

# Andrea Lanza

## MARKETING MANAGEMENT

---

### ARTICLES IN SCHOLARLY JOURNALS

LANZA A., SIMONE G., LUBERTO G.

**Il dilemma del rinnovatore nella gestione del Turnover Collettivo**

Economia & Management, 2020, no. 2, pp.60-65

CATTANI G., FERRIANI S., LANZA A.

**Deconstructing the Outsider Puzzle: The Legitimation Journey of Novelty**

Organization Science, 2017, vol.28, no. 6, pp.965-992

LANZA A., SIMONE G., BRUNO R.

**Resource orchestration in the context of knowledge resources acquisition and divestment. The empirical evidence from the Italian "Serie A" football**

European Management Journal, 2016, vol.34, no. 2, pp.145-157

LANZA A.

**: Squadra che vince non si cambia? Il contributo dei 'nuovi arrivati' e dei 'veterani' in presenza di un cambiamento nel management aziendale**

Sviluppo & Organizzazione, 2015, vol.264, pp.46-56

LANZA A., SIMONE G.

**Le scelte di rinnovamento del capitale umano: il ruolo dell'esperienza in ingresso e di quella ceduta. L'evidenza empirica nella Serie A di calcio**

Economia & Management, 2015, no. 6, pp.120-135

LANZA A., PASSARELLI M.

**Technology change and dynamic entrepreneurial capabilities**

Journal of Small Business Management, 2014, vol.52, no. 3, pp.427-450

LANZA A.

**Gestire le criticità strategiche e organizzative nella diffusione delle innovazioni radicali: il caso dei cibi geneticamente modificati**

Sviluppo & Organizzazione, 2012, vol.247, no. gennaio-febbraio 2012, pp.68-78

LANZA A., SIMONE G.

**La resource-based theory: un programma di ricerca per gli studi di strategia**

Sinergie, 2012, vol.87, pp.171-190

LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G.

**Heterogeneity based research: a bibliometric approach to invisible colleges in the strategic management field**

Finanza, Marketing e Produzione, 2011, vol.1/2011, no. 1, pp.7-33

LANZA A., PELLEGRINO A.

**Knowledge-based coopetition: sviluppare competenze collaborando con i competitor**

Sviluppo & Organizzazione, 2011, vol.242, no. gennaio-febbraio 2011, pp.32-41

LANZA A., PASSARELLI M.

**Il cambiamento tecnologico e le capacità imprenditoriali: il caso del vetro acidato**

Economia e Politica Industriale – Journal of Industrial and Business Economics, 2009, vol.36, no. 3, pp.63-95

LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G.

**L'eterogeneità competitiva quale corporate - effect: sviluppo del costruito e della scala di misura**

Finanza, Marketing e Produzione, 2009, vol.27, no. 1, pp.78-104

LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G.

**La definizione del costrutto di eterogeneità e il legame eterogeneità-performance**

Economia e Politica Industriale – Journal of Industrial and Business Economics, 2009, vol.36, no. 2, pp.105-129

LANZA A., PASSARELLI M.

**Capacità organizzative e innovazione nelle piccole imprese: in che modo lo 'small business' può sostituire le risorse orientate all'innovazione - tradizionalmente impiegate dalle grandi imprese - per affrontare un cambiamento tecnologico di successo?**

Sviluppo & Organizzazione, 2008, vol.229, pp.78-86

LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G.

**Heterogeneous effects of heterogeneity: Disentangling heterogeneity positive and negative effects on performance**

International Journal of Organizational Analysis, 2008, vol.16, no. 1/2, pp.18-41

LANZA A.

**Defining the heterogeneity construct and linking it to performance**

Sinergie, 2007, vol.25, no. 72, pp.45-53

LANZA A.

**Le determinanti della sopravvivenza dell'impresa in contesti sfavorevoli: verso una tipologia di comportamenti imprenditoriali**

Sinergie, 2004, vol.22, no. 63, pp.67-93

CARIOLA A., LANZA A.

**L'approccio sistemico di Gaetano M. Golinelli al governo dell'impresa: riflessioni di sintesi**

Sinergie, 2002, vol.20, no. 59, pp.267-287

CILLO P., LANZA A.

**La costruzione dell'identità di marca: il caso Diesel**

Micro & Macro Marketing, 2000, vol.1, pp.129-146

COSTABILE M., GOLINELLI G., SANGUINI V., LANZA A.

**Vers l'entreprise relationnelle dans des contextes defavorables: l'experience italienne de la Calabre**

Sinergie, 2000, vol.18, no. 52, pp.169-187

LANZA A.

