

Wstęp	7
1. PODEJŚCIA TRADYCYJNE I NOWOCZESNE W ZARZĄDZANIU INNOWACJAMI.....	9
1.1. Specyfika zarządzania innowacjami.....	9
1.2. Tradycyjne modele tworzenia innowacji	10
1.3. Nowoczesne modele rozwoju innowacji.....	16
1.4. Kierunki rozwoju zarządzania innowacjami	22
2. CYKL KONIUNKTURALNY I INNOWACJE.....	24
2.1. Cykliczność gospodarki jako paradygmat ekonomii	24
2.2. Cykl koniunkturalny w ujęciu teorii ekonomicznych	26
2.3. Cykl koniunkturalny a cykl innowacji	29
2.4. Cykl koniunkturalny a działalność innowacyjna i inwestycyjna	31
2.5. Zależność między innowacjami a fazami cyklu gospodarczego.....	40
2.6. Projektowanie i wdrażanie innowacji w różnych fazach cyklu koniunkturalnego	43
3. NOWE WYZWANIA W ZARZĄDZANIU INNOWACJAMI.....	46
3.1. Zarządzanie innowacjami w warunkach kryzysu gospodarczego.....	46
3.2. Innowacje radykalne a innowacje stopniowe.....	49
3.3. Zarządzanie innowacjami a zarządzanie innowacyjnością	53
3.4. Koncepcje innowacji otwartych oraz wielosegmentowego zarządzania jako odpowiedź na kryzys gospodarczy	55
3.5. Procesy globalizacji a zarządzanie innowacjami	59
4. INNOWACJE A ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ	62
4.1. Koncepcja zrównoważonego rozwoju – istota i kontrowersje.....	62
4.2. Zrównoważony rozwój a zarządzanie przedsiębiorstwem.....	63
4.3. Zasady zrównoważonego rozwoju	67
4.4. Innowacje ekologiczne a rozwój zrównoważony.....	68
4.5. Innowacje społeczne jako baza rozwoju gospodarczego	71
4.6. Koncepcja zrównoważonego rozwoju z perspektywy cykliczności gospodarki	73
5. INNOWACJE RADYKALNE W DOBIE DEKONIUNKTURY	76
5.1. Innowacje radykalne a ciągle usprawnienia.....	76
5.2. Znaczenie innowacji radykalnych dla organizacji	77
5.3. Innowacje przełomowe i ich charakterystyka	79

5.4. Przykłady radykalnych innowacji dawniej i dziś.....	83
5.5. Zarządzanie radykalnymi innowacjami w ujęciu procesowym	86
5.6. Innowacje radykalne w dobie spowolnienia gospodarczego	88
6. ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI Z WYKORZYSTANIEM PROJEKTÓW INWESTY- CYJNYCH.....	91
6.1. Uwarunkowania zarządzania innowacjami w warunkach cykliczności gospodarki.....	91
6.2. Inwestycje a innowacje – podobieństwa i różnice	93
6.3. Projekt inwestycyjny w procesie tworzenia i dyfuzji innowacji.....	97
6.4. Wykorzystanie projektu inwestycyjnego w fazach cyklu koniunkturalnego	100
6.5. Narzędzia wspomagające zarządzanie projektem inwestycyjnym.....	102
6.6. Możliwości i ograniczenia wspomagania innowacji przez projekty inwestycyjne.....	104
7. ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI Z WYKORZYSTANIEM CONTROLLINGU	105
7.1. Uwarunkowania wykorzystania narzędzi wspomagających zarządzanie innowacjami .	105
7.2. Specyfika zarządzania controllingowego w obszarze innowacji	107
7.3. Mierniki controllingu w warunkach cykliczności gospodarki	109
7.4. Korzyści z wykorzystywania controllingu innowacji	114
8. MARKETING W ZARZĄDZANIU INNOWACJAMI.....	115
8.1. Uwarunkowania działań marketingowych	115
8.2. Integracja marketingu i badań w procesie innowacji produktu.....	117
8.3. Marketing a cykl życia produktu.....	119
8.4. Strategie marketingowe we wprowadzaniu na rynek innowacji	122
9. KREOWANIE INNOWACJI PRODUKTOWYCH W KLASTRACH SEKTOROWYCH I ŁAŃCUCHACH DOSTAW	126
9.1. Wprowadzenie.....	126
9.2. Specyfika innowacji produktowych w strukturach międzyorganizacyjnych	128
9.3. Klastry sektorowe jako środowisko innowacji.....	132
9.4. Koncentracja innowacji produktowych w klastrze wertykalnym Toyota-shi	134
9.5. Rozproszenie innowacji produktowych w łańcuchu dostaw TRW	137
9.6. Integracja innowacji produktowych w klastrze wertykalnym Li & Fung.....	139
9.7. Modularyzacja innowacji produktowych w klastrze sektorowym w Chongqing	141
9.8. Wnioski z przeprowadzonych badań.....	144
PODSUMOWANIE	147
Bibliografia	150
Netografia.....	160