

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Концепция эконотроники	5
1.1. Эконотроника как концепция анализа.....	5
1.2. Идеи и принципы эконотроники	16
1.3. Принципы применения цифровых технологий	23
1.4. Драйверы экономики в условиях пандемии	31
1.5. Развитие теории принципала-агента в контексте цифровой трансформации	43
Глава 2. Социальные сети	62
2.1. Использование социальных сетей в обществе	62
2.2. Влияние социальных сетей на развитие бизнес-процессов.....	71
2.3. Региональная и содержательная дифференциация социальных сетей.....	83
2.4. Культура межфирменного сотрудничества	92
2.5. Теория экосистемного анализа	108
Глава 3. Экосистема фирмы	122
3.1. Стейкхолдерская модель экосистемы фирмы	122
3.2. Воздействие стейкхолдеров на институты экосистемы.....	133
3.3. Экосистемная стратегия конверсии на предприятиях оборонно-промышленного комплекса	144
3.4. Аналитическая модель экосистемы фирмы.....	161
3.5. Потенциал цифровизации экосистемы фирмы.....	173
Глава 4. Экосистема долевого отношений	185
4.1. Развитие долевой экономики в социальной сфере.....	185
4.2. Инновационное развитие долевого отношений.....	196
4.3. Дифференциация создаваемых ценностей в долевого отношениях.....	209
4.4. Развитие краудлендинговых платформ.....	222
4.5. Теория анализа инструментов долевого экономики.....	239
Глава 5. Экосистема умного города	253
5.1. Институциональная конфигурация экосистемы города.....	253
5.2. Методы анализа развития умных городов.....	271
5.3. Таргетирование развития умных городов	283
5.4. Эволюция экосистемных проектов умных городов.....	296
Заключение.....	306
Библиографический список	308