

Obsah

Část I – Řízením k inovacím 1

1 Klíčové otázky při řízení inovací	3
1.1 Inovace a konkurenční výhoda	.6
1.2 Typy inovací	.11
1.3 Důležitost inkrementálních inovací	.14
1.4 Inovace jako znalostní proces	.16
1.5 Problémy související s diskontinuální inovací	.19
1.6 Christensenova teorie disruptivní inovace	.28
1.7 Jiné zdroje diskontinuity	.32
1.8 Inovace není snadná...	.32
1.9 ...ale je naprosto nutná	.39
1.10 Nové výzvy, stejné reakce jako dřív?	.42
1.11 Obsah a koncepce této knihy	.52
1.12 Shrnutí a doporučená literatura	.55
2 Inovace jako řídicí proces	63
2.1 Inovace jako klíčový podnikový proces	.65
2.2 Vývoj modelů procesu inovace	.72
2.3 Důsledky dílčího chápání inovačního procesu	.75
2.4 Můžeme inovace řídit?	.75
2.5 Úspěšné inovace a úspěšní inovátoři	.80
2.6 Co vlastně víme o úspěšném řízení inovací?	.81
2.7 Struktura úspěšného inovačního procesu	.84
2.8 Klíčové kontextové vlivy	.91
2.9 Za hranice rovnovážného stavu	.92
2.10 Na druhé straně hranic	.94
2.11 Shrnutí a doporučená literatura	.94

Část II – Strategický přístup k řízení inovací 101

3	Základní přístupy k tvorbě inovační strategie	105
3.1	„Racionalistické“ nebo „inkrementální“ strategie pro inovace?	106
3.2	Technologie a konkurenční analýza	111
3.3	Zhodnocení systému M. Portera	114
3.4	Dynamické schopnosti firmy	119
3.5	Inovační strategie v malých firmách	119
3.6	Shrnutí a doporučená literatura	121
4	Pozice: národní a konkurenční prostředí firmy	125
4.1	Národní systémy inovací	125
4.2	Inovační pozice firmy v porovnání s konkurencí	142
4.3	Využití přínosů z inovací	147
4.4	Pozice malých firem	156
4.5	Shrnutí a doporučená literatura	158
5	Cesty: využití možných technologických směrů	165
5.1	Hlavní alternativy technologických trajektorií	166
5.2	Revoluční technologie: biotechnologie, materiály a IT	170
5.3	Rozvoj specifických firemních kompetencí	175
5.4	Technologické cesty malých firem	190
5.5	Shrnutí a doporučená literatura	193
6	Procesy: integrací ke strategickému učení	199
6.1	Umístění aktivit výzkumu a vývoje – centrální versus distribuované	200
6.2	Umístění výzkumu a vývoje – globální versus lokální	205
6.3	Přidělování zdrojů na inovace	209
6.4	Technologie a podniková strategie	216
6.5	Organizační procesy v malých firmách	224
6.6	Shrnutí a doporučená literatura	224

Část III – Vytváření efektivních externích vazeb 231

7	Získávání poznatků z trhu	233
7.1	Jak technologie a trhy ovlivňují komercializaci?	234
7.2	Diferenciace produktů	238
7.3	Vytváření architekturních produktů	243
7.4	Marketing u technologických produktů	249
7.5	Komercializace složitých produktů a systémů	256
7.6	Šíření inovace a faktory, které jej ovlivňují	261
7.7	Shrnutí a doporučená literatura	270
8	Získávání poznatků prostřednictvím aliancí	275
8.1	Proč spolupracovat?	275
8.2	Formy spolupráce	281
8.3	Modely spolupráce	301
8.4	Účinek technologie a organizace	304
8.5	Řízení aliancí s cílem učení	312
8.6	Shrnutí a doporučená literatura	322

Část IV – Efektivní mechanismy pro realizaci inovací 327

9	Řízení interních procesů	329
9.1	Realizace efektivního průzkumu	331
9.2	Realizace efektivní volby a tvorba strategií	341
9.3	Efektivní získávání znalostí	349
9.4	Řídicí postupy při implementaci inovací	356
9.5	Uvedení inovace na trh	367
9.6	Proces učení a re-inovace	373
9.7	Když nastanou podmínky diskontinuity	376
9.8	Za hranicemi individuálního podniku	381
9.9	Shrnutí a doporučená literatura	384

10 Učení prostřednictvím podnikání podniku (Corporate Ventures)	395
10.1 Co je to Corporate venture (interní podnik)?	396
10.2 Důvody pro Corporate venturing (podnikové podnikání)	400
10.3 Řízení Corporate ventures (interních podniků)	406
10.4 Organizační struktury nových podniků	417
10.5 Poznatky získané z interního podnikání	423
10.6 Shrnutí a doporučená literatura	428

Část V – Jak vytvořit inovativní organizaci **433**

11 Budování inovativní organizace	435
11.1 Sdílená vize, vedení a vůle inovovat	436
11.2 Vhodná organizační struktura	441
11.3 Klíčoví jednotlivci	445
11.4 Podpora vzdělávání a personálního rozvoje	448
11.5 Vysoké zapojení do inovací	449
11.6 Efektivní týmová práce	456
11.7 Kreativní klima	460
11.8 Externí zaměření	462
11.9 Rozsáhlá komunikace	463
11.10 Učí se organizace	463
11.11 Za hranicemi organizace	464
11.12 Budování inovativní organizace v podmínkách diskontinuity	468
11.3 Shrnutí a doporučená literatura	473
12 Vytváření nových inovativních firem	483
12.1 Zdroje firem na bázi nových technologií	483
12.2 Univerzitní inkubátory	485
12.3 Profil technologického podnikatele	489
12.4 Podnikatelský plán	491
12.5 Ekonomické výsledky a růst inovativních malých firem	502
12.6 Shrnutí a doporučená literatura	506

Část VI – Hodnocení a zlepšování výkonu v oblasti řízení inovací	511
<hr/>	
13 Integrační přístup k řízení inovací	513
13.1 Klíčová témata	513
13.2 Jak se učit řídit inovace	515
13.3 Auditování inovačního řízení	518
13.4 Jaký typ inovátora je vaše organizace?	523
Výkladový slovník	529
<hr/>	
Rejstřík	543
<hr/>	