

Strategie d'Impresa

Corso Progredito

* * * * *

Professor Andrea Lanza
Anno Accademico 2023-24

La struttura del corso
Il calendario delle lezioni
I testi di riferimento
Gli esami e le attività di gruppo
La frequenza

Struttura del corso

Unità Didattica	Contenuti	Lavoro di gruppo
Prima	Fonti e Modelli di Innovazione tecnologica	Dyson
Seconda	Il successo dell'innovazione	Instagram
Terza	Progettare l'innovazione	-Ufarmer
Quarta	L'organizzazione interna. Lo sviluppo e il lancio di un nuovo prodotto	- Valencell
Quinta	L'innovazione in azione	Shopify
Sesta	Corso di Marketing dell'innovazione	Healthy.io Prima unità didattica

Le letture integrative

Settimana	Letture
1	Tripsas-Gavetti, SMJ, 2000.
2	Anderson-Tushman, ASQ, 1990 / Shapiro-Varian, CMR, 1999
3	Danneels, SMJ, 2010 – David (qwerty)
4	Hargadon / Brown-Eisenhardt
5	Audia- Ryder, CMR, Garage and Corporations
6	Christensen-Johnson-Rigby, Sloan, Foundations for growth Cattani, Ferriani, Lanza / Ambidextrous Organization

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 – OA2
- Mar.11.00 - 13.00C- OA1
- Gio. 11.00 - 13.00 – OA2

Prima Unità

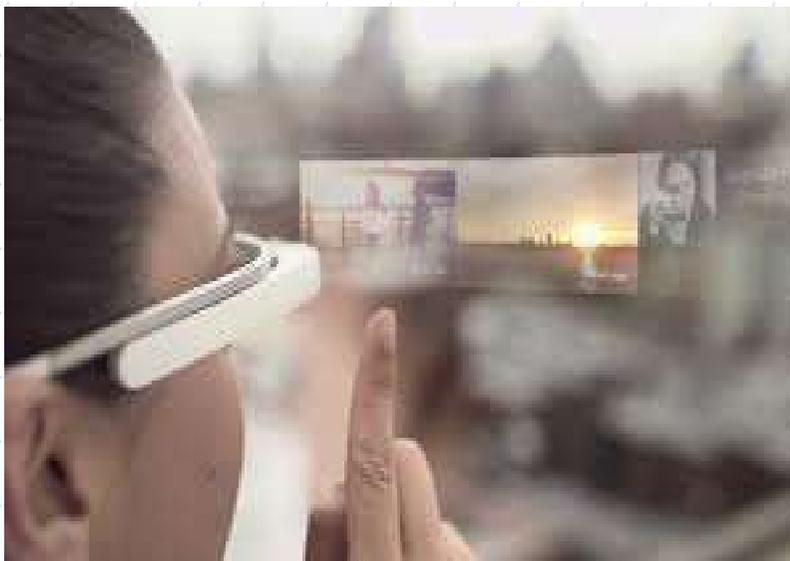
* * * *

Fonti e modelli di innovazione tecnologica

Cos'è l'innovazione



Cos'è l'innovazione



AULA MBA Aprile 2020 «☹»

