

Spis treści

O autorach	13
Wykaz skrótów	15
Wprowadzenie. Dlaczego przedsiębiorczość?	
<i>Robert B. Mellor</i>	17
Część I. Zasady	
Rozdział 1. Rozwijanie potencjału ludzkiego	
<i>Robert B. Mellor</i>	25
Wprowadzanie	25
Świetny pomysł to nie wszystko	25
Biznesowa strona medalu	27
Sieć znajomości	29
Tworzenie strategii	31
Wybór tematu	32
Budowa nowego przedsiębiorstwa	33
Podsumowanie	34
Literatura	35
Źródła internetowe	35
Ćwiczenia	36
Rozdział 2. Ekonomia przedsiębiorczości i innowacji	
<i>Robert B. Mellor</i>	37
Wprowadzenie	37
Ewolucja podejścia do innowacji i przedsiębiorczości	37
Łańcuchy wartości	38
Cykle koniunkturalne	40
Przedsiębiorczość w centrum uwagi	41

Właściciele, kapitaliści i przedsiębiorcy	43
Wynalazek to nie innowacja	44
Typy innowacji	45
Źródła innowacji	48
Podsumowanie	49
Literatura	49
Źródła internetowe	50
Ćwiczenia	51

Rozdział 3. Kreatywność

<i>Robert B. Mellor</i>	52
Wprowadzenie	52
Definicja kreatywności	52
Psychologiczne aspekty kreatywności	53
Metody analizowania problemów	55
Metody wyzwiania kreatywności	55
Kreatywność zorientowana na rynek	58
Ocena pomysłów	59
Podsumowanie	60
Literatura	60
Źródła internetowe	61
Ćwiczenia	61

Część II. Praktyka

Rozdział 4. Budowa przewagi strategicznej

<i>Robert B. Mellor</i>	65
Wprowadzenie	65
Pozycjonowanie oferty na rynku	65
Metody analizy rynku	67
Sztuka zdobywania rynku	69
Sformułowanie misji	72
Analiza portfela produktów	72
Podsumowanie	73
Literatura	74
Źródła internetowe	74
Ćwiczenia	75

Rozdział 5. Plan marketingowy

<i>Robert B. Mellor</i>	76
Wprowadzenie	76
Segmentacja rynku	76

Struktura planu marketingowego	78
Badania rynku	79
Koncepcja 4P i 4C	81
Ustalanie ceny	82
Planowanie dystrybucji	83
Promocja — skuteczna reklama	83
Ludzie — macierze zadań	84
Podsumowanie	85
Literatura	85
Źródła internetowe	86
Ćwiczenia	86

Rozdział 6. Biznesplan

<i>Robert B. Mellor</i>	87
Wprowadzenie	87
Źródła kapitału	87
Aniołowie biznesu i venture capital	88
Opracowanie biznesplanu	92
Klasyczny schemat biznesplanu	93
Due diligence	100
Podsumowanie	100
Literatura	100
Źródła internetowe	101
Ćwiczenia	102

Część III. Kontekst

Rozdział 7. Kapitał intelektualny

<i>Robert B. Mellor</i>	105
Wprowadzenie	105
Trzy rodzaje kapitału intelektualnego	105
Patenty i inne formy własności intelektualnej	106
Innowacje w organizacjach	108
Kapitał ludzki — siła napędowa małej firmy	109
Kto jest szczególnie innowacyjny?	111
Różnorodność umiejętności sprzyja innowacjom	112
Efekt odbitej innowacyjności	113
Potencjał kapitału ludzkiego	114
Przedsiębiorczość korporacyjna	115
Transfer technologii	115
Tajniki aliansów strategicznych	116
Fuzje i przejęcia	118
Podsumowanie	118

Literatura	119
Źródła internetowe	120
Ćwiczenia	121

Rozdział 8. Zarządzanie wiedzą

<i>Robert B. Mellor</i>	122
Wprowadzenie	122
Gospodarka oparta na wiedzy	122
Wartość wiedzy	123
Informacje, wiedza i uczenie się	124
Kapitał ludzki a aktywa wiedzy	126
Komputerowe systemy informacyjne	128
Podsumowanie	130
Literatura	130
Źródła internetowe	131
Ćwiczenia	131

Rozdział 9. Sztuka prezentacji

<i>Robert B. Mellor</i>	132
Wprowadzenie	132
Przekazywanie informacji	132
Odbiór przekazu	133
Wystąpienia publiczne	133
Mowa ciała	135
Prezencja	135
Audytoryum	136
Pomoce audiowizualne	136
Struktura prezentacji	138
Udane zakończenie	139
Podsumowanie	139
Literatura	139
Źródła internetowe	140
Ćwiczenia	140

