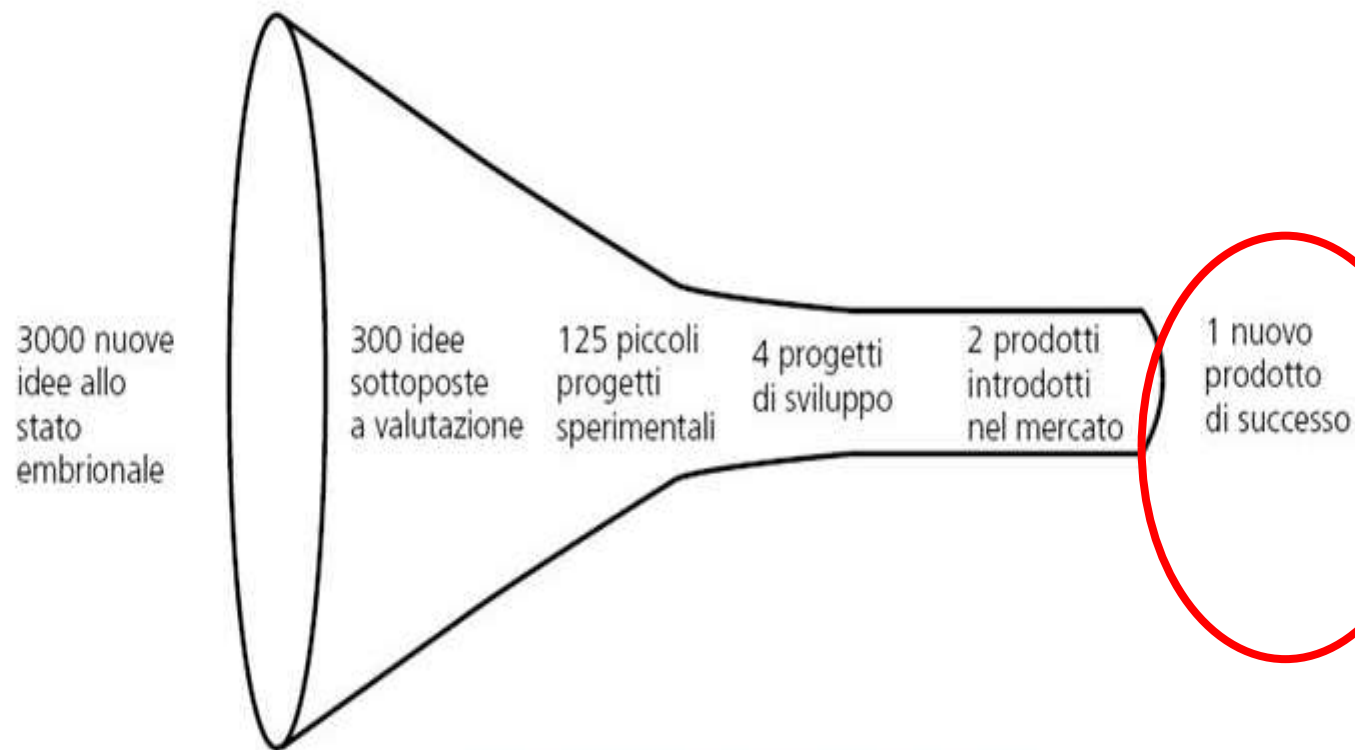
Zoom



Le fonti dell'innovazione

- Le singole persone
- Le imprese
- Enti pubblici di ricerca
- Le università
- Enti nonprofit e fondazioni

L'imbuto dell'innovazione



Fonte: Schilling M.A.

Dalla creatività all'innovazione

- Cos'è la creatività e come si alimenta**
- Il ruolo degli 'inventori'**
- Il ruolo degli utilizzatori**
- La R&S**

Il contesto dell'innovazione

- Il network con clienti, fornitori e risorse complementari**
- Le università**
- I cluster tecnologici**
- Gli spillover tecnologici**
- I ruoli 'anomali': il knowledge brokering**

Conclusioni

- **Il rischio inevitabile dell'innovazione**
- **Il ruolo del contesto e degli attori (clienti, istituzioni, gatekeepers)**