



## Moderní pojetí inovací a jejich typologií pro praxi

Na 194 stranách se dočtete o inovačním a inovativním marketingu a jeho aplikacích v praxi. Dostanete odpověď na otázku, proč jsou v dnešní době inovace nezbytné a jaký zásadní vliv mají na konkurenceschopnost a prosperitu výrobců i poskytovatelů služeb. Kniha je rozdělena do úvodu a 6 odborných kapitol:

- › Inovační potenciál EU-27 v letech 2007 – 2013
- › Inovace a jejich typologie v moderním pojetí tvorby hodnot
- › Uplatnění inovací v automobilovém průmyslu
- › Případová studie inovací produktů f. Danone
- › Psychologie a etika v inovačním procesu
- › Vývoj EU z hlediska konkurenceschopnosti a potenciálu inovací

Znalosti si doplní především:

- › Manažeři firem
- › Pracovníci prodejních a marketingových oddělení
- › Pracovníci konstrukčních a vývojových oddělení
- › Pracovníci reklamních, mediálních, PR a komunikačních agentur
- › Studenti marketingových a ekonomických směrů

Případně ostatní, pro které je podpora prodeje profesní nutností, nebo jen zajímavým oborem.