

Zarządzanie kreatywnością pracowników - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie kreatywnością pracowników
Kod przedmiotu	04.0-WZ-ZarzP-ZKP
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Zarządzanie
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Marta Moczulska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	30	2	18	1,2	Egzamin
Ćwiczenia	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką kreatywności pracowników w organizacji i możliwości jej wyzwalaania/wzmacniania.

Wymagania wstępne

Uzyskanie zaliczenia na min. ocenę dostateczną z przedmiotu: Zarządzanie zasobami ludzkimi realizowanego w semestrze II.

Zakres tematyczny

W ramach prowadzonych wykładów: Kreatywność, twórczość a innowacyjność przedsiębiorstwa. Kreatywność pracowników i jej źródła. Komponenty twórczości. Wymagania kreatywnego myślenia. Kreatywność pracowników a proces innowacyjny. Wiedza, uczenie się a zarządzanie kreatywnością. Udział pracowników w innowacyjności przedsiębiorstwa. Generowanie pomysłów innowacyjnych/Kształtowanie innowacyjności pracowników. Metoda kreatywnego benchmarkingu. Uwarunkowania kreatywności: cechy kultury organizacyjnej sprzyjające/niesprzyjające kreatywności pracowników, charakterystyka rozwiązań strukturalnych, systemów motywowania, strategie ukierunkowane na kreatywność pracowników. Bariery kreatywności.

W ramach prowadzonych ćwiczeń: Kreatywność pracowników i jej źródła. Cechy osoby kreatywnej. Umiejętności istotne dla kreatywności. Obszary zastosowania kreatywności w organizacji (jak np. rozwiązywanie problemów, prowadzenie zebrań, podejmowanie decyzji). Metody intensyfikowania kreatywności pracowników (jak np.: grupy nominalne, Delphi, synektyka, kapelusze de Bono) Techniki redefiniowania problemów. Rola menedżera w wyzwalaeniu kreatywności pracowników. Możliwości przełamywania barier kreatywności w organizacji. Menedżer, który wyzwala/hamuje kreatywność pracowników. Czynniki organizacyjne sprzyjające kreatywności pracowników.

Metody kształcenia

Wykład - konwencjonalny, problemowy, prezentacja multimedialna

Ćwiczenia - praca w grupach, dyskusja grupowa, praca z książką (artykułem), zadania warsztatowe

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zastosuje metody kreatywności w różnych obszarach funkcjonowania organizacji	- K_U10 - K_U11 - K_U12	- aktywność w trakcie zajęć - test	Ćwiczenia
Student zastosuje techniki/metody wyzwalaania twórczości	- K_U01 - K_U04	- aktywność w trakcie zajęć - test	Ćwiczenia
Student jest kreatywny – otwarty na stosowanie różnych metod wyzwalaania kreatywności pracowników w organizacji	K_U06	- aktywność w trakcie zajęć - test	Ćwiczenia
Student objaśni znaczenie wiedzy dla kreatywności, umie ją przekazywać	K_W08	egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	Wykład

Opis efektu	Symboly efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student wskazuje źródła kreatywności, cechy osoby twórczej, bariery kreatywności, scharakteryzuje uwarunkowania kreatywności pracowników w organizacji	• K_W12	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	• Wykład
Student jest świadomy znaczenia uczenia się dla kształtowania kreatywności i tworzenia innowacji	• K_K02 • K_K04	• aktywność w trakcie zajęć • egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne	• Wykład

Warunki zaliczenia

Warunki zaliczenia dla ćwiczeń (K_U04, K_U06, K_U011, K_U10, K_U12, K_K04):

- wykonanie zadań ocenianych punktowo, dotyczących uwarunkowań kreatywności pracowników
- aktywność - wykonanie dodatkowych zadań;
- kolokwium zaliczeniowe obejmujące swoją tematyką treści realizowane podczas wykładów i ćwiczeń.

Ocena końcowa zależy od liczby uzyskanych punktów z kolokwium i zadań. Progi dla poszczególnych ocen: 60%- dostateczny, 70%- dobry; 80% - dobry plus, 90% - bardzo dobry.

