

Úvod	7
1 Modely inovačných procesov	9
1.1 Klasické a moderné prístupy k inováciám	9
1.2 Druhy a klasifikácia inovácií	16
1.3 Fázy inovačného procesu	19
1.4 Schumpeterove inovačné modely	22
1.5 Schmooklerov model inovácií ťahaných dopytom	24
1.6 Model inovačného procesu podľa Rothwella	25
1.7 Klinov inovačný model	28
1.8 Beijeov inovačný model	30
2 Inovácie a kvalita, inovácie a marketing	32
2.1 Kvalita inovovaných výrobkov	32
2.2 Inovácie a Kaizen	36
2.3 Marketingová inovačná stratégia	40
2.4 Inovatívny marketing a jeho význam pre prácu manažérov	42
2.5 Stratégia podnikateľských jednotiek	44
2.6 Bariéry inovácií v malých a stredných podnikoch	51
3 Organizovanie a organizačné štruktúry	69
3.1 Funkcionálna organizačná štruktúra	70
3.2 Procesná organizačná štruktúra	72
3.3 Objektová (divizionálna) organizačná štruktúra	76
3.4 Multidivízna organizačná štruktúra	78
3.5 Maticová organizačná štruktúra	80
3.6 Projektová organizačná štruktúra.....	86
3.7 Holdingová organizačná štruktúra	89
3.8 Sieťová organizačná štruktúra	92
3.9 Organizácia inovačného procesu v slovenských podnikoch	94
4 Rozhodovanie v inovačnom procese	98
4.1 Identifikácia rozhodovacieho procesu	100

4.2	Formulovanie rozhodovacej situácie	101
4.3	Stanovenie základných cieľov	103
4.4	Výber spôsobu modelovania problémov	107
4.5	Vytvorenie možných variantov dosiahnutia stanovených cieľov	107
4.6	Výber metódy určenia optimálneho variantu	109
4.7	Výber rozhodovacích kritérií	110
4.8	Aplikácia zvolenej metódy výberu optimálneho variantu	111
4.9	Prijatie rozhodnutia a jeho implementácia	113
5	Marketingový informačný systém	114
5.1	Počítačová podpora výrobných procesov	120
5.2	Informačné systémy na podporu inovácií	132
6	Techniky manažérstva inovácií	134
6.1	Význam IMTs	134
6.2	Identifikácia techník pre manažerstvo inovácií	136
6.3	IMTs založené na technikách tvorivosti	142
7	Znalostne intenzívne služby pre podniky	153
7.1	Identifikácia a hlavné druhy KIBS.....	156
7.2	Úlohy a funkcie KIBS z hľadiska inovácií	157
7.3	Inovačná politika EÚ	162
8	Formy financovania inovačných aktivít	167
8.1	Účinnosť financovania marketingových inovácií	167
8.2	Formy financovania inovačných aktivít	168
9	Reinžiniering a inovačný potenciál na Slovensku	177
9.1	Metodológia reinžinieringu	177
9.2	Konzultačné firmy a reinžiniering podnikových procesov	180
9.3	Porovnanie zahraničných a slovenských reinžinieringových metodík	187
10	Nákupné správanie spotrebiteľa	189
10.1	Modely spotrebiteľského správania	194
10.2	Faktory spotrebiteľského správania	196
10.3	Nákupné rozhodovanie spotrebiteľov	204
11	Štíhly a inovatívny podnik	207
12	Klastre	220
12.1	Štruktúra klastra	220

12.2 Klastre a konkurencieschopnosť	231
Zoznam použitej literatúry	241