

**Indice del libro**  
**INVENTARE IL SUCCESSO**  
**Essere manager innovativo nell'impresa e nella professione**

**Ringraziamenti**

**Introduzione**

**Parte I - MERCATI, IMPRESE E INNOVAZIONE: UNA SPIRALE IN ACCELERAZIONE**

**1. Le strategie innovative d'impresa: esistono le imprese eccellenti e i manager eccellenti?**

1. Le attività di mantenimento e di innovazione
2. Business-idea e cicli di vita nel mercato
3. Dalla stabilità alla turbolenza: l'innovazione come fattore di successo
4. Imprese e manager eccellenti
5. Le prospettive di coniugazione tra mantenimento e innovazione  
Per sperimentare

**2. Creatività e strategia competitiva: il lancio dei nuovi business e il rilancio di quelli maturi**

1. Le nuove imprese e i nuovi manager
2. La strategia d'impresa
3. I fattori interni, o genetici, della strategia d'impresa
4. L'evoluzione nella lettura dei fattori esterni della strategia d'impresa
5. Le strategie d'impresa in regimi fortemente competitivi
6. La strategia creativa
7. Esempi consolidati e recenti di strategia creativa  
Per sperimentare

**3. I miti e i rischi della creatività**

1. Miti e luoghi comuni sulla creatività
2. I rischi e gli ostacoli della creatività  
Per sperimentare

## **Parte II - RICONOSCERE, SVILUPPARE E METTERE A FRUTTO LA CREATIVITÀ**

### **4. Riconoscere ed esercitare la propria capacità di ideazione**

1. Stili di apprendimento e creatività: la misura del livello personale di predisposizione all'innovazione
  2. Teoria encefalica e creatività
  3. Dalla dominanza alla sintonia tra gli emisferi cerebrali
  4. Come far emergere le capacità di ideazione
- Per sperimentare

### **5. Il farsi e il disfarsi dei problemi**

1. La natura dei problemi
  2. L'importanza della situazione in cui emergono i problemi
  3. La componente emotiva dei problemi
  4. Sistematicità e intuizione nella soluzione dei problemi
  5. Alcuni criteri generali utili per la soluzione dei problemi
- Per sperimentare

### **6. La creatività con gli altri: gruppi creativi e negoziati creativi**

1. La creatività condivisa: la partecipazione e la conduzione nei gruppi creativi
  2. Negoziare e convincere creativamente
- Per sperimentare

### **7. Il ciclo eccellente dell' innovazione**

1. La creatività applicata
  2. Criteri e accorgimenti per realizzare una convincente presentazione di nuove idee
- Per sperimentare

## **Parte III - IL MANAGER INNOVATIVO**

### **8. Cultura organizzativa e innovazione**

1. Il contesto tangibile e intangibile dell'innovazione
2. Organizzare per l'innovazione
3. Le caratteristiche del manager innovativo

### **9. Diventare manager innovativo**

1. La natura del lavoro manageriale
2. La costruzione del pensiero strategico nel manager innovativo
3. Un modello strategico per il cambiamento
4. Come stimolare e favorire l'innovazione nel proprio ambiente di lavoro

## **Bibliografia**