

# SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	6
<b>Rozdział 1</b>	
<b>TEORETYCZNE PODSTAWY TWÓRCZEJ STRATEGII</b> .....	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
<b>Rozdział 2</b>	
<b>CHARAKTERYSTYKA WYMIARÓW TWÓRCZEJ STRATEGII ORAZ ICH POWIĄZAŃ Z TWÓRCZOŚCIĄ I EFEKTYWNOŚCIĄ</b> .....	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
<b>Rozdział 3</b>	
<b>EMPIRYCZNE SPRAWDZENIE WYKORZYSTANIA PODEJŚCIA OPARTEGO NA TWÓRCZEJ STRATEGII</b> .....	121
3.1. Metodyka postępowania badawczego .....	121
3.2. Wymiary twórczej strategii .....	132
3.3. Ocena poziomu natężenia wymiarów twórczej strategii.....	146
3.4. Zespalenie sprzeczności twórczej strategii .....	155
3.5. Twórcza strategia a efektywność.....	169
3.6. Model twórczej strategii .....	172

<b>ZAKOŃCZENIE .....</b>	<b>181</b>
<b>ZAŁĄCZNIK</b>	
<b>Kwestionariusz do badania twórczej strategii .....</b>	<b>189</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>195</b>
<b>SPIS RYSUNKÓW .....</b>	<b>221</b>
<b>SPIS TABEL .....</b>	<b>223</b>