

Spis treści

Wprowadzenie - Anna Zaorska, współpraca Małgorzata Mołęda-Zdziech

Bibliografia

Rozdział 1. Wieczna radość czy przymus kreatywności - próba spojrzenia na retorykę kreatywności z punktu widzenia kulturowej ekonomii politycznej - Joanna Kasza

- 1.1. Kreatywność a "wyobrażenia" kreatywności, czyli ekonomia politycznej kreatywności
- 1.2. Kreatywność w sztuce - symboliczne wyobrażenia kreatywności
- 1.3. Kreatywność w kulturze - kulturowe wyobrażenia kreatywności
- 1.4. Kreatywność w gospodarce - rynkowe wyobrażenia kreatywności
- 1.5. Rynkowe wyobrażenia kreatywności a ekonomia polityczna kreatywności
- 1.6. Rynkowe wyobrażenia kreatywności a zarządzanie

Podsumowanie

Bibliografia

Rozdział 2. Jak mierzyć kreatywność? Przegląd podejść i prób metodologicznych - Bohdan Jung

- 2.1. Pojęcie kreatywności
- 2.2. Umowność statystyki sektora kreatywnego
- 2.3. Ankietowe metody badania "klimatu dla kreatywności"
- 2.4. Rozproszenie resortowych struktur jako utrudnienie pomiaru gospodarki kreatywnej - studium przypadku Wielkiej Brytanii
- 2.5. Mierzenie kreatywności na poziomie jednostkowym

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 3. Innowacje i komercjalizacja wiedzy w naukach społecznych - Andrzej Bukowski, Seweryn Rudnicki

Wstęp

- 3.1. Pojęcie innowacji - geneza i rodzaje
- 3.2. Nauki społeczne dla gospodarki - kontekst empiryczny
- 3.3. Trajektorie innowacji - od pomysłu do przemysłu?
- 3.4. Strukturalne uwarunkowania innowacyjności w naukach społecznych

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 4. "Nowe nowe media" według Paula Levinsona - kreatywna nazwa czy innowacyjna koncepcja? - Małgorzata Mołęda-Zdziech

Wstęp

- 4.1. Nowe nowe media, czyli jakie? Uporządkowanie pojęć
 - 4.1.1. Nowe a stare media
 - 4.1.2. Media cyfrowe - charakterystyka
 - 4.1.3. Nowe nowe media według P. Levinsona
- 4.2. Społeczny kontekst i konsekwencje nowych nowych mediów
 - 4.2.1. Nowe podziały społeczne: "usieciowieni" i "wykluczeni" (netokracja i konsumtariat)
 - 4.2.2. Redefinicja przestrzeni prywatnej i publicznej
- 4.3. Pokolenie "Y", czyli pokolenie sieci
- 4.4. Od modelu broadcasting do modelu slivercasting - schyłek masowego odbiorcy i nowe strategie przygotowywania oferty medialnej

Zakończenie

Bibliografia

Rozdział 5. Ekonomia doznań - ewolucja czy destrukcja przemysłu kreatywnego w dobie gospodarki cyfrowej? - Sylwia Bąkowska, Monika Tomczyk

Wstęp

- 5.1. Cechy wartości wyrobów i usług
- 5.2. Transakcyjne a relacyjne podejście do wartości wyrobów i usług
- 5.3. Pozyskiwanie dóbr kreatywnych "za darmo"
- 5.4. Próbné badania jakościowe na wybranej grupie twórców

Wnioski
Bibliografia

Rozdział 6. Spór o dostęp do dóbr kultury - czas na innowacyjne modele biznesowe - *Anetta Janowska*

Wstęp

- 6.1. Dobra kultury w cyfrowym otoczeniu
- 6.2. Nowe modele biznesowe w przemysłach kultury
- 6.3. Analiza potencjalnej skuteczności modeli biznesowych C. Andersona w odniesieniu do wybranych przemysłów kultury

Wnioski
Bibliografia

Rozdział 7. Ewolucja postaw konsumentów w Polsce wobec sposobów korzystania z rozrywki filmowej - *Maciej Bednarzewski*

Wstęp

- 7.1. Charakterystyka postaw konsumentów w zakresie korzystania z mediów i rozrywki
- 7.2. Zmiany technologiczne a zmiany w zakresie dystrybucji
- 7.3. Wyniki badania

Podsumowanie
Bibliografia
Załącznik

Rozdział 8. Twórcza destrukcja w gospodarce cyfrowej na przykładzie powstania i rozwoju internetowych serwisów aukcyjnych na świecie i w Polsce - *Nina Stępnicka*

Wstęp

- 8.1. Internetowe serwisy aukcyjne a twórcza destrukcja na poziomie makro
- 8.2. Serwis handlowo-aukcyjny Allegro.pl jako innowacja o charakterze twórczej destrukcji na polskim rynku internetowym
- 8.3. Allegro.pl jako przykład serwisu podlegającego procesowi wewnętrznej twórczej destrukcji

Podsumowanie
Bibliografia

Rozdział 9. Przenoszenie usług biznesowych opartych na wiedzy i tworzenie się ich skupisk - przypadek Polski - *Radosław Malik*

Wstęp

- 9.1. Charakterystyka przenoszenia usług biznesowych opartych na wiedzy
- 9.2. Skupiska usług biznesowych opartych na wiedzy
- 9.3. Rozwój usług biznesowych przeniesionych do Polski

Podsumowanie
Bibliografia

Rozdział 10. Innowacyjność w gospodarce Chin - przykład "odwróconej" triady Schumpetera? - *Iwona Nowańska*

Wstęp

- 10.1. Droga Chin od gospodarki planowej do kapitalizmu hybrydowego
- 10.2. Specyfika innowacji "made in China"
- 10.3. Wpływ zagranicznych korporacji transnarodowych na innowacyjność Chin
- 10.4. "Odwrócona" triada Schumpetera na przykładzie rozwoju szybkiej kolei w Chinach

Podsumowanie i wnioski
Bibliografia

Posłowie - *Bohdan Jung*

Noty o Autorach