

## **OBSAH:**

<b>1. Úvod.</b>	<b>8</b>
<b>2. Kondratěvův cyklus a související teorie.</b>	<b>14</b>
2.1. Kondratěvův cyklus	14
2.2. Teorie vysvětlující Kondratěvův cyklus	18
2.2.1. Inovační teorie	18
2.2.2. Kapitálová teorie	19
2.2.3. Teorie pracovní síly	19
2.2.4. Teorie demografická a sociálně psychologická	19
<b>3. Inovační teorie.</b>	<b>22</b>
3.1. Inovační teorie Prof. Valenty	25
3.2. Inovační teorie Prof. Gutenberga	27
3.3. Klasifikace změn podle Prof. Vlčka	27
<b>4. Cyklus rozvoje vědy a techniky</b>	<b>33</b>
<b>5. Management rozvoje vědy a techniky</b>	<b>39</b>
5.1. Současné přístupy k řízení RVT	41
5.2. Specifika managementu rozvoje vědy a techniky	44
<b>6. Inovace jako systémová činnost.</b>	<b>49</b>
6.1. Metoda PLC	52
<b>7. Zdroje inovačních příležitostí</b>	<b>54</b>
7.1. Změny uvnitř oboru	55
7.1.1. Nečekané události	56
7.1.2. Rozpory	58
7.1.3. Potřeby procesu	59
7.1.4. Oborové a tržní struktury	60
7.2. Změny mimo obor	61
7.2.1. Demografické faktory	61
7.2.2. Změny v pohledu na svět	61
7.2.3. Nové znalosti	61
<b>8. Principy realizace inovací</b>	<b>64</b>

<b>9. Inovační duch firmy</b>	<b>67</b>
9.1. Intelektuální kapitál firmy	67
9.2. Tvorba inovačního ducha firmy	70
9.3. Hodnocení inovační výkonnosti firmy	70
9.4. Budování inovační infrastruktury společnosti 21. století	72
9.5. Příklady inovujících firem	73
<b>10. Zásady akvizice</b>	<b>78</b>
<b>11. Řízení nového projektu</b>	<b>81</b>
11.1. Zásady tvorby a řízení nového projektu	81
11.2. Praktiky uplatňované při řízení nového projektu.	83
<b>12. Problematika řízení inovací u neziskových organizací</b>	<b>85</b>
12.1. Formy neziskových organizací	86
12.2. Podnikatelské řízení neziskových organizací	89
<b>13. Podnikatelská strategie: „Být první a maximální“</b>	<b>91</b>
<b>14. Podnikatelská strategie: „Udeřit na ně tam, kde nejsou“</b>	<b>93</b>
14.1. Tvůrčí imitace	93
14.2. Podnikatelské judo	94
<b>15. Podnikatelská strategie: „Ekologické tržní niky“</b>	<b>96</b>
15.1. Mýtní závora	96
15.2. Specializovaná odbornost	97
15.3. Specializovaný trh	98
<b>16. Podnikatelská strategie: „Změna hodnot a charakteristik“</b>	<b>99</b>
16.1. Změna užitné hodnoty	99
16.2. Cenová politika	100
16.3. Sociální a ekonomická realita zákazníka	100
16.4. Skutečná hodnota	100
<b>17. Strategická inovace</b>	<b>103</b>
<b>18. Národní inovační strategie</b>	<b>109</b>
<b>19. Zadání seminární práce</b>	<b>141</b>
18.1. Osnova seminární práce	141