

OBSAH

- 7 Předmluva
- 8 Design a transformace
- 9 Kam si můžeme dát svůj stánek?

DISKONTINUITY

- 14 Českými cestami od kapitalismu k socialismu a zase zpět
- 16 Ekonomické postavení České republiky v Evropské unii
- 18 Měkké rámce. Institucionální opory designu

STRATEGIE

- 22 Staronové řemeslo v současném designu. Obroda a aktualizace tradičních postupů v (post)digitální době
- 26 Transformace designu, transformace designem. Proměny oboru v kontextu digitalizace, datafikace a dalších technologických změn
- 30 Udržitelnost jako pohyblivý terč současné teorie a praxe designu

DISKONTINUITY

- 39 TON
- 47 Český porcelán
- 55 Škoda Auto
- 61 Botas/PÁR
- 67 LINET
- 73 mmcité
- 79 Egoé
- 85 LASVIT

STRATEGIE

- 95 Bomma
- 103 Strážnický modrotisk
- 111 Prusa Research
- 117 Amanita Design
- 123 Textile Mountain
- 129 Unique Client

ČESKÁ KRAJINA

- 138 Česká krajina. Design spojený s pražskou UMPRUM