**Competenze, capacità, risorse e conoscenza: verso un'unica prospettiva per lo studio e la gestione del patrimonio cognitivo d'impresa**

Sinergie, 1999, vol.17, no. 50, pp.25-62

LANZA A.

**Creatività e tecnologia reinventano la tradizione: il caso Survel**

Economia & Management, 1999, no. 4, pp.15-27

LANZA A.

**Partnership interaziendali e creazione di conoscenza**

Sviluppo & Organizzazione, 1999, vol.175, pp.37-59

LANZA A.

**Le relazioni tra imprese all'origine dei vantaggi competitivi knowledge-based**

Economia & Management, 1998, no. 5, pp.101-115

---

## RESEARCH MONOGRAPHS

LANZA A., SIMONE G.

**Strategic Human Capital. Creating a Sustainable Competitive Advantage**

Edward Elgar Publishing, Great Britain, 2020

---

## PRACTICE-ORIENTED BOOKS

LANZA A.

**Creare valore per i clienti business. Le nuove dinamiche competitive nei mercati B2B**

Egea, Milano, Italy, 2019

LANZA A.

**Innovazione, imprenditorialità e dinamiche istituzionali**

Egea, Milano, Italy, 2011

LANZA A.

**Knowledge Governance. Dinamiche Competitive E Cooperative Nell'Economia Della Conoscenza**

Egea, Milano, Italy, 2000

---

## CONTRIBUTION TO CHAPTERS, BOOKS OR RESEARCH MONOGRAPHS

LANZA A.

**Customer centricity e innovator eccentricity** in *Marketing. Una disciplina fantastica*

B. Busacca, M. Costabile(Ed), Egea, pp.319-328, 2018

LANZA A.

**Managing Heterogeneity, Allocative Balance, and Behavioral and Technology Concerns in Competitive and Co-operative Interfirm Relationships.** in *Strategic Capabilities and Knowledge Transfer Between Organizations: New Perspectives from Acquisitions, Networks, Learning, and Evolution*

Giovanni Battista Dagnino(Ed), Edward Elgar Publishing, chap. 2, 2005

LANZA A.

**Beyond pioneers and followers. A typology of entrepreneurial behaviours for hostile environments** in *Crossroads of Entrepreneurship*

Corbetta, Guido, Huse, Morton, Ravasi, Davide(Ed), Kluwer Academic Publishers, chap. 9, 2004

LANZA A.

**Dal Knowledge management alla knowledge governance** in *L'impresa e-based*

E.Valdani, A.Ordanini, G.Verona(Ed), Egea, 2002

LANZA A., COSTABILE M.

**Le risorse immateriali del territorio: il ruolo del Capitale Sociale** in *Strategie del marketing del territorio. Generare valore per le imprese e i territori nell'economia della conoscenza*

E.Valdani, F.Ancarani (Eds),Egea, 2000

---

## PROCEEDINGS/PRESENTATIONS

LANZA A.

**Institutional dynamism across time and levels. The evidence from the Italian wine industry**

*76th Academy of Management conference - 6-9 August 2016, Anaheim, California, United States of America*

LANZA A.

**The impact of an exogenous shock on strategic human capital configuration. Evidence from Italian Serie A football, 1960-80**

*76th Academy of Management conference - 6-9 August 2016, Anaheim, California, United States of America*

SIMONE G., LANZA A.

**Unpacking knowledge resources' contribution to performance, and the moderating role of middle managers**

*74th Annual Meeting of the Academy of Management: The Power of Words - 1-5 August 2014, Philadelphia, Pennsylvania, United States of America*

LANZA A., FOLTA T., SIMONE G.

**Canonization and justification of divergent change in the Italian wine industry: 1963-1998**

*73rd Annual Meeting of the Academy of Management: Capitalism in Question - 9-13 August 2013, Orlando, Florida, United States of America*

FOLTA T., LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G., SAKHARTOV A.

**The limits to status in the Italian wine industry**

*73rd Annual Meeting of the Academy of Management: Capitalism in Question - 9-13 August 2013, Orlando, Florida, United States of America*

FOLTA T., LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G., SAKHARTOV A.

**Status exploitation: opportunity costs and dilution concerns in the Italian wine industry**

*31st SMS Annual International Conference - Competitive Heterogeneity - 6-9 November 2011, Miami, FL, United States of America*

LANZA A., PELLEGRINO A., SIMONE G.

**Fragmentation in heterogeneity-based research: what do we deal with when we deal with heterogeneity?**

*31st SMS Annual International Conference - Competitive Heterogeneity - 6-9 November 2011, Miami, FL, United States of America*

LANZA A.

**The role of heterogeneous social audiences in the acceptance of radical innovations**

*71st Annual Meeting of the Academy of Management - 12-16 August, 2011, San Antonio, TX, United States of America*

---