

Wprowadzenie

1. Pojęcie i istota innowacyjnej gospodarki

- 1.1. Pojęcie i istota innowacyjnej gospodarki
 - 1.1.1. Pojęcie innowacyjnej gospodarki
 - 1.1.2. Cel(e) innowacyjnej gospodarki
- 1.2. Rola innowacyjnej gospodarki w zróżnicowanym rozwoju społeczno-gospodarczym
 - 1.2.1. Znaczenie innowacji w rozwoju społeczno-gospodarczym według modelu z Davos
 - 1.2.2. Wyzwania rozwojowe
 - 1.2.3. Kluczowa rola innowacji w równoważeniu rozwoju społeczno-gospodarczego
- 1.3. Innowacyjność polskiej gospodarki. Ujęcie praktyczne
 - 1.3.1. Zakres i uwarunkowania współczesnego rozwoju przez innowacje
 - 1.3.2. Wskaźniki innowacyjnej gospodarki
 - 1.3.3. Innowacyjność gospodarki w Polsce. Aktywność innowacyjna przedsiębiorstw
 - 1.3.4. Nowe aspekty badania innowacyjności gospodarki w Polsce
 - 1.3.5. Innowacyjność polskiej gospodarki na tle innowacyjności gospodarek krajów Unii Europejskiej

2. Konsumpcja w Polsce

- 2.1. Konsumpcja jako siła sprawcza rozwoju społeczno-gospodarczego
- 2.2. Wybrane uwarunkowania konsumpcji
- 2.3. Zmiany w konsumpcji w skali makroekonomicznej
- 2.4. Zmiany w konsumpcji gospodarstw domowych
 - 2.4.1. Poziom i struktura wydatków konsumpcyjnych
 - 2.4.2. Konsumpcja finansowana z pozadochodowych źródeł
 - 2.4.3. Spożycie żywności w gospodarstwach domowych
 - 2.4.4. Wyposażenie gospodarstw domowych w przedmioty trwałego użytkowania
 - 2.4.5. Zmiany w poziomie zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych

3. Zachowania rynkowe konsumentów i ich uwarunkowania

- 3.1. Wartości, cele i wymagania konsumentów wobec życia
- 3.2. Zwyczaje konsumentów i ich zachowania konsumpcyjne
- 3.3. Postawy konsumentów wobec nowych produktów
- 3.4. Czynniki wpływające na decyzje zakupu wybranych grup produktów
- 3.5. Czynniki wpływające na korzystanie z wybranych kategorii usług

4. Konsumpcja produktów innowacyjnych

- 4.1. Zainteresowanie konsumentów produktami i usługami innowacyjnymi
- 4.2. Wiedza konsumentów na temat produktów innowacyjnych na rynku
- 4.3. Korzystanie z innowacyjnych dóbr i usług
 - 4.3.1. Stopień nowoczesności wyposażenia gospodarstw domowych
 - 4.3.2. Korzystanie z Internetu
 - 4.3.3. Korzystanie z innowacyjnych usług sprzedażowych
 - 4.3.4. Stopień znajomości i akceptacji innowacyjnych technologii i urządzeń związanych z budownictwem mieszkaniowym

5. Konsument we współczesnej gospodarce

- 5.1. Zwyczaje zakupowe związane z produktami i usługami innowacyjnymi
- 5.2. Zachowania innowacyjne polskich konsumentów w opinii ekspertów
- 5.3. Segmentacja konsumentów ze względu na postawy wobec innowacyjności

Zakończenie

Bibliografia