

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Podejście sieciowe w zarządzaniu strategicznym.....	15
1.1. Wyłanianie się podejścia sieciowego.....	15
1.2. Sieci działań.....	23
1.3. Klastry i klastry kreatywne jako podmioty badań.....	28
1.4. Klaster kreatywny – ujęcie przedmiotowe	38
Rozdział 2	
Teoretyczne podstawy zarządzania wiedzą w sieciach i klastrach kreatywnych	45
2.1. Koncepcje i modele zarządzania wiedzą.....	45
2.2. Kreatywność w procesie zarządzania wiedzą.....	72
2.3. Podejście sieciowe w zarządzaniu wiedzą – koncepcja i analiza	81
2.4. Wyniki dotychczasowych badań dotyczących zarządzania wiedzą w klastrach i sieciach	88
2.5. Zarządzanie wiedzą w klastrze – założenia dla modelu	91
Rozdział 3	
Metodyka badań klastrów kreatywnych	93
3.1. Cele i proces badawczy.....	93
3.2. Metodyka badań pogłębionych – studia przypadków identyfikujące sieci działań	101
Rozdział 4	
Klastry i sieci kreatywne w Unii Europejskiej	107
4.1. Potencjał sektorów kreatywnych i kultury w UE	107
4.2. Klastry w sektorach kreatywnych i kultury w UE	110
4.3. Przykłady klastrów kreatywnych w UE	114
4.4. Przykłady sieci w sektorach kreatywnych i kultury w Unii Europejskiej...	122

Rozdział 5

Praktyka zarządzania wiedzą w sieciach i klastrach

kreatywnych w Polsce	129
5.1. Rozwój klastrów w sektorach kreatywnych w Polsce.....	129
5.2. Infrastruktura zarządzania wiedzą klastrów kreatywnych	133
5.3. Praktyka zarządzania wiedzą w klastrach – wyniki badań bezpośrednich wśród koordynatorów klastrów.....	138

Rozdział 6

Pogłębione studia przypadków – zarządzanie wiedzą w wybranych sieciach i klastrach kreatywnych

6.1. Krakowski Klaster Filmowy	149
6.2. Dobroteka – sieć producentów mebli w Dobrodzieniu.....	163
6.3. Śląski Klaster ICT i Multimediiów Hub Club	177
6.4. Dyskusja uzyskanych wyników.....	191

Rozdział 7

Podsumowanie i wnioski – sieciowy model zarządzania wiedzą

w klastrze kreatywnym.....	203
7.1. Weryfikacja hipotez badawczych.....	203
7.2. Wnioski poznawcze	207
7.3. Wnioski w obszarze metodologii badań.....	215
7.4. Wnioski praktyczne	217

Bibliografia.....	221
--------------------------	------------

Spis tabel	231
-------------------------	------------

Spis rysunków	233
----------------------------	------------

Załączniki	235
-------------------------	------------

Załącznik 1. Lista zidentyfikowanych klastrów kreatywnych w Polsce	236
--	-----

Załącznik 2. Lista klastrów kreatywnych, w których przeprowadzono wywiady częściowo ustrukturyzowane z przedstawicielami koordynatora klastra....	239
--	-----

Załącznik 3. Scenariusz wywiadu częściowo ustrukturyzowanego z przedstawicielami koordynatora klastra.....	240
---	-----

Załącznik 4. Kwestionariusz do badań bezpośrednich członków klastra	241
---	-----

Streszczenie	243
---------------------------	------------

Abstract.....	245
----------------------	------------

Contents

Introduction	9
Chapter 1	
Network approach in strategic management	15
1.1. Emergence of the network paradigm.....	15
1.2. Action nets	23
1.3. Clusters and creative clusters as the research subjects	28
1.4. Creative cluster – objective approach	38
Chapter 2	
Theoretical foundations of the knowledge management in creative networks and clusters.....	45
2.1. Knowledge management concepts and models	45
2.2. Creativity in knowledge management processes	72
2.3. Network approach in knowledge management – concept and analysis	81
2.4. Literature review	88
2.5. Knowledge management in cluster – assumption for the model	91
Chapter 3	
Methodology of creative clusters research	93
3.1. Research objectives and process	93
3.2. Methodology of in-depth studies	101
Chapter 4	
Creative clusters and networks in European Union	107
4.1. Potential of creative and cultural sector in EU	107
4.2. Clusters in creative sector in EU	110
4.3. Examples of creative clusters in EU.....	114
4.4. Examples of networks in creative sectors in EU	122

Chapter 5

Practice of knowledge management in creative clusters and networks in Poland.....

5.1. Development of clusters in creative sectors in Poland	129
5.2. Knowledge management infrastructure in creative clusters.....	133
5.3. Practice of knowledge management in creative clusters – findings of direct interviews with clusters'	138

Chapter 6

In-depth case studies – knowledge management in selected creative clusters.....

6.1. Krakow Film Cluster.....	149
6.2. Dobroteka – network of furniture manufacturers in Dobrodzień	163
6.3. Silesian ICT and multimedia cluster Hub Club	177
6.4. Discussion of findings.....	191

Chapter 7

Summary and conclusion – network model of knowledge management in creative cluster

7.1 Verification of hypotheses.....	203
7.2 Cognitive conclusions.....	207
7.3 Methodological conclusions.....	215
7.4 Conclusions for the practice.....	217

Bibliography.....	221
--------------------------	------------

List of Tables.....	231
----------------------------	------------

List of Figures.....	233
-----------------------------	------------

Appendices.....	235
------------------------	------------

Appendix 1 List of identified creative clusters in Poland.....	236
--	-----

Appendix 2 List of creative clusters participating in semi-structured interview	239
--	-----

Appendix 3 Scenario of the semi-structured interview	240
--	-----

Appendix 4 Questionnaire for direct research of the clusters' members	241
---	-----

Abstract.....	245
----------------------	------------