Obsah

Seznam obrázků 8
Seznam tabulek 9
Seznam zkratek 10
Značky a symboly v učebním textu 12
Předmluva 13
Úvod 14

1. KAPITOLA: INOVACE A PODNIKÁNÍ 17
1.1 Trh a tržní prostředí 18
1.2 Podnik a podnikání 19
1.3 Inovační podnikání 21
1.4 Udržitelnost v podnikání 24
1.5 Společenská odpovědnost firem 26
1.6 Cirkulární ekonomika 27

2. KAPITOLA: INOVACE 35
2.1 Inovace 36
2.2 Invence 37
2.3 Kreativita 37
2.4 Inovační metody 40
2.4.1 Metody pro generování nápadů 41
2.4.2 Metody pro analýzu a výběr nápadů 44
2.4.3 Metody pro implementaci a šíření inovací 45
2.5 Zdroje inovací 47
2.6 Typy inovací 49
2.7 Typy inovací ve sledování inovačních aktivit 52
2.8 Řády inovací 54
2.9 Faktory úspěšnosti inovací 55

3. KAPITOLA: INOVAČNÍ PROCES 63
3.1 Inovační proces 64
3.2 Fáze inovačního procesu 66
3.3 Rizika inovačního procesu 67
3.4 Lineární model inovačního procesu 68
3.5 Řetězový model inovačního procesu 71
3.6 Fázově bránový model inovačního procesu 74
3.7 Model trojité šroubovnice (Triple helix model) 75
3.8 Model čtverní šroubovice 78
3.9 Model difuze inovací 79
3.10 Model přijetí inovace (S-křivka) 81

4. KAPITOLA: MANAGEMENT A MARKETING INOVACÍ 91
4.1 Cíl a úkoly managementu inovací 92
4.2 Strategický výzkum trhu 94
4.3 Systém řízení inovací 96
4.4 Hodnocení inovačních schopností podniku. 96
4.4.1 Metriky hodnocení inovací 97
4.4.2 Hodnocení inovační výkonnosti 97
4.4.3 Inovační potenciál podniku 98
4.4.4 Inovační kapacita 99
4.4.5 Rozdíl mezi inovační kapacitou a inovačním potenciálem 99
4.5 Inovační strategie 100
4.5.1 Typologie inovačních strategií podle Freemana 102
4.5.2 Strategie modrých oceánů 103
4.5.3 Strategie uzavřených a otevřených inovací 103
4.5.4 Průkopnická strategie (Pioneering Strategy) 104
4.5.5 Strategie rychlého druhého (Fast Follower Strategy) 105
4.5.6 Strategie reverzních inovací 106
4.5.7 Marketingové inovační strategie 106
4.5.8 Inovační strategie České republiky 108
4.6 Cíl a úkoly marketingu inovací 109
4.6.1 Marketingový výzkum trhu 110
4.6.2 Segmentace trhu 111
4.6.3 Analýza užitné hodnoty produktu 111
4.6.4 Metody zjišťování užitku pro zákazníka 112

5. KAPITOLA: REALIZACE PŘÍLEŽITOSTÍ 121
5.1 Přínosy inovací 122
5.2 Tradiční a nový model podnikání 123
5.3 Metody tvorby obchodního modelu 124
5.3.1 Fáze vývoje obchodního modelu 124
5.3.2 Návrh obchodního modelu 125
5.3.3 Tradiční metody tvorby obchodního modelu 126
5.3.4 Moderní přístupy k tvorbě obchodního modelu 127
5.4 Financování inovací 128
5.4.1 Vlastní a cizí zdroje financování 128
5.4.2 Institucionální a účelové financování 128
5.4.3 Financování ze soukromých zdrojů 129
5.4.4 Výběr financování podle fáze vývoje inovace 131

6. KAPITOLA: INOVAČNÍ KULTURA A INOVAČNÍ AKTÉŘI 137
6.1 Inovační kultura 138
6.2 Inovační aktéři 141
6.2.1 Role aktérů v inovačním procesu 142
6.2.2 Formy spolupráce aktérů inovačním procesu 142
6.2.3 Doporučení pro efektivní spolupráci aktérů 143

6.3 Inovační sítě 144
6.4 Globalizace inovací 146
6.5 Inovační klastry 149

7. KAPITOLA: PRŮMYSLOVÉ VLASTNICTVÍ A AUTORSKÉ PRÁVO 157
7.1 Vlastnictví 158
7.2 Duševní vlastnictví 158
7.3 Autorské právo 159
7.4 Průmyslové vlastnictví 164
7.4.1 Patenty na vynálezy 165
7.4.2 Užitné vzory 166
7.4.3 Průmyslové vzory 168
7.4.4 Ochranné známky 170
7.4.5 Označení původu a zeměpisná označení 172
7.5 Podání patentové přihlášky a proces udělení patentu 174
7.5.1 Klíčové otázky před podáním patentové přihlášky 174
7.5.2 Rešerše na průmyslově právní nezávadnost 174
7.5.3 Podání patentové přihlášky a vznik práva přednosti 175
7.5.4 Žádost o úplný průzkum 175
7.5.5 Udělení patentu 175

Glosář 179
Literatura 186
Vzorový test 194