

Spis treści

Wstęp	17
Część I	
Innowacje - teoria i praktyka	
Rozdział 1	
W kierunku innowacyjności. Istota strategii innowacji	
- <i>Edyta Maria Pieniacka</i>	23
Streszczenie	23
Wprowadzenie	23
1.1. Pojęcie innowacji w świetle literatury przedmiotu	26
1.2. Istota strategii innowacji	29
Podsumowanie	33
Bibliografia	34
Rozdział 2	
Innowacyjność jako główne narzędzie budowy przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa - z perspektywy pokolenia Y	
- <i>Natalia Malik, Mateusz Niemczyk</i>	35
Streszczenie	35
Wprowadzenie	35
2.1. Innowacyjność jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw	36
2.2. Pokolenie Y jako liderzy innowacyjności	40
2.3. Analiza wyników przeprowadzonych badań sondażowych	42
Podsumowanie	43
Bibliografia	44
Rozdział 3	
Skuteczne zarządzanie procesem innowacyjnym w przedsiębiorstwie - propozycja usprawnień	
- <i>Zofia Gródek-Szostak</i>	47
Streszczenie	47
Wprowadzenie	48
3.1. Skuteczne zarządzanie innowacjami	49
3.2. Podejście do zarządzania procesem innowacyjnym w procedurze ProMaTeT	49
3.3. ProMaTeT w zastosowaniu praktycznym - studium przypadku FORMES Sp. z o.o	55
Podsumowanie	61
Bibliografia	62

Rozdział 4

Wiedza jako zasób kluczowy dla rozwoju ekoinnowacji w polskich firmach-dostawcach technologii środowiskowych

- *Magdalena Marczevska*

	63
Streszczenie	63
Wprowadzenie	64
4.1. Wiedza jako źródło powstawania ekoinnowacji	64
4.2. Metodyka badań	67
4.3. Znaczenie wiedzy dla rozwoju ekoinnowacji w polskich firmach-dostawcach technologii środowiskowych	69
Podsumowanie	72
Bibliografia	72

Rozdział 5

Internacjonalizacja klastrów jako innowacyjna metoda rozwoju przedsiębiorstw i regionów - Sylwia Gębicz, Magdalena Konwa

	75
Streszczenie	75
Wprowadzenie	76
5.1. Czym są klastry?	76
5.2. Cykl życia klastra	77
5.3. Korzyści wynikające z klasteringu	78
5.3. Proces internacjonalizacji	78
5.4. Korzyści wynikające z internacjonalizacji oraz stosowane narzędzia	80
5.5. Wyniki badań ankietowych	82
Podsumowanie	84
Bibliografia	84

Rozdział 6

Start-up jako innowacyjna forma biznesu - przykłady wybranych przedsięwzięć - Aleksandra Grzesik

	87
Streszczenie	87
Wprowadzenie	88
6.1. Start-up - terminologia zagadnienia	88
6.2. Formy wsparcia start-upów	89
6.3. Jakie start-upy odnoszą sukces?	91
6.4. Przykłady wybranych start-upów	92
6.4.1. Asante Bamboo Bikes	92
6.4.2. Risk Made in Warsaw	93
6.4.3. HOLLO	93
6.4.4. Intelclinic	93
6.4.5. Arguido	94
6.4.6. Fordrivers	94
6.4.7. Portal www.prawos.pl	95
Podsumowanie	96
Bibliografia	96

Część II

Innowacje - narzędzia i wsparcie

Rozdział 7

Polish Entrepreneurs' Shift to CSR Governance Innovation

- *Maria Halemba*

101

Abstract	101
Introduction	101
7.1. CSR Innovation	103
7.2. CSR Governance Models	105
7.3. Polish perspective on governance innovation	107
Conclusion	109
References	110

Rozdział 8

Społeczna odpowiedzialność biznesu jako narzędzie budowania wizerunku pracodawcy

- *Magdalena Kaczyńska, Klaudia Kałuziak, Agnieszka Wojciechowska*

113

Streszczenie	113
Wprowadzenie	113
8.1. Narzędzia Corporate Social Responsibility	116
8.2. Argumenty na rzecz działań prospołecznych	117
8.3. Kształtowanie wizerunku przedsiębiorstwa	119
8.4. Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na decyzje o podjęciu pracy w świetle wyników badań własnych	120
Podsumowanie	126
Bibliografia	127

Rozdział 9

Społeczna odpowiedzialność jako innowacja w turystyce

- *Konrad Suchecki*

129

Streszczenie	129
Wprowadzenie	130
9.1. Innowacje - zarys problematyki	130
9.2. CSR - społeczna odpowiedzialność biznesu	131
9.3. Działalność turystyczna	134
9.4. Społeczna odpowiedzialność w turystyce	135
9.5. Innowacyjność CSR w turystyce	135
Podsumowanie	136
Bibliografia	137

Rozdział 10

Zastosowanie analizy big data w procesie podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw

- *Alicja Choma*

139

Streszczenie	139
Wprowadzenie	140
10.1. Istota konkurencyjności	140

10.2. Big data jako dane, informacja i wiedza będące źródłem przewagi konkurencyjnej	143
10.3. Big data w strategiach konkurencyjności przedsiębiorstw	144
Podsumowanie	146
Bibliografia	147

