

**Twórczość jako fundament strategii organizacji / Jan Skonieczny. –
Wrocław, 2019**

Spis treści

Wstęp	7
1. Istota, cechy, poziomy i wymiary twórczości	15
1.1. Wprowadzenie	15
1.2. Pojęcie twórczości	15
1.3. Cechy charakteryzujące twórczość	19
1.4. Twórcze myślenie jako wymiar twórczości	27
2. Strategia organizacji - podejścia, elementy, poziomy, synteza	31
2.1. Wprowadzenie	31
2.2. Podejścia do zarządzania strategicznego	32
2.3. Podejście do strategii w postmodernizmie	70
2.4. Analiza Big Data jako instrument zarządzania strategicznego	83
2.5. Synteza strategii	89
3. Wymiary twórczości w ujęciu strategii organizacji	105
3.1. Wprowadzenie	105
3.2. Pojęcie organizacji twórczej	106
3.2.1. Jednostka twórcza, zespół twórczy, wspólnota twórcza	113
3.2.2. Napięcie twórcze	130
3.3. Zasoby twórcze organizacji	134
3.3.1. Pojęcie i rodzaje zasobów w organizacji	134
3.3.2. Zasoby materialne, niematerialne, intelektualne	137
3.3.3. Zasoby kluczowe, kumulatywne, kongruentne	150
3.4. Procesy twórcze w organizacji	152
3.4.1. Pojęcie procesu twórczego	152
3.4.2. Główny proces twórczy w organizacji	160
3.4.3. Pomocnicze procesy twórcze w organizacji	167
3.5. Wytwory twórcze jako rezultaty procesów twórczych	171
3.5.1. Pojęcie wytworu twórczego	173
3.5.2. Innowacja jako wytwór twórczy	175
3.5.3. Nowe, użyteczne i perspektywiczne wytwory twórcze	180
3.6. Środowisko twórcze organizacji	187
3.6.1. Istota środowiska twórczego organizacji	187
3.6.2. Wewnętrzne środowisko twórcze	187
3.6.3. Zewnętrzne środowisko twórcze	193
3.6.4. Twórczy ekosystem biznesu	201

4. Twórczość w strategii organizacji	207
4.1. Wprowadzenie	207
4.2. Wybrane badania dotyczące twórczości w zarządzaniu strategią	207
4.3. „Synteza syntez” jako twórcze podejście do generowania alternatyw strategicznych	215
4.4. Przestrzeń „synteza syntez” w praktyce menedżerskiej	224
5. Twórczość w strategii organizacji - badania własne	227
5.1. Wprowadzenie	227
5.2. Projektowanie własnego pola badawczego	228
5.3. Przeprowadzenie badań własnych	240
5.4. Charakterystyka próby	245
5.5. Wyniki i wnioski z badań własnych	247
Zakończenie	261
Literatura	273
Załączniki	279
Creativity as foundations for the organization strategy. Summary	289

oprac. BPK