

## Wstęp

### 1. Podstawowe pojęcia i klasyfikacje innowacji

#### 1.1. Rozwój koncepcji innowacji

#### 1.2. Przegląd definicji

#### 1.3. Wynikowe i procesowe ujęcia innowacji

#### 1.4. Typy innowacji i ich znaczenie ekonomiczne

##### 1.4.1. Klasyfikacja innowacji ze względu na kryterium przedmiotowe

##### 1.4.2. Typy innowacji ze względu na stopień nowatorstwa i kryterium wiedzy

##### 1.4.3. Nowe typy i rodzaje innowacji

### 2. Proces innowacyjny w aspekcie zarządzania

#### 2.1. Jak się rodzą innowacje?

#### 2.2. Pojęcie oraz uczestnicy, elementy i cechy procesu innowacji

#### 2.3. Modele procesu innowacyjnego

#### 2.4. Wieloprotocowy model innowacji

#### 2.5. Łańcuch wartości innowacji

### 3. Organizacyjne aspekty procesów innowacyjnych

#### 3.1. Systemy innowacji: narodowy, regionalny, sektorowy i technologiczny

##### 3.1.1. Narodowy system innowacji

##### 3.1.2. Regionalny system innowacji

##### 3.1.3. Sektorowy system innowacji

##### 3.1.4. Technologiczny system innowacji

#### 3.2. Scena innowacji, wspólnoty wiedzy i innowacji, rynek innowacji

##### 3.2.1. Scena innowacji

##### 3.2.2. Wspólnoty wiedzy i innowacji

##### 3.2.3. Rynek innowacji

#### 3.3. Trzy poziomy zarządzania procesami innowacyjnymi

### 4. Polityka innowacyjna państwa

#### 4.1. Podstawy współczesnej polityki innowacyjnej

#### 4.2. Instrumenty polityki innowacyjnej

#### 4.3. Polityka innowacyjna w Polsce

### 5. Zarządzanie rozwojem innowacji w regionie

#### 5.1. Region jako organizm gospodarczy

#### 5.2. Regionalny system innowacji — podstawowe pojęcia i elementy

#### 5.3. Strategia innowacyjna regionu jako narzędzie zarządzania

### 6. Organizacja i zarządzanie w sektorze B+R

#### 6.1. Pojęcie i struktura sektora badań i rozwoju

#### 6.2. Instrumenty zarządzania sektorem B+R

#### 6.3. Ekonomia działalności jednostek sektora B+R

##### 6.3.1. Składowe działalności podmiotów sektora B+R

##### 6.3.2. Uwarunkowania finansowe sektora B+R

#### 6.4. Sektor B+R a przepływy wiedzy

### 7. Innowacyjne przedsiębiorstwo i jego działalność

#### 7.1. Efektywność działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa w kontekście jego konkurencyjności

##### 7.1.1. Zależność pomiędzy innowacyjnością a konkurencyjnością

##### 7.1.2. Ocena efektywności działalności innowacyjnej

#### 7.2. Cechy innowacyjnej firmy i determinanty jej działalności

##### 7.2.1. Co wyróżnia innowacyjną firmę?

- 7.2.2. Co wpływa na działalność innowacyjną firmy?
- 7.3. Potencjał innowacyjny przedsiębiorstwa
- 7.4. Realizacja procesów innowacji w sieciach i klastrach
- 7.5. Zarządzanie projektami innowacyjnymi
- 7.6. Strategia innowacyjna przedsiębiorstwa
  
- 8. Zarządzanie innowacjami w korporacji
  - 8.1. Wyzwania zarządzania procesami innowacji w korporacji
  - 8.2. Przedsiębiorczość korporacyjna
  - 8.3. Rola menedżerów-liderów w zarządzaniu procesami innowacyjnymi
  - 8.4. Wybrane metody i narzędzia zarządzania innowacjami w korporacji
    - 8.4.1. Planowanie rozwoju technologicznego
    - 8.4.2. Model Stage-Gate w organizacji przebiegu procesu innowacji
  
- 9. Zarządzanie małą firmą innowacyjną
  - 9.1. Tworzenie innowacji w ramach małej firmy
    - 9.1.1. Mocne i słabe strony MŚP w obszarze innowacji
    - 9.1.2. Potencjał innowacyjny małych firm
    - 9.1.3. Zróźnicowanie innowacyjności MŚP
    - 9.1.4. Zdolność absorpcji
  - 9.2. Interakcja z otoczeniem podczas budowania potencjału innowacyjnego
  - 9.3. Współpraca z otoczeniem
    - 9.3.1. Dostawcy wiedzy i technologii
    - 9.3.2. Partnerzy rynkowi
    - 9.3.3. Pośrednicy
    - 9.3.4. Narzędzia polityki innowacyjnej
  - 9.4. Nowe firmy powstające na bazie innowacji
  
- 10. Innowacje w zakresie modeli biznesowych
  - 10.1. Model biznesowy jako sposób postrzegania działania firmy
  - 10.2. Dylematy konfiguracji modelu biznesowego firmy innowacyjnej
  - 10.3. Modele biznesowe w e-biznesie
  - 10.4. Modele biznesowe w ramach platform rynkowych
  
- 11. Wsparcie marketingowe procesów innowacyjnych
  - 11.1. Marketing a procesy innowacyjne
  - 11.2. Założenia marketingu innowacji
  - 11.3. Komercjalizacja innowacji: Podejście marketingowe
  
- 12. Wsparcie informatyczne procesów innowacyjnych
  - 12.1. Charakterystyka narzędzi IT wspierających procesy innowacyjne
  - 12.2. Narzędzia informatyczne wspomagające zarządzanie procesami innowacji
  - 12.3. Technologie semantyczne w zarządzaniu innowacjami
  - 12.4. Big Data jako źródło innowacji
  
- 13. Praktyka innowacji w Polsce. Studia przypadków
  - 13.1. Sen na Jawie (w warunkach globalizacji)
  - 13.2. Przykład wykorzystania modelu Stage-Gate w organizacji procesów innowacji
  - 13.3. Start nowej firmy — poprawianie innowacji w interakcji z partnerami

Zakończenie

Bibliografia

Słownik ważniejszych pojęć

Indeks

