

CUPRINS

Capitolul 1 Economia bazată pe cunoaștere.....	9
1.1 Trăsăturile societății bazate pe cunoaștere.....	11
<i>1.1.1 Noile ramuri dominante ale economiei mondiale.....</i>	<i>11</i>
<i>1.1.2 Mondializarea concurenței</i>	<i>17</i>
<i>1.1.3 Scurtarea timpului de viață al produselor și diversificarea cererii</i>	<i>18</i>
<i>1.1.4 Creșterea complexității produselor oferite pe piață</i>	<i>22</i>
<i>1.1.5 Protecția mediului, o constrângere de care economia trebuie să țină seama</i>	<i>25</i>
1.2 Cum trebuie acționat în noua lume?	27
Capitolul 2 Inovarea, definiție și noțiunile conexe ei	29
2.1 Ce înțelegem prin inovare?	29
<i>2.1.1 Creativitatea.....</i>	<i>36</i>
<i>2.1.2 Transpunerea în activitatea economică</i>	<i>39</i>
<i>2.1.3 Spiritul antreprenorial</i>	<i>44</i>
<i>2.1.4 Alte definiții interesante ale inovării</i>	<i>50</i>
2.2 Sursele ideilor inovante	51
<i>2.2.1 Surse recomandate de specialiștii în inovare</i>	<i>54</i>
<i>2.2.2 Personalul firmei, o sursă de o valoare foarte mare.....</i>	<i>58</i>
<i>2.2.2.1 Cercurile calității</i>	<i>58</i>
<i>2.2.2.2 Cutiile de sugestii</i>	<i>64</i>
<i>2.2.2.3 Intranetul, varianta modernă a cutiilor de sugestii</i>	<i>66</i>
2.3 Tipuri de inovații.....	69
<i>2.3.1 Inovația de produs</i>	<i>69</i>
<i>2.3.2 Inovația de proces</i>	<i>77</i>
<i>2.3.3 Intrarea pe o piață nouă/crearea unei noi piețe</i>	<i>93</i>
<i>2.3.4 Reorganizarea firmei</i>	<i>104</i>

Capitolul 3 Rolul omului în procesul de inovare	115
3.1 Oamenii creativi și metodici	118
3.2 Trăsăturile omului inovant	122
3.3 Tehnici de creativitate	126
3.3.1 Tehnici de creativitate în grup	128
3.3.2 Tehnici individuale de creativitate	141
3.3.3 Tehnici ajutătoare	150
3.3.4 Alte metode	153
Capitolul 4 Firma inovantă	155
4.1 Trăsăturile firmelor inovante	160
4.2 Strategia tehnologică a firmei	174
4.2.1 Definierea noțiunii de tehnologie	178
4.2.2 Evaluarea potențialului tehnologic al firmei	197
4.2.3 Elemente de strategie tehnologică	204
4.2.3.1 Dobândirea de noi tehnologii	206
4.2.3.2 Dezvoltarea tehnologiilor	217
4.2.3.3 Utilizarea tehnologiilor în cadrul firmei	218
Capitolul 5 Tehnici utile firmelor inovante	225
5.1 Culegerea și prelucrarea informației externe	225
5.1.1 Domeniile și obiectivele activității de culegere și prelucrare a informației externe	231
5.1.2 Culegerea informației brute	240
5.1.3 Informația cu valoare adăugată	247
5.1.4 Circulația și stocarea informației	249
5.1.5 Organizarea activității de culegere și prelucrare a informației	250
5.2 Elemente de prognoză și perspectivă	252
5.2.1 Definiții	254
5.2.2 Metode de prognoză bazate pe extrapolarea datelor	260
5.2.3 Metode prospective	284
5.2.4 Prognoza la nivel de întreprindere	312

5.3 Inovarea în procesul de îmbunătățire continuă	
a calității produselor	314
5.3.1 Definirea noțiunii de calitate	314
5.3.2 Realizarea calității în faza de proiectare	325
5.3.2.1 <i>Metoda ingineriei valorii</i>	326
5.3.2.2 <i>Metode derivate</i>	334
5.3.2.3 <i>Metoda QFD (Casa calității)</i>	337
5.3.3 Realizarea calității în faza de execuție	343
5.3.4 Realizarea calității pe timpul de viață al produsului la beneficiar Metoda „zero griji“	349
5.3.5 Realizarea calității totale	356
5.4 Activitatea de cercetare-dezvoltare	367
5.4.1 Interfața C-D – Marketing – Producție	378
5.4.2 Evaluarea și costurile activității de cercetare-dezvoltare	389
5.4.2.1 <i>Evaluarea activității de cercetare-dezvoltare</i>	391
5.4.2.2 <i>Finanțarea activității de cercetare-dezvoltare</i>	393
5.4.2.3 <i>Seleționarea temelor de cercetare</i>	395
Bibliografie	405