

Spis treści

Wstęp. Przywództwo innowacyjności – rozpoznanie terenu	7
Podziękowania	13
Część I. Liderzy innowacyjności – definicja i charakterystyka	17
Rozdział 1. Czy innowacyjność wymaga liderów?	19
Rozdział 2. Czym wyróżniają się liderzy innowacyjności?	43
Rozdział 3. Pobudzanie innowacyjności oddolnej	65
Rozdział 4. Sterowanie innowacyjnością odgórną	95
Rozdział 5. Wyznaczanie koordynatora innowacyjności	129
Część II. Strategie innowacyjności – imperatywy dla przywództwa.	155
Rozdział 6. Strategie innowacyjności – implikacje dla przywództwa	157
Rozdział 7. Prowadzenie cyklu rozwojowego nowych/ulepszonych produktów i usług. Wymagany typ lidera: trener drużyn sportowych dbający o zachowanie dyscypliny w innowacyjności.	185
Rozdział 8. Prowadzenie kreacji całkowicie nowego produktu lub usługi. Wymagany typ lidera: sensowny sponsor	207
Rozdział 9. Prowadzenie kreacji całkowicie nowego systemu lub modelu biznesowego. Wymagany typ lidera: pragmatyczny architekt	235
Rozdział 10. Kierowanie rozwojem nowych/ulepszonych rozwiązań dla klientów. Wymagany typ lidera: dyrygent, który wzbogaci doświadczenie konsumenckie klientów.	261
Część III. Rozwijanie kadry liderów innowacyjności	291
Rozdział 11. Tworzenie innowacyjnego środowiska dla liderów: przypadek firmy Logitech	293
Rozdział 12. Jak przyciągnąć, wykształcić i utrzymać kadrę liderów innowacyjności	319

Dodatek A. Innowacja w modelach przywództwa i organizacji kultury.	338
Dodatek B. Wytyczne stosowania wideo do szkolenia „Zarządzanie pomysłem”	344
Dodatek C. Czynniki wpływające na klimat innowacyjny w firmie	351
Indeks	359