

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
--------------	---

Część pierwsza

POJĘCIE I RODZAJE INNOWACJI

– DYLEMATY METODOLOGICZNE	25
----------------------------------	----

1. Innowacje – uwagi terminologiczne	25
2. Tajemniczy mistrzowie – Stegu	39
3. Atrybuty innowacji – zmiana i wdrożenie	45
4. Tajemniczy mistrzowie – Explomet	56
5. Studium przypadku – wynalazek – przypadek czy innowacja?	61

Część druga

ORIENTACJA NA INNOWACJE

VERSUS ORIENTACJA RYNKOWA PRZEDSIĘBIORSTW	87
--	----

1. Ewolucja marketingu – raz jeszcze	87
2. Tajemniczy mistrzowie – Kler	109
3. Marketing a współczesne wyzwania procesów zarządczych	116
4. Tajemniczy mistrzowie – Stelmach	136
5. Atrybuty innowacji – nowość – ujęcie marketingowe	144
6. Studium przypadku – zaskakująco nowoczesne praktyki marketingowe?	166

Część trzecia

PRZEDSIĘBIORSTWO W BURZLIWYM OTOCZENIU 183

1. Tajemniczy mistrzowie – Chespa 183
2. Przedsiębiorstwo a rynek – komentarz do macierzy Ansoffa 204
3. Tajemniczy mistrzowie – Piomar i Gniotpol 225
4. Atrybuty innowacji – dodatnia suma korzyści 242

Część czwarta

MODELE BIZNESOWE

– INNOWACJE W PRZESTRZENI SPOŁECZNEJ 265

1. Granice marketingu 265
2. Macierz ICON – wymiary praktyczne 277
3. Tajemniczy mistrzowie – Park Naukowo-Technologiczny w Opolu 300
4. Społeczny wymiar innowacji – atrybuty innowacji 313
5. Studium przypadku – MovieBird 337

ZAKOŃCZENIE 348

BIBLIOGRAFIA 358

NOTY O AUTORACH 389