

Spis treści

Wstęp	7
1. Podstawy kreatywności	9
1.1. Definicja kreatywności	9
1.2. Kreatywność a twórczość	11
1.3. Perspektywy analizy twórczości	12
2. Kreatywność pracowników	15
2.1. Kreatywność pracowników i jej komponenty	15
2.2. Sylwetka kreatywnego pracownika	16
2.3. Kreatywny menedżer	18
2.4. Inhibitory i stymulatory kreatywności pracowników	20
3. Narzędzia do badania predyspozycji twórczych	23
3.1. Myślenie dywergencyjne	24
3.2. Testy zawierające zadania werbalne i testy mieszane	26
3.3. Testy zawierające zadania niewerbalne	27
3.4. Kwestionariusze samooceny	30
3.5. Badania biograficzne, wywiad i obserwacja	31
4. Ocena kreatywności pracowników	35
4.1. Model oceny kreatywności pracowników	35
4.2. Założenia budowy kwestionariuszy do badania predyspozycji twórczej pracowników	36
4.3. Weryfikacja kwestionariuszy do badań	51
5. Prokreatywna przestrzeń w przedsiębiorstwie	57
5.1. Istota prokreatywnej przestrzeni przedsiębiorstwa	57
5.2. Czynniki sprzyjające kreatywności w przedsiębiorstwie	57
5.3. Przegląd koncepcji i narzędzi do identyfikacji twórczego klimatu w miejscu pracy	60
6. Procesy grupowe i ich dynamika	63
6.1. Grupa a zespół	63
6.2. Role grupowe	68
6.3. Coaching zespołowy i mentoring	69
6.4. Przewodzenie grupom	72

7.	Metodyka zespołowego rozwiązywania problemów	75
7.1.	Sesja twórcza	75
7.2.	Moderacje	79
7.3.	Metody aktywizujące pracę zespołu	82
7.4.	Kreowanie innowacyjnych rozwiązań	88
8.	Twórcze zespoły pracownicze w przedsiębiorstwie	95
8.1.	Charakterystyka i podział zespołów pracowniczych	95
8.2.	Zasady budowania twórczych zespołów	97
8.3.	Procedura rekrutacji pracowników do zespołów twórczych	99
8.4.	Dobór pracowników do twórczych zespołów na przykładzie praktycznym ..	104
9.	Wpływ kreatywności pracowników na rozwój innowacji	109
9.1.	Obszar badań wpływu kreatywności pracowników na rozwój innowacji w przed- siębiorstwie	109
9.2.	Model badań przeprowadzonych w przedsiębiorstwach	109
9.3.	Metody i narzędzia zastosowane w badaniach	111
9.4.	Ocena wpływu kreatywności pracowników na rozwój innowacji	112
10.	Tworzenie ruchu proinnowacyjnego w przedsiębiorstwie	119
10.1.	Geneza pojęcia racjonalizacji	119
10.2.	Przedmiot wniosku racjonalizatorskiego	121
10.3.	Model ruchu proinnowacyjnego w przedsiębiorstwie	122
10.4.	Motywowanie pracowników do proinnowacyjnego działania w przedsiębior- stwie	124
10.5.	Narzędzie wspomagające ruch proinnowacyjny w przedsiębiorstwie	127
11.	Przykłady z praktyki przemysłowej	135
11.1.	Działanie kreatywnego zespołu na przykładzie przedsiębiorstwa z branży meblarskiej	135
11.2.	Analiza badań w dużym przedsiębiorstwie branży spożywczej	136
11.3.	Analiza badań w dużym przedsiębiorstwie branży meblarskiej	141
11.4.	Analiza badań w dużym przedsiębiorstwie branży metalowej	143
11.5.	Analiza badań w średnim przedsiębiorstwie branży opakowań	144
11.6.	Analiza badań w średnim przedsiębiorstwie branży meblarskiej	146
11.7.	Analiza badań w małym przedsiębiorstwie branży rolniczej	148
11.8.	Budowanie zespołu z wykorzystaniem metod kreatywnego rozwiązywania problemów	150
11.9.	Moderowanie zespołu problemowego	155
	Bibliografia	161
	Słownik ważniejszych pojęć	169
	Indeks	171