Rozdział 11

Rola internetu w innowacjach marketingowych - Liwia Delińska **149**

Streszczenie	149
Wprowadzenie	150
11.1. Istota innowacji w marketingu	150
11.2. Internet jako determinanta rozwoju innowacji marketingowych	153
11.3. Innowacje w strategiach marketingowych	155
11.4. Innowacje w marketingu mix	156
Podsumowanie	158
Bibliografia	159

Rozdział 12

Rola marketingu we współczesnej organizacji - Magdalena Murzyn **161**

Streszczenie	161
Wprowadzenie	161
12.1. Ewolucja marketingu	162
12.2. Typy orientacji przedsiębiorstw	163
12.3. Ewolucja znaczenia marketingu w przedsiębiorstwie	164
12.4. Miejsce marketingu w organizacji	166
Podsumowanie	169
Bibliografia	169

Rozdział 13

Trendy w marketingu społecznie zaangażowanym - Anita Tkocz **171**

Streszczenie	171
Wprowadzenie	172
13.1. Marketing społecznie zaangażowany	173
13.2. Korzyści wynikające z realizowanych programów marketingu społecznie zaangażowanego	174
13.3. Wzrost znaczenia marketingu społecznie zaangażowanego	175
13.4. Marketing wspólnej sprawy zastępuje filantropię	176
13.5. Rozwój marketingu społecznie zaangażowanego i jego standardów	177
Podsumowanie	178
Bibliografia	179

Rozdział 14

CRM jako kluczowy aspekt zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem - Beata Mitura, Magdalena Kostyra **181**

Streszczenie	181
Wprowadzenie	182
14.1. Definicja	182

14.2. Koncepcja CRM	183
14.3. Korzyści i zagrożenia	184
14.4. Składniki i obszary CRM	185
14.5. Kanały komunikacji z klientem w systemach CRM	186
14.6. Cechy funkcjonalne i klasyfikacje systemów CRM	187
14.7. Wdrożenia CRM w Polsce	188
Podsumowanie	189
Bibliografia	189

Rozdział 15

Korzyści wynikające z zastosowania narzędzi informatycznych w controllingu - <i>Katarzyna Wojdyła</i>	191
Streszczenie	191
Wprowadzenie	191
15.1. Próby definiowania controllingu i jego istota	192
15.2. Controlling w Polsce	194
15.3. Wykorzystanie narzędzi informatycznych w controllingu	195
Podsumowanie	199
Bibliografia	199

Rozdział 16

Model Lean LPPO jako odpowiedź na główne bariery wdrożenia Lean Manufacturing - <i>Maciej Pieńkowski</i>	201
Streszczenie	201
Wprowadzenie	202
16.1. Bariery wdrażania Lean Manufacturing	202
16.2. Model Lean LPPO	204
16.3. Przywództwo	205
16.4. Ludzie	206
16.5. Proces	207
16.6. Wyniki	208
16.7. Bariery a model Lean LPPO	209
Podsumowanie	211
Bibliografia	211

Część III

Innowacje - zarządzanie publiczne

Rozdział 17

Specyfika innowacji pedagogicznych w placówkach oświatowych - <i>Aleksandra Dudzik</i>	215
Streszczenie	215
Wprowadzenie	216
17.1. Specyfika innowacji w ujęciu ogólnym	217
17.1.1. Typologie	219
17.1.2. Proces innowacyjny	219
17.1.3. Czynniki hamujące i wspierające	220

17.2. Innowacja pedagogiczna jako specyficzna forma innowacji w placówkach oświatowych	222
17.2.1. Typologie	223
17.2.2. Proces innowacyjny	224
17.2.3. Czynniki hamujące i wspierające	225
17.3. Czynniki wyróżniające innowacje pedagogiczne	228
Podsumowanie	231
Bibliografia	231

Rozdział 18

Wspieranie innowacyjności przez samorząd terytorialny a związek metropolitalny - Piotr Feczko **235**

Streszczenie	235
Wprowadzenie	236
18.1. Potrzeba wspierania innowacyjności przez władze publiczne i rozwój obszarów metropolitalnych	236
18.2. Związek metropolitalny nową instytucją samorządu terytorialnego	239
18.3. Możliwości wspierania innowacyjności przez związek metropolitalny	241
Podsumowanie	243
Bibliografia	243

Rozdział 19

Budowanie potencjału innowacyjnego firm Dolnego Śląska z wykorzystaniem dotacji unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego 2007-2013 - Marta Wysogład **245**

Streszczenie	245
Wprowadzenie	246
19.1. Pojęcie innowacji w ramach dotacji unijnych	246
19.2. Środki unijne dla MSP w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013	247
19.3. Stopień wykorzystania dotacji unijnych przez dolnośląskie przedsiębiorstwa w ramach RPO WD 2007-2013	249
19.4. Wykorzystanie dotacji unijnych przez dolnośląskie przedsiębiorstwa w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego 2007-2013	252
Podsumowanie	254
Bibliografia	255

