

<b>Wstęp <i>Alfreda Kamińska</i></b>	9
<b>Rozdział I Strategie zarządzania działalnością innowacyjną</b>	15
<b>1. Strategia przekształcania małych i średnich przedsiębiorstw w firmy innowacyjne <i>Alicja Sosnowska</i></b>	17
Wprowadzenie	17
1.1. Wysoka inteligencja strategiczna cechą wyróżniającą współczesną firmę innowacyjną	18
1.2. Wybór strategii transformacji małego lub średniego przedsiębiorstwa w firmę innowacyjną	20
1.2.1. Uwarunkowania powstania impulsu innowacyjnego	20
1.2.2. Strategia niszy rynkowej	22
1.2.3. Strategie współpracy MŚP z organizacjami innowacyjnymi	24
1.2.4. Strategia udziału firmy innowacyjnej w parku technologicznym	25
1.2.5. Strategie firmy w klastrze	26
1.2.6. Strategia firmy w sieci drogą do wzrostu innowacyjności firmy	28
Podsumowanie	31
<b>2. Zarządzanie działalnością innowacyjną w kontekście społecznej świadomości innowacyjności <i>Lidia Białoń, Emilia Werner</i></b>	33
Wprowadzenie	33
2.1. Innowacyjność i świadomość innowacyjności	34
2.2. Proces innowacyjny	37
2.3. Firma innowacyjna	39
2.4. Zarządzanie działalnością innowacyjną – uzasadnienie wyodrębnienia jako subdyscypliny nauk o zarządzaniu	41
2.5. Skutki innowacji	43
Podsumowanie	48
<b>3. Rola marketingu w kształtowaniu procesu zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie <i>Danuta Janczewska</i></b>	51
Wprowadzenie	51
3.1. Proces zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie w świetle literatury	52
3.2. Zasoby wiedzy w mikroprzedsiębiorstwie	55
3.3. Marketingowe wsparcie procesu zarządzania wiedzą na podstawie badań własnych	57
Podsumowanie	62

<b>Rozdział II Innowacyjność polskiego przemysłu – stan i bariery</b>	<b>63</b>
<b>1. Innowacyjność polskiego przemysłu, 2006–2012: Był postęp czy nie?</b>	
<b>Andrzej H. Jasiński</b>	<b>65</b>
Wprowadzenie	65
1.1. Kluczowa rola B+R w rozwoju współczesnego przedsiębiorstwa	66
1.2. Ogólny obraz innowacyjności polskiego przemysłu	67
1.3. B+R w przedsiębiorstwach a innowacyjność gospodarki	74
1.4. Podstawowe ustalenia	79
Podsumowanie	81
<b>2. Bariery wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach w Polsce</b>	
<b>Alfreda Kamińska</b>	<b>83</b>
Wprowadzenie	83
2.1. Istota i rodzaje innowacji	84
2.2. Uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw	88
2.3. Czynniki hamujące innowacyjność w świetle badań	90
2.4. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw przemysłowych	93
2.4.1. Charakterystyka badanej próby	94
2.4.2. Wyniki badań	95
Podsumowanie	101
<b>Rozdział III Determinanty i efekty innowacyjności przedsiębiorstw</b>	<b>103</b>
<b>1. Uwarunkowania i ekonomiczne efekty działalności innowacyjnej spółdzielni mleczarskich w Polsce</b>	
<b>Mariusz Chądzyński</b>	<b>105</b>
Wprowadzenie	105
1.1. Materiał i metodyka badań	107
1.2. Pojęcie i typologia innowacji	108
1.3. Klasyfikacja czynników warunkujących działalność innowacyjną	112
1.4. Aktywność innowacyjna spółdzielni mleczarskich	115
1.4.1. Czynniki ekonomiczne warunkujące działalność innowacyjną spółdzielni mleczarskich	119
Podsumowanie	121
<b>2. Wpływ klastrów na tworzenie środowiska innowacyjnego regionu</b>	
<b>Jan Boguski</b>	<b>123</b>
Wprowadzenie	123
2.1. Skupiska rzemieślnicze oraz okręgi przemysłowe	125
2.2. Koncepcja gron przemysłowych	127
2.3. Podejścia do budowania klastrów oraz ich koordynacja	128
2.4. Rodzaje klastrów i ich charakterystyka	130
2.5. Klastry tradycyjne i kreatywne	131
Podsumowanie	137

<b>Rozdział IV Działalność innowacyjna przedsiębiorstw – wybrane aspekty</b>	139
<b>1. Planowanie procesów innowacji: wymagania, ograniczenia oraz model postępowania <i>Magdalena Jurczyk-Bunkowska</i></b>	141
Wprowadzenie	141
1.1. Specyfika procesów innowacji	143
1.1.1. Niepewność procesów innowacji	144
1.1.2. Tworzenie wiedzy, jako efekt realizacji procesów innowacji	146
1.2. Organizacja badań dotyczących praktyk planowania procesów innowacji	147
1.2.1. Projekt badań i uzasadnienie dobranych metod	148
1.2.2. Realizacja badań	149
1.3. Planowanie procesów innowacji	150
1.3.1. Wymagania wobec planów procesu innowacji	151
1.3.2. Ograniczenia w planowaniu procesów innowacji	152
1.3.3. Model planowania procesów innowacji	153
Podsumowanie	156
<b>2. Polskie przedsiębiorstwa w Internecie. <i>Innowacja czy konieczność?</i> <i>Radosław Dawdziuk</i></b>	159
Wprowadzenie	159
2.1. Historia Internetu	160
2.2. Pojęcie innowacji	161
2.3. Wykorzystanie Internetu w działalności przedsiębiorstw	163
2.4. Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych – wyniki badań GUS	165
Podsumowanie	177
<b>3. Innowacje organizacyjne jako determinanty rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw <i>Dagmara Miąsek</i></b>	179
Wprowadzenie	179
3.1. Przegląd terminologiczny pojęcia innowacje organizacyjne	180
3.2. Uwarunkowania organizacyjne innowacji	183
3.3. Innowacje w małych i średnich przedsiębiorstwach (MŚP)	186
3.4. Innowacje organizacyjne w polskich i zagranicznych małych i średnich przedsiębiorstwach – <i>wyniki badań</i>	191
Podsumowanie	194
<b>Podsumowanie <i>Alfreda Kamińska</i></b>	195
Bibliografia	199