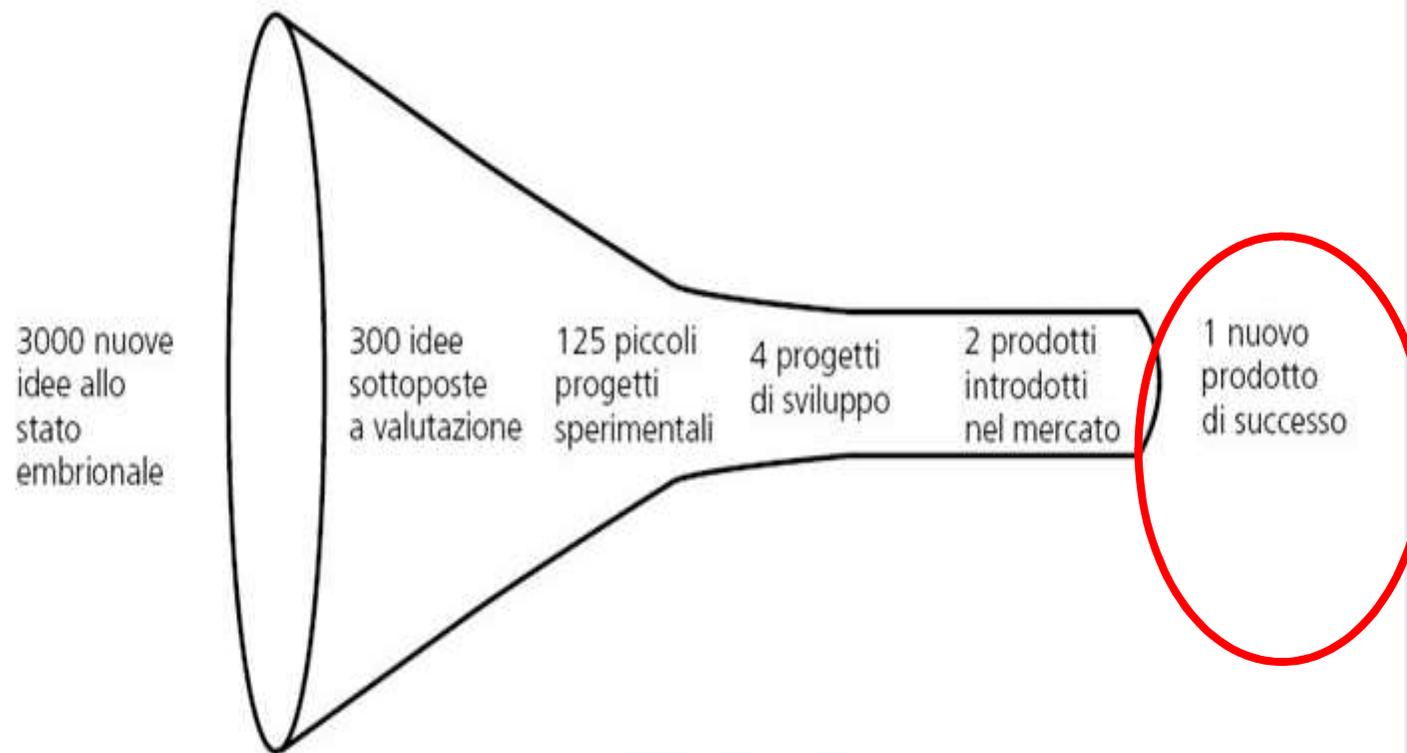
Zoom

A grid of 16 video thumbnails from a Zoom meeting. The participants are: Gianpaolo Costantini, Andrea Lanza, Domenico Cozzolino (with a thumbs up icon), Mario Iacopetta, Giovanni, MDEANGELIS, Salvatore Palmieri, Giuseppe bruno, Giuseppe Colosimo, Ettore Meranda, terry, Fabio Tamborino, adriana cosma, Giuseppe Scigliano (with a thumbs up icon), Roberta, and Pasquale (in a black box).

