

Spis treści

Streszczenie	7
Summary	9
Wprowadzenie	11
1. Uwarunkowania społeczno-gospodarcze kształtowania zależności uczelni i biznesu	19
1.1. Zmiany zachodzące w otoczeniu uczelni	19
1.2. Społeczna orientacja funkcji badawczej i dydaktycznej uczelni	28
1.3. Miejsce dydaktyki „praktycznej” w procesie edukacyjnym	32
1.4. Organizacja edukacji a potrzeby rynku pracy	36
1.5. Tworzenie kultury przedsiębiorczości na uczelni	41
1.6. Podsumowanie	48
2. Potencjał możliwości relacyjnych krajowych uczelni oraz biznesu	50
2.1. Potencjał uczelni	50
2.2. Potencjał sektora biznesu	61
2.3. Prowadzenie badań naukowych a potrzeby biznesu	68
2.4. Wpływ <i>triple-helix</i> na kapitał społeczny uczelni przedsiębiorczej	73
2.5. Przedsiębiorstwa akademickie	78
2.6. Podsumowanie	81
3. Kategoryzacja relacji uczelniano-biznesowych	84
3.1. Znaczenie lokalizacji geograficznej w relacjach nauki i biznesu	84
3.2. Zróżnicowanie powiązań uczelni z biznesem wynikające z czasu ich trwania	92
3.3. Relacje indywidualne a relacje o charakterze instytucjonalnym	100

3.4. Podział relacji w zależności od poziomu ich wzajemności	108
3.5. Podział relacji w zależności od stopnia formalizacji	113
3.6. Podsumowanie	121
4. Kształtowanie się zależności uczelniano-biznesowych w Polsce	124
4.1. Ogólna ocena współpracy uczelni i biznesu w Polsce w świetle badań	124
4.2. Charakterystyka kształtowania się współpracy w fazie jej inicjowania i tworzenia relacji	137
4.3. Charakterystyka fazy wzmocnienia zależności i tworzenia więzi	147
4.4. Charakterystyka fazy osłabiania zależności i schyłku związków naukowo-biznesowych	164
4.5. Podsumowanie	178
Zakończenie	180
Literatura	190