Warunki zaliczenia dla *wykładów* (K_W08, K_W12, K_K02, K_K04): egzamin pisemny. Ocena zależy od liczby uzyskanych punktów: 6)% pkt- dostateczny, 65% pkt - ostateczny plus; 70% pkt dobry; 80% pkt - dobry plus, 90%i więcej pkt- bardzo dobry.

Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest pozytywna ocena z ćwiczeń. Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z ćwiczeń (50%) i z egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych oceny z obu form.

Literatura podstawowa

1. Catmull E., *Kreatywność S.A.*, mtBiznes, 2017
2. Fazlagić J., *Kreatywni w biznesie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.
3. M. D. Mumford (ed.), *Handbook of Organizational Creativity*, Elsevier, New York 2012
4. Robinson K., *Oblicza umysłu. Ucząc Się Kreatywności*, Element, Kraków 2010
5. Covey S.R., *The 7 Habits of Highly Effective People*, Simon + Schuster UK, 2020
6. Ozenc K. , Hagan M.,*Kreatywne rytuały przydatne w pracy*, MTBzines, 2020.
7. Białasiewicz M., *Kreatywność i talent w koncepcji kapitału ludzkiego*, Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania nr 39, t. 1, 2015
8. Kozarkiewicz A., *Teorie kreatywności jako podstawa zarządzania projektami kreatywnymi*, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Nr 244, 2015
9. Krajewska-Nieckarz M., *Uwarunkowania kreatywności pracowników i twórczości organizacyjnej w kontekście zmian*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 457, 2016
10. Skrzypek E., *Kreatywność a zarządzanie wiedzą*, Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, t. 24, nr 1, czerwiec 2014
11. Sopińska A., *Kreatywność a innowacyjność organizacji. Otwarte innowacje jako przejaw współkreatywności*, Zeszyty Naukowe nr 61, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Oficyna Wydawnicza SGH, s. 11–27, 2018
12. Świerk J., *Rola benchmarkingu w doskonaleniu przedsiębiorstwa*, Annales Universitatis Marie Curie-Skłodowska, Sectio H. Oeconomia 44, nr 2, 2010
13. Bock L., *Work Rules*, John Murray, 2016.
14. Grant A., *Originaks*, Penguin Publishing Group, 2019
15. Kuśpit M., Tychmanowicz A., Zdybel J. (red.), *Twórczość, kreatywność, innowacyjność : wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2015
16. Sokół A., *Zarządzanie twórczością w organizacji- koncepcja, metody i narzędzia*, CeDeWu, 2015
17. *Zarządzanie kreatywnością w organizacji*, Harvard Business Essencial, Warszawa 2005, 2018

Literatura uzupełniająca

1. Brzeziński M., *Organizacja kreatywna*, Warszawa 2009
2. Drucker P., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa 1992
3. Stankiewicz J., Moczulska M., *Kształtowanie innowacyjności pracowników w organizacji sieciowej*, „Uwarunkowania przedsiębiorczości - różnorodność i zmienność”, PWSZ, Tarnobrzeg 2008.
4. Stankiewicz J., Moczulska M., *Od zarządzania wiedzą do wzbudzania innowacyjności członków organizacji*, w: J. Stankiewicz (red.) Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem, cz. 1, Zielona Góra 2002
5. Stankiewicz J., *Możliwości wyzwiania i intensyfikowania zachowań twórczych pracowników*, "Management" vol.3, nr 2, Zielona Góra 1999
6. West M., *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, Warszawa 2001
7. Proctor, T., *Twórcze rozwiązywanie problemów*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2002
8. Nęcka E., *Trening twórczości*, Gdańsk 2019
9. Morgan G., *Wyobraźnia organizacyjna*, Warszawa 2002
10. Garbarski L., *Kreatywność w biznesie. Czego możemy się nauczyć od artystów?* , Poltext, 2021

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Marta Moczulska (ostatnia modyfikacja: 26-05-2022 14:48)