

Spis treści

Od autora	7
Rozdział 1	
Rozwój przedsiębiorstwa – podstawowe pojęcia, związki, bariery	9
1.1. Podstawowe pojęcia i ich związki	9
1.2. Bariery rozwoju przedsiębiorstwa	16
1.3. Rozwój firmy, jej misja i cele	26
1.4. Zarządzanie przedsięwzięciami rozwojowymi jako działalność komercyjna	30
1.5. Planowanie przedsięwzięć	32
Rozdział 2	
Formy finansowania przedsięwzięć badawczych, rozwojowych, innowacyjnych	51
2.1. Źródła finansowania przedsięwzięć w świetle badań statystycznych	51
2.2. Finansowanie przedsięwzięć rozwojowych z wykorzystaniem środków z budżetu państwa	53
2.3. Finansowanie rozwoju firm z wykorzystaniem środków z banków	65
2.4. Finansowanie rozwoju firm z wykorzystaniem funduszy Unii Europejskiej	71
2.5. Finansowanie inwestycji rozwojowych poprzez venture capital/private equity	81
2.6. Kapitał własny i inne źródła finansowania	87
Rozdział 3	
Formy organizacyjne realizacji prac badawczych, rozwojowych, innowacyjnych	90
3.1. Kierunki rozwiązań organizacyjnych w świetle badań	90
3.2. Sieci innowacyjne	93
3.3. Klastry	96
3.4. Parki nauki, parki technologiczne, centra transferu technologii	107
3.5. Typowe struktury organizacyjne realizacji prac projektowych	111
3.6. Rola kierownictwa przedsięwzięcia	116
3.7. Zarządzanie rozwojem a globalizacja	123

Rozdział 4

Typowe techniki wykorzystywane w działalności badawczej, rozwojowej i innowacyjnej 131

- 4.1. Wykorzystanie technik wśród liderów działalności innowacyjnej 131
- 4.2. Charakterystyka technik zarządzania innowacjami 139
- 4.3. Analizy strategiczne w działalności przedsiębiorstwa 149
- 4.4. Metody planowania struktury przedsięwzięć, przebiegu zadań, wykorzystania zasobów 176

Rozdział 5

Restrukturyzacja i zmiana jako element działalności rozwojowej przedsiębiorstwa 185

- 5.1. Restrukturyzacja – wybrane definicje i poglądy 185
- 5.2. Przesłanki i kierunki restrukturyzacji przedsiębiorstw 189
- 5.3. Modelowe rozwiązania problemów restrukturyzacyjnych 199
- 5.4. Rzeczywisty a postulowany model działań restrukturyzacyjnych 202

Rozdział 6

Rola transferu i marketingu nowych technologii w rozwoju przedsiębiorstwa 210

- 6.1. Transfer technologii i jego formy 210
- 6.2. Wdrażanie technologii i elementy sukcesu wdrażania transferu technologii 216
- 6.3. Modelowy system marketingu w procesie transferu technologii 218

Bibliografia 227