Le fonti dell'innovazione

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

L'imbutto 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**

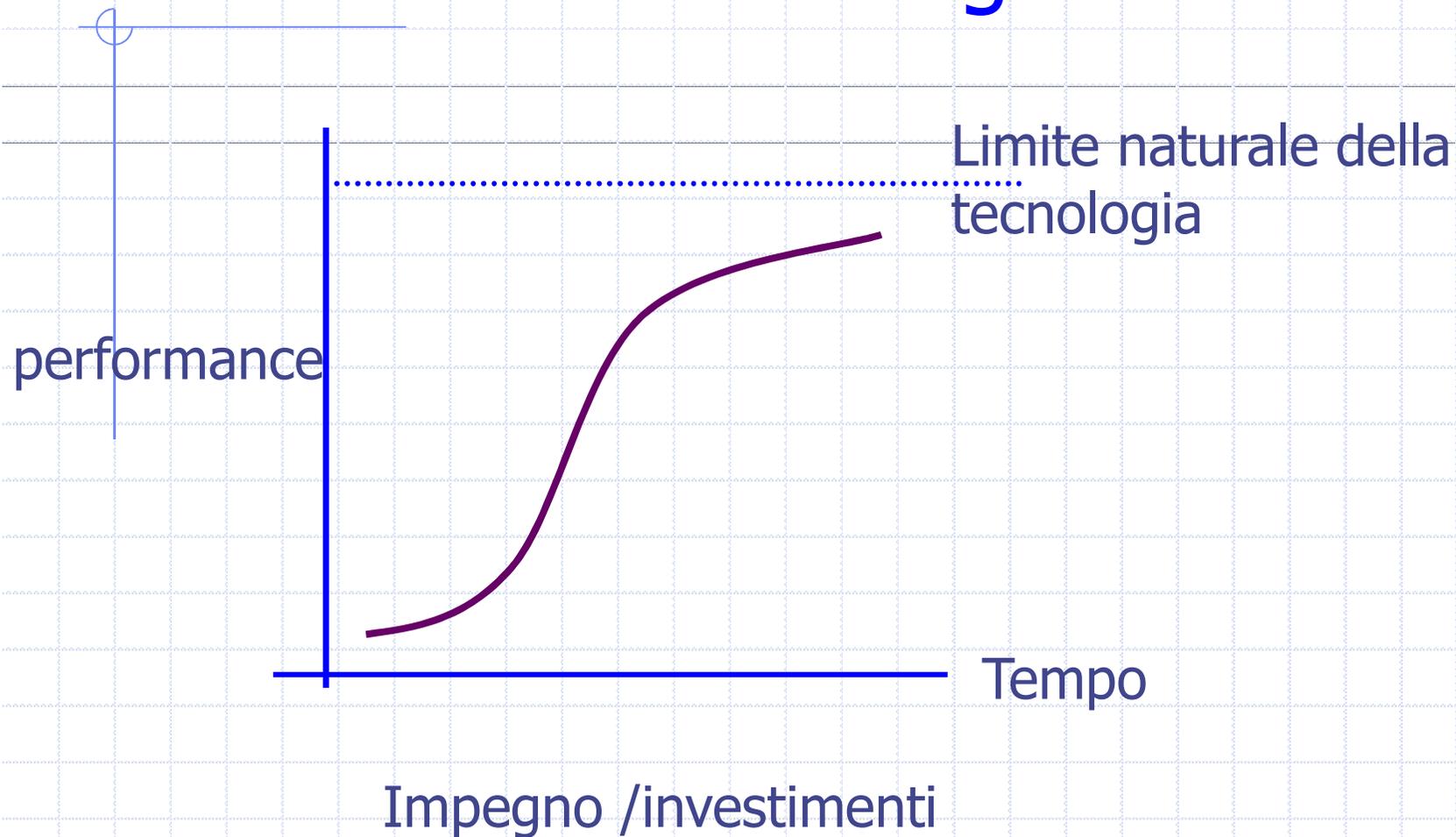
Il contesto dell'innovazione

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

