

Spis treści

Słowo wstępne do wydania polskiego (Wiesław Godzic)	7
Podziękowania	10
Rozdział 1. Wprowadzenie	11
Część I. Kontekst strategiczny	27
Rozdział 2. Gałęzie przemysłu medialnego	29
Rozdział 3. Tendencje w otoczeniu strategicznym przemysłu medialnego	114
Rozdział 4. Konwergencja i jej przyczyny	125
Część II. Od kontekstu do koncepcji	141
Rozdział 5. Strategia w branżach medialnych	143
Rozdział 6. Zarządzanie zmianami technologicznymi	164
Rozdział 7. Kreatywność i innowacyjność	188
Rozdział 8. Poznanie, kultura i strategia	215
Rozdział 9. Struktura przedsiębiorstwa	233
Rozdział 10. Przywództwo	253
Rozdział 11. Wnioski	275
Bibliografia	289
Indeks	307