



JAN FAZLAGIĆ

KREATYWNI w biznesie

wydawnictwo
poltext

Spis treści

Wstęp	9
Podziękowania	13
Rozdział 1. Czym jest kreatywność?	15
Wprowadzenie	15
1.1. Czym jest „myślenie kreatywne”?	17
1.2. Mity dotyczące kreatywności	28
Podsumowanie	44
Literatura	44
Rozdział 2. Kreatywna osoba	
Wprowadzenie	47
2.1. Pracownik kreatywny, czyli jaki?	48
2.2. Pewność siebie	65
2.3. Umiejętność koncentracji	74
2.4. Wytrwałość	78
2.5. Cechy osób kreatywnych	81
2.6. Dobre rady dla zarządzających osobami kreatywnymi	83
2.7. Niekreatywni pracownicy w firmie	88
Podsumowanie	89
Literatura:	90
Rozdział 3. Proces kreatywny	93
Wprowadzenie	93
3.1. Istota procesu kreatywnego	94

3.2. Teorie wyjaśniające istotę procesu twórczego	101
3.3. Różne rodzaje twórczości	110
3.4. Jakie znaczenie ma czas w procesie twórczym? ..	111
3.5. Jakość procesu twórczego	117
Podsumowanie	119
Literatura:	120

Rozdział 4. Środowisko sprzyjające kreatywności

Wprowadzenie	121
4.1. Jakie elementy współtworzą środowisko sprzyjające kreatywności?	122
4.2. Klimat współpracy	124
4.3. Jakie czynniki związane z przestrzenią biurową mają wpływ na kreatywność pracowników?	128
4.4. Jak zaprojektować biuro sprzyjające kreatywności?	133
Podsumowanie	147
Literatura:	148

Rozdział 5. Motywowanie do kreatywności

Wprowadzenie	151
5.1. Teorie motywacji	153
5.2. Jak motywować pracowników kreatywnych?	165
5.3. Bódcze motywujące osoby kreatywne	178
Podsumowanie	187
Literatura:	188

Rozdział 6. Jak mierzyć kreatywność?

Wprowadzenie	191
6.1. Ocena i pomiar kreatywności	192
6.2. Analiza CV osoby kreatywnej	201
6.3. Cechy kreatywnego produktu	206
Podsumowanie	211
Literatura:	212

Rozdział 7. Zarządzanie firmą kreatywną

Wprowadzenie	213
7.1. Rachunek zysków i strat w kreatywnej firmie	215
7.2. Jak rekrutować kreatywnych pracowników?	219
7.3. Wyjazdy integracyjne	229
7.4. Zamień firmę w fabrykę innowacji	232
7.5. Audyt systemu motywacji	237
Podsumowanie	240
Literatura:	241

Rozdział 8. Kreatywność w polskim biznesie

Wprowadzenie	243
Salad Story	243
Lech Modern Fabrics	247
Polska Organizacja Turystyczna	249
Kreatywność w kancelarii prawnej	253

Rozdział 9. Konkursy na kreatywne rozwiązania

Wprowadzenie	261
9.1. Stymulowanie podaży innowacji z pomocą konkursów i nagród	262
9.2. Przykładowe konkursy	266
9.3. Pomiar efektywności konkursów z nagrodami ..	270
9.4. Opisy przykładowych konkursów na kreatywne rozwiązania	271
Podsumowanie	282

Dodatek A.

Techniki zwiększające kreatywność pracowników	285
---	-----

Dodatek B.

Test pozwalający ustalić dominującą półkulę mózgową	317
---	-----

Spis ramek	325
Spis rysunków	325
Spis schematów	326
Spis tabel	326