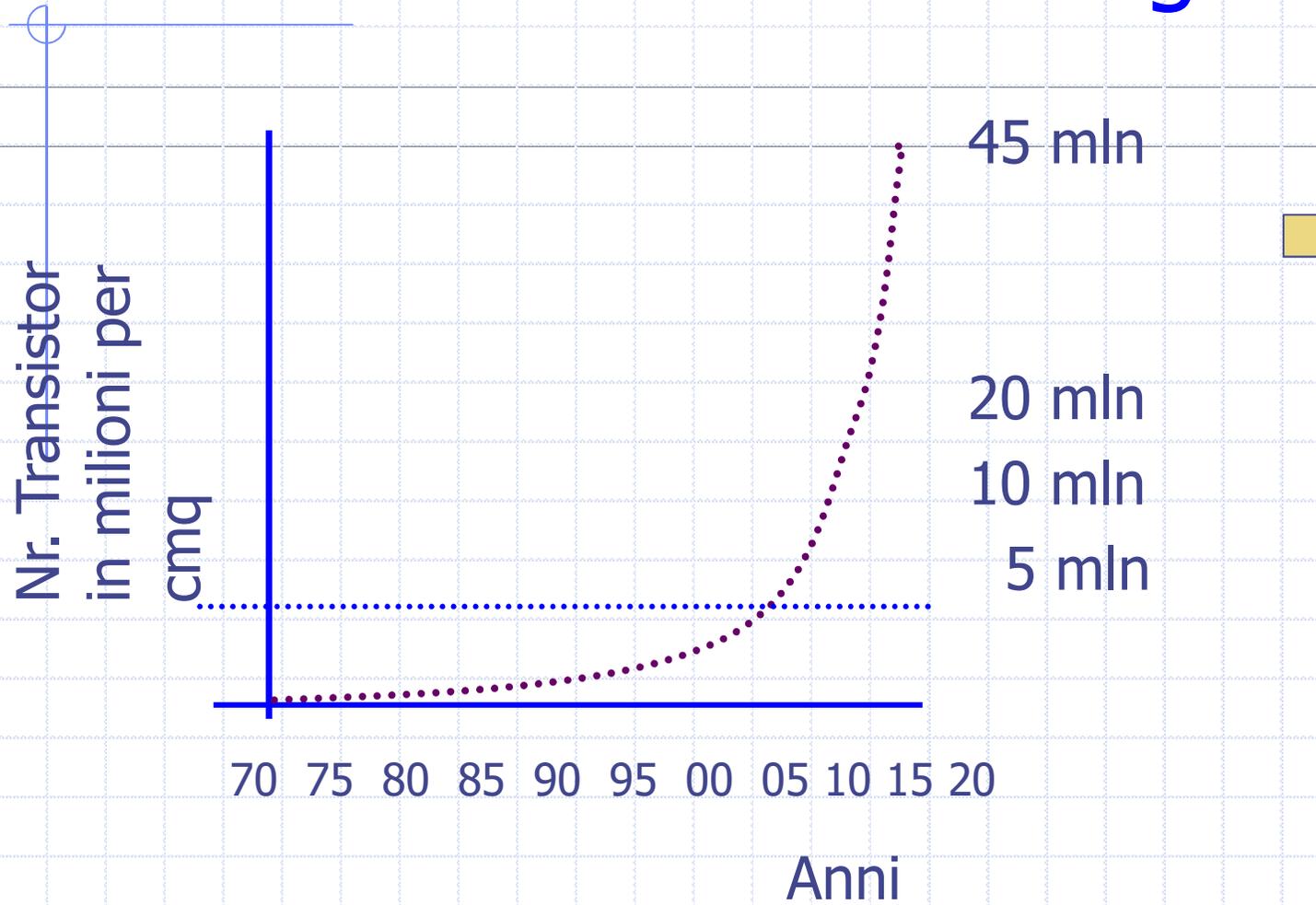
I modelli dell'innovazione

- La natura delle innovazioni (prodotto / processo)
- L'intensità e l'ampiezza (radicale / incrementale)
- L'effetto sull'impresa (enhancing / destroying)
- La destinazione (architetturale / modulare)

