

Obsah

Marketing vědy	1
Obsah	3
Seznam zkratk	5
Seznam schémat	6
Seznam grafů	6
Seznam tabulek	7
Seznam obrázků:	7
1. Úvod	8
Cíl	9
Výzkumná otázka	10
Metody	10
Vedení a využívání záznamů z polostrukturovaných rozhovorů	10
Organizace výzkumu	11
Chápání hodnot zdrojů a výstupů	11
Příklad růstu obratu přidáných projektů a stabilizace cen produktů u komodity řepka olejka	12
Konflikt funkcí mezi vědou a praxí	14
2. Podklady pro prognózu z agrobiotechnologického sektoru	16
Vědou očekávané změny prostředí, politiky a jejich důsledky pro praxi	16
Příprava změn pro přijetí veřejností	23
Rozvoj: Zaměřování, identifikace a instrukce	24
Zlepšování: Priority a rozpracovanost procesů vyjednávání	30
Připravenost k přijímání projektů praxí	37
I. Prognóza: Harmonizace obchodu v agrobiotechnologickém sektoru a rajonizace z ní vyplývající překročí únosné hranice	44
3. Osobnost, role a pozice v projektovém partnerství	44
III. c-z: Připravenost praktiků na obchod argumenty projektové vědy	45
Výzkumná otázka	46
Teorie jako produkty	46
Distribuční kanály pro teorie	49
Propagace teorií	49
Cena teorií	51
Cílové trhy pro nové teorie	52
Marketingové cíle	54
III. c-k: Připravenost vědců na změnu metodických přístupů	55
Pozitivisticko-empirický přístup	55
Relativisticko-konstruktivistický přístup	56
Realita je relativní	57
Věda je sociálním procesem	57
Věda je subjektivní	58
Věda je racionální	59
Teorie nejsou universální	59
Užitečnost teorií	60
Vztah dat k investicím v plánu; osob k datům v prognóze; dat v projektech k datům ve vědeckých metodách	60
III.b Převoditelnost dat vědy a praxe k prokázání návratnosti investice při vývoji nového výrobku při konstrukci generické inovace	61
III.a Partneri bez infrastruktury	63
Zkušenost s dosahováním hodnoty společenské inovace	64
Rešeršní doporučení k obsahu školení moderátorů	69
Hodnoty ve vědě a vědecké chování v závislosti významu na kontextu	69

Kulturní vzorce chování v řídicí nadstavbě a výkonné základně	70
Organizace pro moudrost osob a fit výzkumných metodik	72
a) Akademický výzkum postojů	72
b) Mozkové funkce ve vynálezcetví	72
c) Vliv moderátora na zpětnou vazbu od metod a plánů	73
Důkazní technika k projektovým postupům pro vědce i praktiky	77
4. Osobní plán lobování a P.R. pro inovaci	78
Identifikace: Nejlepší hodnota společenské inovace	78
Zkušenost: Regionalita a liberalismus v EU a v kolektivní Číně	80
Perspektivy: Plán propagace říditelnosti funkcí regionů, kolektivů a faktorů	83
První unikátní zkušenosti: Rozšíření, vyjednávání, audit, schvalovací řízení, zpracování a šíření argumentů	83
Systemizace zpracování unikátních zkušeností: Seznam a metoda Desmondo (identifikace, zkušenost, perspektivy, projekty)	84
Cílový přístup ke konstrukci společenské inovace (challenges): Eliminace, selekce, výběr priorit, argumentace	84
Konkretizace faktorů pomocí bipolární škály udržitelnosti a harmonie	85
II. Plán: Grantová řízení na objevení faktorů a výběrová řízení na provedení prací a obsazení pozic	87
Nulový respekt síle pozic s výhodou pro řešení problémů (issues): Říditelnost zdola politikou versus ovládnutí globálními firmami či super-velmocemi	87
Zobecnění hodnot podmínek procesu lokální i globální participace a integrace do ekonomických modelů (challenges)	87
5. Diskuse a závěry o přechodu vědy k trhu	88
Zobecnění vlastností pro posun a sjednocení zájmů vědy a praxe	89
Zkušenosti s obhajobou existence paralelních systémů	91
Zkušenosti s workshopem v Moodle k záznamu obhájených poznatků osobou	94
Připravený oboustranně otevřený e-shop pro obchod poznatky na internetu	95
Prognosticko-projektová konkretizace	96
Globálně místní rovnováha trhů	96
Rizika a zisky vědce	97
Odpor a jeho překonávání	98
Výstupní a procesní kritéria osobního chápání celistvosti důkazní techniky	98
Rozšiřování heterogenity přístupů vědy a praxe marketingem	99
Změna podstaty vzdělání	100
O autorovi	103
Literatura	104
Rejstřík	109
Adresy autorů	111