

Spis treści

Wprowadzenie	7
Część I	
Strategia jest firmie potrzebna	11
1. Czas i strategia firmy: przeszłość, teraźniejszość i przyszłość	15
2. Nie każda firma musi mieć (wielką) strategię	31
3. Nowe koncepcje nie są złe, ale przereklamowane	51
4. Stare teorie strategii są dobre	69
Część II	
Czas i decyzje strategiczne: jak wykorzystać przeszłość, zarządzać teraźniejszością i tworzyć przyszłość	105
5. Zarządzaj bagażem przeszłości: zniszcz lub wykorzystaj	111
6. Radź sobie z teraźniejszością: poprawiaj i zmieniaj	145
7. Buduj przyszłość: eksperymentuj i ryzykuj	171
Przypisy	209