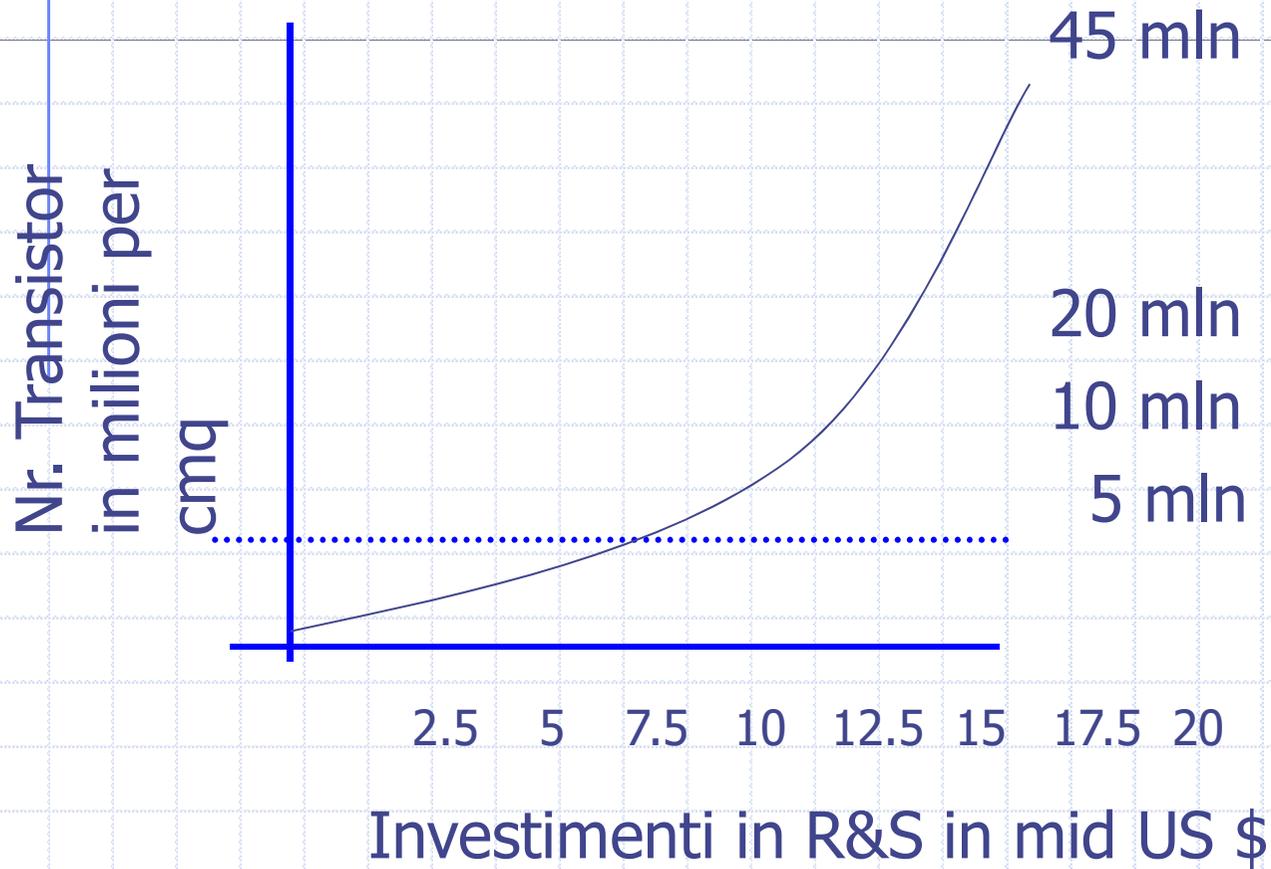
Le curve tecnologiche a 'S'



