

Spis treści

Wstęp	7
1. Innowacyjność organizacji – aspekty teoretyczne	15
Wprowadzenie	15
1.1. Istota i typy innowacji	16
1.2. Modele procesów innowacyjnych – od liniowego do złożonego	26
1.3. Od zamkniętego do otwartego modelu innowacji (<i>open innovation</i>).....	36
1.4. Perspektywy <i>open innovation</i>	42
2. Od ekonomiki kultury do innowacyjności instytucji kultury.....	46
2.1. Podstawy teoretyczne ekonomii kultury	47
2.2. Polityka i polityki kulturalne	51
2.3. Dziedzictwo kulturowe i muzea	55
2.4. Innowacyjność instytucji kultury – przegląd badań	63
3. Kształtowanie się innowacji organizacyjnych w instytucji kultury na przykładzie Muzeum Narodowego w Szczecinie.....	69
Wprowadzenie.....	69
3.1. Metodyka badawcza.....	70
3.2. Wyniki badania	71
3.2.1. Krótka charakterystyka Muzeum Narodowego w Szczecinie	71
3.2.2. Innowacje organizacyjne wdrożone w Muzeum Narodowym w Szczecinie.....	72
3.2.3. Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród kadry menedżerskiej Muzeum Narodowego w Szczecinie.....	77
3.3. Dyskusja i wnioski.....	79

4. Działalność B+R w organizacji	82
Wprowadzenie.....	82
4.1. Istota i rodzaje działalności B+R.....	83
4.2. Trudności w monitorowaniu B+R w publicznych instytucjach kultury	87
4.3. Studium przypadku z instytucji.....	89
5. Innowacje marketingowe w instytucji kultury na przykładzie Muzeum Narodowego w Szczecinie – Centrum Dialogu Przełomy	91
Wprowadzenie.....	91
5.1. Metodyka badawcza.....	93
5.2. Wyniki badania	94
5.2.1. Dzień Wolnej Sztuki – o akcji	96
5.2.2. Wyniki badania akcji zrealizowanej w Centrum Dialogu Przełomy – studium przypadku	96
5.3. Dyskusja i wnioski	100
Zakończenie.....	104
Bibliografia	107
Spis rysunków i tabel.....	125