Część IV. Z perspektywy specjalizacji

Rozdział 10. Innowacje techniczne

<i>Robert B. Mellor</i>	143
Wprowadzenie	143
Następstwa globalizacji	143
Rozmiary przedsiębiorstwa i struktura branży	144
Przewaga prekursora	146
Dominujące rozwiązanie	147

Innowacje cyfrowe	149
Podsumowanie	151
Literatura	152
Źródła internetowe	152
Ćwiczenia	152

Rozdział 11. Rewolucja biotechnologiczna

<i>Gary Coulton</i>	154
Wprowadzenie	154
Wyjątkowość biotechnologii	155
Możliwości zaistnienia na rynku biotechnologii	155
Gdzie rodzą się przełomowe innowacje?	161
Możliwości, jakie daje outsourcing	163
Absolwent w roli przedsiębiorcy	163
Punkt widzenia klienta	166
Świat się zmienia, a wraz z nim paradygmaty	167
Inne bariery — regulacje prawne	168
Podsumowanie	169
Literatura	170
Źródła internetowe	171
Ćwiczenia	171

Rozdział 12. Ekopresiębiorczość. Zrównoważony rozwój

<i>Anne Chick</i>	172
Wprowadzenie	172
Nieuchronne zakłócenia ciągłości	172
Przedsiębiorczość przyjazna dla środowiska	173
Co to jest zrównoważony rozwój?	174
Definicja ekopresiębiorczości	174
Rozwój zielonego rynku	176
Czy można pogodzić ekonomię z ochroną środowiska?	177
Specyfika zielonego rynku	179
Stymulowanie ekopresiębiorczych zachowań	181
Podsumowanie	182
Literatura	182
Źródła internetowe	184
Ćwiczenia	184

Rozdział 13. Przedsiębiorczość w sferze opieki zdrowotnej i społecznej

<i>Antonia Bifulco</i>	186
Wprowadzenie	186
Społeczne potrzeby i korzyści	186

Motywacja	187
Obiecujące perspektywy	188
Szerokie spektrum produktów	189
Różnorodność klientów	190
Wymagana wiedza i umiejętności	192
Co trzeba wiedzieć?	194
Przeszkody	194
Przedsiębiorstwo społeczne	196
Organizacje niezarobkowe	197
Organizacje charytatywne — przedsiębiorczość społeczna	198
Podsumowanie	199
Literatura	199
Źródła internetowe	200
Ćwiczenia	200

Rozdział 14. Przedsiębiorczość na rynku mediów

<i>Noha Mellor</i>	201
Wprowadzenie	201
Dziennikarstwo jako część sektora kulturalnego	202
Kultura w epoce postindustrialnej	202
Dlaczego kultura jest tak ważna?	203
Media i pięć sił Portera	205
Obiecujące perspektywy	206
Konwergencja mediów	206
Innowacje i dziennikarstwo	208
Freelancing, czyli najkrótsza droga do sławy	209
Rola znajomości	210
Strategie przedsiębiorcze i czynniki sukcesu	213
Podsumowanie	215
Literatura	215
Źródła internetowe	217
Ćwiczenia	217

Rozdział 15. Sektor twórczości artystycznej

<i>Alan Fisher</i>	218
Wprowadzenie	218
Ogólna charakterystyka sektora twórczości artystycznej	218
Wsparcie ze strony państwa	221
Analiza rynku rozrywki	221
Kto wydaje pieniądze na rozrywkę?	222
Bariery dla przedsiębiorców	222
Przemysł filmowy	225

Przemysł muzyczny	232
Podsumowanie	239
Literatura	239
Źródła internetowe	240
Ćwiczenia	241

Część V. Do dzieła

Rozdział 16. Rozwijanie nowego przedsiębiorstwa

<i>Robert B. Mellor</i>	245
Wprowadzenie	245
Innowacyjny znaczy atrakcyjny	245
Franchising	246
Biznes opiera się na sprzedaży	247
Marketing i reklama w małej firmie	248
Przywództwo w małej firmie	249
Sieć kontaktów zawodowych	251
Przedsiębiorcze zarządzanie	252
Uczenie się na błędach	253
Podsumowanie	254
Literatura	254
Źródła internetowe	255
Ćwiczenia	255

Załącznik A. Dziesięciowymiarowa skala ewaluacyjna	257
---	-----

Załącznik B. Studia przypadków	263
---	-----

Załącznik C. Kilka pomysłów na biznes	270
--	-----

Słownik terminów	275
-------------------------------	-----

Indeks	279
---------------------	-----