L'evoluzione tecnologica



La relazione con gli investimenti



Le curve tecnologiche a 'S'

performance

Cel



Smart-phone

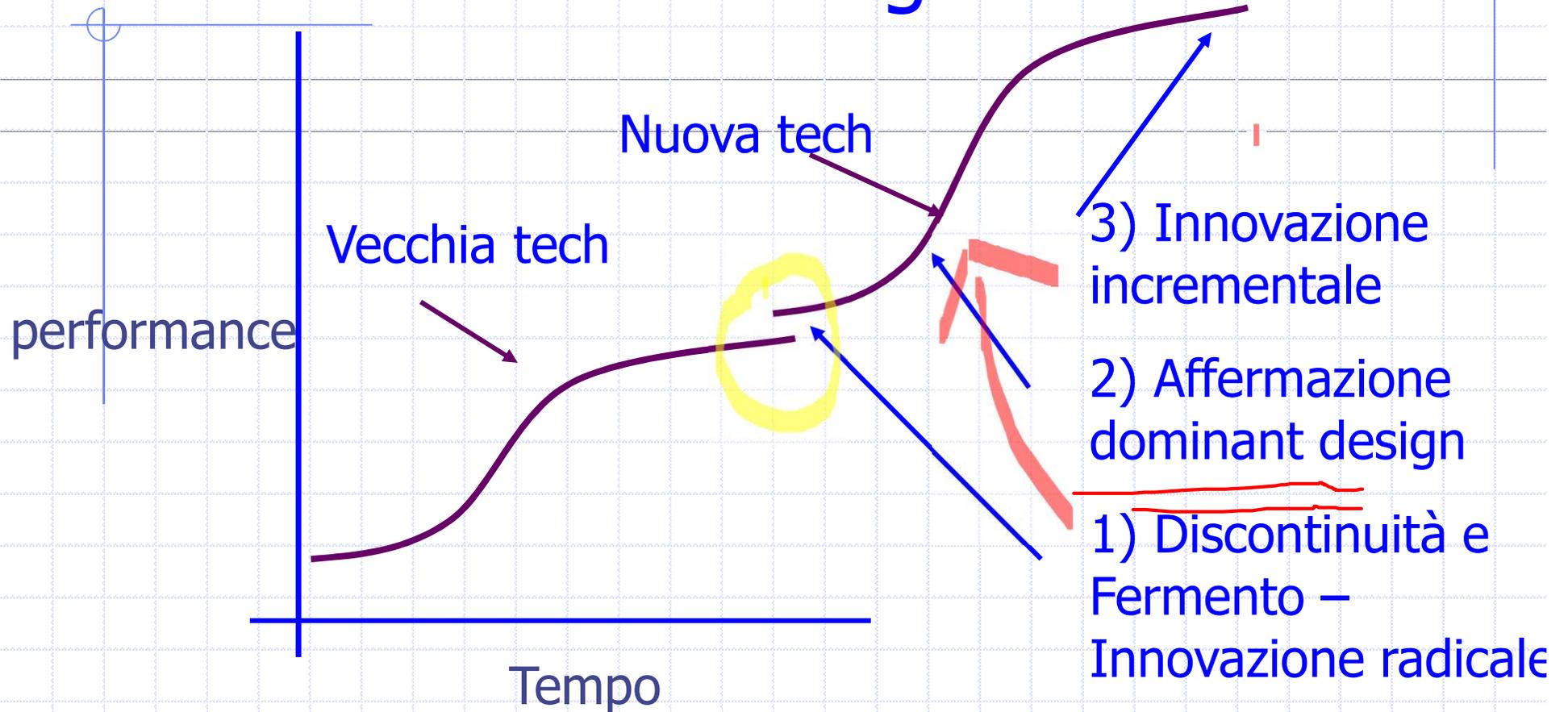


Impegno



Possono rappresentare un modello previsionale di diffusione delle tecnologie?

Le curve tecnologiche a 'S'



Implicazioni

- **Riconoscere il potenziale degli standard**
- **Le traiettorie giuste e quelle sbagliate**
- **Il ruolo della convergenza digitale**
- **Il ruolo dell'AI e della sostenibilità**