

SPIS TREŚCI

WSTĘP	6
--------------------	----------

Rozdział 1

TEORETYCZNE PODSTAWY TWÓRCZEJ STRATEGII	11
1.1. Twórczość w zarządzaniu strategicznym	11
1.2. Istota twórczej strategii	26
1.3. Myślenie kategoriami sprzeczności w analizowaniu twórczej strategii	38
1.4. Twórcza strategia w kontekście szkół zarządzania strategicznego	45

Rozdział 2

CHARAKTERYSTYKA WYMIARÓW TWÓRCZEJ STRATEGII ORAZ ICH POWIĄZAŃ Z TWÓRCZOŚCIĄ I EFEKTYWNOŚCIĄ	58
2.1. Relacje między twórczością a wymiarami twórczej strategii	58
2.2. Od idei do realizacji: innowacyjność strategiczna	63
2.3. Między innowacją a rynkiem: strategiczna przedsiębiorczość	73
2.4. Strategiczne przywództwo	83
2.5. Strategiczny projekt organizacji twórczej	93
2.6. Twórcza strategia a efektywność organizacji	110

Rozdział 3

EMPIRYCZNE SPRAWDZENIE WYKORZYSTANIA PODEJŚCIA OPARTEGO NA TWÓRCZEJ STRATEGII	121
3.1. Metodyka postępowania badawczego	121
3.2. Wymiary twórczej strategii	132
3.3. Ocena poziomu natężenia wymiarów twórczej strategii.....	146
3.4. Zespalandie sprzeczności twórczej strategii.....	155
3.5. Twórcza strategia a efektywność.....	169
3.6. Model twórczej strategii	172

ZAKOŃCZENIE	181
ZAŁĄCZNIK	
Kwestionariusz do badania twórczej strategii	189
BIBLIOGRAFIA	195
SPIS RYSUNKÓW	221
SPIS TABEL	223