Rozdział 20

Problemy w procesie wprowadzania innowacji - na przykładach z życia zawodowego osób zarządzających instytucjami publicznymi - Natalia Wilk **257**

Streszczenie	257
Wprowadzenie	258
Część zasadnicza	258

Podsumowanie	261
Bibliografia	262

Część IV

Innowacje - innowacje - kapitał ludzki

Rozdział 21

Koncepcje cech przywódczych w kontekście innowacyjnego zarządzania organizacją - Ligia Jankowska	265
Streszczenie	265
Wprowadzenie	266
21.1. Przywództwo a style kierowania	266
21.2. Przywództwo w kontekście badań	268
Podsumowanie	277
Bibliografia	277

Rozdział 22

Profil menedżera publicznego w opinii studentów Wydziału Zarządzania Wyższej Szkoły Oficerskiej Wojsk Lądowych imienia generała Tadeusza Kościuszki we Wrocławiu - Mateusz Czuryło, Aleksandra Rzepecka, Remigiusz Trybus	279
Streszczenie	279
Wprowadzenie	280
Menedżer publiczny a jego cechy	280
Podsumowanie	289
Bibliografia	290

Rozdział 23

Proces innowacji w aspekcie relacji płci na przykładzie badań prowadzonych w ramach projektu „InnoGend” - Ewelina Góral	291
Streszczenie	291
Wprowadzenie	292
23.1. Istota procesu innowacji	292
23.2. Akty prawne gwarantujące równość płci w Polsce, Unii Europejskiej i na świecie	293
23.3. Polityka innowacji w aspekcie relacji płci	294
23.4. Założenia i metodyka badań	295
23.5. Studium przypadku	297
Podsumowanie	299
Bibliografia	300

Rozdział 24

Zarządzanie zaangażowaniem w pracę jako element zarządzania innowacją - Konrad Kulikowski	301
Streszczenie	301
Wprowadzenie	302
24.1. Zaangażowanie w pracę	302

24.2. Pomiar i kształtowanie zaangażowania w pracę	303
24.3. System zarządzania zaangażowaniem w pracę jako element zarządzania innowacją	304
24.4. Zdefiniowanie zaangażowania w pracę	304
24.5. Określenie czynników będących wymaganiami i zasobami pracy	305
24.6. Przygotowanie narzędzi badawczych	305
24.7. Wstępny pomiar zaangażowania, zasobów i wymagań pracy oraz podjęcie działań naprawczych	306
24.8. Ewaluacja podjętych działań - cykliczny pomiar wymagań i zasobów pracy oraz zaangażowania	306
Podsumowanie	307
Bibliografia	307

Rozdział 25

Rozwój kompetencji, a wiek pracowników - wnioski z badania pilotażowego

- <i>Wojciech Wychowaniec</i>	309
Streszczenie	309
Wprowadzenie	309
25.1. Tło merytoryczne i metodologia badania	311
25.2. Wyniki badań: Narzędzia systemowe dotyczące rozwoju kompetencji pracowników w różnym wieku	313
25.3. Wyniki badań: Metody rozwoju kompetencji w kontekście wieku pracowników	315
25.4. Wyniki badań: Strategia zarządzania wiekiem i perspektywy wdrożenia	316
Podsumowanie	318
Bibliografia	320

Rozdział 26

Nowoczesne systemy motywacyjne stosowane przez firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz ich wpływ na przywiązanie pracowników - Adrian Abramek, Damian Bujnik

	321
Streszczenie	321
Wprowadzenie	322
26.1. Więzy w organizacji	323
26.2. Nowoczesne systemy motywacyjne w sektorze MSP	324
26.3. Badania własne	325
Podsumowanie	333
Bibliografia	334

Rozdział 27

Motywacja pracowników instytucji publicznej do podwyższania swoich kwalifikacji zawodowych na przykładzie wiejskiego urzędu gminy X - Karolina Piwowarczyk

	335
Streszczenie	335
Wprowadzenie	336

27.1. Metoda i technika badań	337
27.2. Wyniki badań	337
27.3. Dialog	339
Podsumowanie	341
Bibliografia	342
Rozdział 28	
Typologia mobbingu - <i>Wiktoria Wajda</i>	343
Streszczenie	343
Wprowadzenie	344
28.1. Definicje mobbingu	344
28.2. Sposoby mobbingowania	345
28.3. Przebieg mobbingu	349
Podsumowanie	350
Bibliografia	351
Rozdział 29	
Staż jako skuteczne narzędzie rynku pracy - <i>Ewelina Hadała</i>	353
Streszczenie	353
Wprowadzenie	353
29.1. Charakterystyka rynku pracy i sytuacji młodych ludzi	354
29.2. Staże jako narzędzia wspomagające ograniczenie bezrobocia	356
29.3. Refleksje (opinie) studentów i absolwentów na temat staży jako narzędzia przygotowującego do pierwszej pracy	357
Podsumowanie	363
Bibliografia	364
Spis tabel	365
Spis rysunków	367
Spis wykresów	369
Wykaz autorów	371