

Spis treści

Wstęp	5
I. Innowacje i procesy innowacyjne	6
1. Pojęcie i klasyfikacja innowacji technicznych	6
2. Proces innowacyjny a cykl życia produktu	12
3. Dyfuzja innowacji	21
II. Przedsiębiorstwo a innowacje techniczne	25
1. Przedsiębiorstwo innowacyjne – pojęcie i warunki funkcjonowania	25
2. Innowacje a modernizacja przedsiębiorstwa	28
3. Strategia przedsiębiorstwa w działalności innowacyjnej	30
4. Struktury organizacyjne sprzyjające innowacjom	39
III. Innowacje i działalność innowacyjna przedsiębiorstw w praktyce ...	42
1. Innowacje a wielkość przedsiębiorstwa w świetle badań empirycznych	42
2. Małe firmy innowacyjne w Europie Zachodniej	45
3. Działalność innowacyjna wybranych przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce	51
4. Nieudana innowacja – studium przypadku	56
IV. Rynkowe uwarunkowania działalności innowacyjnej	63
1. Przedsiębiorstwo innowacyjne jako przedmiot oddziaływania rynku i podmiot oddziałujący na rynek	63
2. Inspiracyjna funkcja rynku w procesach innowacyjnych	66
3. Orientacja rynkowa a działalność innowacyjna	67
V. Analiza rynku na potrzeby przedsiębiorstwa innowacyjnego	71
1. System informacyjny producenta-innowatora	71
2. Analiza rynku zbytu jako podstawa wprowadzania nowego produktu ..	77
3. Metody badania popytu na innowacje produktowe	84
VI. Marketing w działalności innowacyjnej przedsiębiorstwa	89
1. Planowanie innowacji produktowej	89
2. Wprowadzenie innowacji produktowej na rynek jako element działalności innowacyjnej	92
3. Wykorzystanie marketingu w działalności innowacyjnej	99
Aneks: ATLAS – „Lot nad bocianim gniazdem”	107
Bibliografia	113