

Spis treści

Wstęp

Część I. Perspektywa teoretyczna

1. Istota współczesnych innowacji — nowe spojrzenie (*Joanna Machnik-Słomka*)

- 1.1. Idea i uwarunkowania innowacji w XXI wieku
- 1.2. Nowe koncepcje innowacji
- 1.3. Modele otwarte procesów innowacyjnych w koncepcji zarządzania organizacjami

2. Innowacje społeczne w teorii nauk ekonomicznych (*Joanna Wyrwa*)

- 2.1. Pojęcie innowacji społecznych
- 2.2. Innowacje społeczne a innowacje technologiczne
- 2.3. Innowacje społeczne w strategii „Europa 2020”

3. Proces tworzenia innowacji społecznych (*Iwona Lubimow-Burzyńska*)

- 3.1. Kształtowanie się koncepcji innowacji społecznych
- 3.2. Determinanty rozwoju innowacji społecznych
- 3.3. Stymulowanie rozwoju innowacji społecznych

4. Innowacje społeczne sprzyjające włączeniu społecznemu — perspektywa rynku pracy (*Anna Niewiadomska*)

- 4.1. Rola innowacji społecznych w ograniczaniu wykluczenia społecznego
- 4.2. Innowacje społeczne w obszarze zatrudnienia
- 4.3. Mentoring — innowacyjne narzędzie budowy relacji międzypokoleniowej na rynku pracy

Część II. Praktyczne aspekty innowacji społecznych

5. Innowacje społeczne dla ludności 65+ w Polsce (*Ewa Sobolewska-Poniedziałek*)

- 5.1. Starzenie się i starość jako społeczno-ekonomiczny problem i wyzwanie
- 5.2. Identyfikacja potrzeb seniorów i sposoby ich zaspokajania
- 5.3. Tworzenie postaw przedsiębiorczych dla innowacji społecznych wśród seniorów
- 5.4. Seniorzy w społeczeństwie — rola i uwarunkowania

6. Marketingowy wymiar upowszechnienia innowacji społecznych (*Anetta Barska*)

- 6.1. Od marketingu społecznego do marketingu innowacji społecznych
- 6.2. Grupy docelowe odbiorców działań marketingowych
- 6.3. Narzędzia i instrumenty strategii upowszechniania innowacji społecznych

7. Innowacje społeczne w kontekście inteligentnego rozwoju regionów (*Eulalia Skawińska, Romuald I. Zalewski*)

- 7.1. Znaczenie innowacji społecznych w realizacji inteligentnego rozwoju regionu
- 7.2. Kapitał społeczny jako czynnik bazowy przedsiębiorczości społecznej
- 7.3. Wpływ innowacji społecznych na kształtowanie przewagi konkurencyjnej regionu
- 7.4. Rola NGO i organizacji lokalnych w tworzeniu innowacji społecznych
 - 7.4.1. Organizacje pozarządowe, ich zadania i rola w tworzeniu innowacji społecznych
 - 7.4.2. Innowacje społeczne jako wyzwanie dla NGO w Polsce
 - 7.4.3. Crowdsourcing w poszukiwaniu innowacji społecznych

8. Innowacje społeczne w wymiarze europejskim — studia przypadku

- 8.1. Dobre praktyki w Europie Zachodniej (*Janusz Śnihur*)
- 8.2. Dobre praktyki w Europie Środkowej (*Renata Manacka*)
- 8.3. Inicjatywy innowacji społecznych w Polsce (*Piotr Bromber*)