

Obsah	
PŘEDMLUVA	5
VYSVĚTLIVKY K POUŽÍVANÝM SYMBOLŮM	6
ÚVOD	7
1. SPOLEČNOST, VĚDA A INOVACE (ZÁKLADNÍ VYMEZENÍ)	8
1.1. INOVACE DLE SCHUMPETERA	13
1.2. INOVACE DLE DRUCKERA	15
1.3. INOVACE – DALŠÍ POHLEDY	16
1.4. UDRŽITELNÝ ROZVOJ	20
1.5. SHRNUÍ	22
2. INOVAČNÍ PODNĚTY, MODEL Y INOVACÍ	26
2.1. INOVAČNÍ PODNĚTY	27
2.1.1 Příklady inovačních příležitostí	27
2.1.2 Evidence a hodnocení inovačních podnětů	28
2.2. INOVAČNÍ PROCES	28
2.3. MODEL Y INOVACÍ	31
2.3.1. UZAVŘENÉ A OTEVŘENÉ INOVACE	33
2.4. SHRNUÍ	34
PŘÍPADOVÁ STUDIE: „POST-IT LÍSTKY“ – OMYL, NEPLÁNOVANÝ PRODUKT?	36
3. OCHRANA DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ	37
3.1. HODNOTA DUŠEVNÍHO VLASTNICTVÍ V PODNIKU	37
3.1.1 Právní prostředí – systém práva duševního vlastnictví v ČR	38
3.1.2 Průmyslové vlastnictví	38
3.1.3 Právo autorské a práva příbuzná	40
3.1.4 Oceňování nehmotných statků	41
3.2. PROČ POTŘEBUJE PODNIK CHRÁNIT SVÉ DUŠEVNÍ VLASTNICTVÍ?	43
PŘÍPADOVÁ STUDIE: IPR A PRODUKT „PRECIOSA TWIN“	45
3.3. SHRNUÍ	46
4. ŘÍZENÍ INOVACÍ V PODNIKU	48
4.1. ŘÍZENÍ INOVACÍ	48
4.2. ŘÍZENÍ AKTIVIT VE VAZBĚ NA UZAVŘENÝ A OTEVŘENÝ INOVAČNÍ MODEL	50
4.3. ŘÍZENÍ RIZIK	52
4.4. ZÁKLADNÍ PŘÍSTUP Y K TVORBĚ INOVAČNÍCH STRATEGIÍ	54
4.5. STRATEGIE INOVACE	54
4.6. PROCES VÝVOJE NOVÝCH PRODUKTŮ	55
4.7. SHRNUÍ	58
PŘÍPADOVÁ STUDIE: KODAK – ZNIČIL Y HO VLASTNÍ NÁPAD Y?	59
5. PRODUKTOVÝ INOVAČNÍ PROCES	61
5.1. VÝVOJ NOVÉHO PRODUKTU	61
5.2. FINANCE V PRŮBĚHU INOVAČNÍHO PROJEKTU	63
5.3. SPECIFIKA MARKETINGU INOVACÍ	65
5.3.1. MŮŽE INTERNET PODPOŘIT INOVACE?	65
5.4. SHRNUÍ	66
6. MĚRITELNOST ÚSPĚCHU INOVACÍ, INOVAČNÍ AUDIT	68
6.1. DEFINICE INOVAČNÍHO AUDITU	69
6.2. PODSTATA INOVACÍ Z POHLEDU INOVAČNÍHO AUDITU	69
6.3. BENCHMARKING	71
6.4. METODIKA PROF. WILDEMANNA	72
6.5. MĚŘENÍ INOVAČNÍHO POTENCIÁLU FIREM DLE J. VACEK ET AL.	74
6.6. ÚSPĚŠNOST INOVACÍ – PROČ SLEDOVAT INOVAČNÍ VÝKONNOST FIRMY?	75
6.7. SHRNUÍ	76

7. BUDOVÁNÍ PROCESU INOVACÍ V PODNIKU.....	77
7.1. ZAVÁDĚNÍ INOVAČNÍCH PROCESŮ	77
7.2. MODEL A BARIÉRY INOVAČNÍCH PROCESŮ	81
PŘÍPADOVÁ STUDIE: APLIKACE INOVAČNÍCH MODELŮ V AUTOMOBILOVÉM PRŮMYSLU.....	82
7.3. FINANCOVÁNÍ INOVAČNÍCH AKTIVIT	86
7.4. ŽIVOTNÍ CYKLUS INOVACE	87
7.5. INOVAČNÍ SÍTĚ	87
7.6. SHRUTÍ	92
8. INOVAČNÍ PROSTŘEDÍ PRO PODNIKÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICE.....	94
ZÁVĚR.....	98
DOPORUČENÁ LITERATURA	99

Seznam tabulek

TAB. 1: ŘÁDY INOVACE.....	15
TAB. 2: TABULKA PRO CHARAKTERISTIKU CIVILIZAČNÍCH VLN	21
TAB. 3: VZTAH INOVENCE A INOVACE	26
TAB. 4: HLEDISKA SLEDOVÁNÍ PODNĚTŮ	27
TAB. 5: PĚT GENERACÍ INOVAČNÍCH MODELŮ DLE R. ROTHWELLA.....	31
TAB. 6: FORMULÁŘ PRO VYHODNOCENÍ INOVAČNÍHO PROCESU	35
TAB. 7: ZÁKLADNÍ SCHOPNOSTI PŘI ŘÍZENÍ INOVACÍ	49
TAB. 8: PODÍL NÁKLADŮ V RÁMCI PROCESU INOVACE PRODUKTU	56
TAB. 9: FÁZE VĚDECKOTECHNICKÉHO ROZVOJE	78
TAB. 10: PROJEKTOVÉ FÁZE, BRÁNY A ČINNOSTI	85
TAB. 11: FÁZE ŽIVOTNÍHO CYKLU INOVACE	87
TAB. 12: CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY NĚKTERÝCH EXTERNÍCH PARTNERSTVÍ	91

Seznam obrázků

OBR. 1: ALFRED NOBEL.....	12
OBR. 2: DIMENZE ZMĚNY	20
OBR. 3: VÝZNAMNÉ OSOBNOSTI	23
OBR. 4: JEDNODUCHÉ ZNÁZORNĚNÍ PROCESU INOVACE	30
OBR. 5: NÁKRES NOVÉHO PRODUKTU PRECIOUSA TWIN.....	45
OBR. 6: SCHÉMA UZAVŘENÉHO MODELU	50
OBR. 7: SCHÉMA OTEVŘENÉHO MODELU	50
OBR. 8: SCHÉMA VYHODNOCOVÁNÍ PODNĚTU (NÁVRHU) PŘI OTEVŘENÉM INOVAČNÍM MODELU	51
OBR. 9: ZÁKLADNÍ SCHÉMA MODELU FÁZÍ A BRAN	81
OBR. 10: PROCES PRVNÍ FÁZE ZMĚNOVÉHO ŘÍZENÍ	83
OBR. 11: PROCES DRUHÉ FÁZE: IMPLEMENTACE ZMĚNY	84
OBR. 12: CARRIERŮV MODEL PROSTŘEDÍ PRO INOVACE	88
OBR. 13: ROZDĚLENÍ TYPŮ SÍTÍ DLE TZV. INOVAČNÍ AGENDY	92
OBR. 14: ALTERNATIVNÍ FORMY FINANCOVÁNÍ INOVATIVNÍCH PODNIKŮ.....	96