

Rok akademicki: 2019/2020

ID zajęć: 509045

ETAP: Semestr zimowy

Informacje ogólne:

Prowadzący: mgr Izabela Woszczyńska

Organizator: Wydział Nauk Społecznych
Instytut Psychologii

Liczba godzin tygodni / semestr: 2 / 30

Jezyk wykładowy: Język polski

Kierunek studiów:

Lokalizacja w planach rocznych: Rok - Semestr

Punkty ECTS:

Forma zaliczenia: Nie sklasyfikowany

Cele przedmiotu:

- C1 - Zdobyć orientacji we współczesnych koncepcjach psychologicznych dotyczących twórczości i innowacyjności ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy twórczości grupowej
- C2 – Zdobyć wiedzy i umiejętności w zakresie diagnozowania potrzeb organizacji w obszarze kreatywności i innowacyjności pracowników
- C3 – Zdobyć wiedzy i umiejętności w zakresie samodzielnego projektowania treningów twórczości
- C4 – Opanowanie i usprawnienie umiejętności samodzielnego przeprowadzania treningów twórczości

Wymagania wstępne:

W1 - Równoległe uczestnictwo w wykładzie z Psychologii twórczości i innowacyjności w biznesie

Efekty kształcenia dla przedmiotu:

WIEDZA

- W1 Student zna zjawisko twórczości w perspektywie psychologicznej i pozapsychologicznej (socjologicznej, ekonomicznej, pedagogicznej) - K_W01
- W2 Student ma wiedzę na temat ograniczenia procesu twórczego w organizacji - K_W12
- W3 Student zna współczesne psychologiczne koncepcje twórczości - K_W01
- W4 Student zna metody pomiaru twórczości i innowacyjności zarówno w podejściu idiograficznym, jak i nomotetycznym - K_W04

UMIEJĘTNOŚCI

- U1 Student potrafi wskazać w oparciu o posiadaną wiedzę teoretyczną uwarunkowania kultury proinnowacyjnej w danej organizacji - K_U01
- U2 Student potrafi skutecznie wykorzystać wiedzę do diagnozy myślenia twórczego i innowacyjnego na poziomie indywidualnym i grupowym (organizacji) - K_U05
- U3 Student potrafi dostrzegać znaczenie twórczości w funkcjonowaniu indywidualnym i społecznym człowieka - K_U07
- U4 Student potrafi samodzielnie opracować i przeprowadzić trening twórczości - K_U10

KOMPETENCJE

- K1 Student podejmuje dyskusję z argumentami zawartymi w tekstach naukowych i publicystycznych z zakresu psychologii twórczości i innowacyjności oraz wyraża swoje krytyczne stanowisko na ich temat - K_K07
- K2 Student jest w stanie wziąć udział w dyskusji z przedsiębiorcami w zakresie wspomaganie rozwoju ich organizacji - K_K04
- K3 Student odznacza się postawą motywowania i wspierania rozwoju twórczości i innowacyjności w biznesie - K_K07
- K4 Student swobodnie porozumiewa się ze specjalistami z innych dziedzin (pedagogicy, socjologowie, ekonomiści) na temat psychologii twórczości i innowacyjności w biznesie - K_K10

Metody dydaktyczne:

Metody aktywizujące: warsztaty, prezentacja multimedialna, dialog, praca indywidualna i w grupach, gry dydaktyczne, praca z tekstem, drama.

Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia:

- Forma i warunki zaliczenia
- aktywne uczestnictwo w zajęciach (25% oceny końcowej),
- zaliczenia kolokwium (50%),
- przygotowanie i przeprowadzenie treningu twórczości (25%).

Ocena niedostateczna

(W) - Student nie zna podstawowych terminów z zakresu psychologii twórczości. Nie potrafi omówić zagadnienia twórczości i innowacyjności, odnosząc się do współczesnych koncepcji psychologicznych i pozapsychologicznych.

(U) - Student nie potrafi zdiagnozować poziomu myślenia twórczego badanego. Nie potrafi zaprojektować i przeprowadzić treningu myślenia twórczego.

(K) - Student nie potrafi zaprezentować posiadanej wiedzy podczas zajęć warsztatowych, mających na celu krytyczną ocenę poznanych koncepcji psychologicznych.

Ocena dostateczna

(W) - Student zna wybrane terminy i zagadnienia z zakresu psychologii twórczości. Orientuje się w wybranych psychologicznych i pozapsychologicznych koncepcjach twórczości i innowacyjności.

(U) - Student potrafi zdiagnozować myślenia twórcze badanego przynajmniej w oparciu o jedną wybraną przez siebie metodę. Student poprawnie realizuje otrzymany konspekt treningu twórczości.

(K) - Student potrafi ocenić podczas dyskusji walory omawianych koncepcji psychologicznych. Potrafi zaprezentować na forum wnioski płynące z przeprowadzonej diagnozy twórczości/innowacyjności organizacji.

Ocena dobra

(W) - Student zna terminy, zagadnienia i teorie funkcjonujące w obszarze psychologii twórczości i innowacyjności.

(U) - Student potrafi zdiagnozować myślenia twórcze badanego w oparciu o min. trzy wybrane przez siebie metody. Student poprawnie realizuje samodzielnie zaprojektowany konspekt treningu twórczości.

(K) - Student potrafi ocenić podczas dyskusji walory omawianych koncepcji psychologicznych. Potrafi zaprezentować na forum wnioski płynące z przeprowadzonej diagnozy twórczości/innowacyjności organizacji. Często zabiera głos podczas zajęć – jego wypowiedzi dowodzą znajomości i wysokiego stopnia zrozumienia poruszanych zagadnień.

Ocena bardzo dobra

(W) - Student zna wszystkie terminy, modele, teorie, założenia badawcze związane z zagadnieniami opisywanymi przez psychologię twórczości i innowacyjności ze szczególnym uwzględnieniem jej współczesnych nurtów badawczych.

(U) - Student potrafi zdiagnozować myślenia twórcze badanego w oparciu o wszystkie metody poznane na zajęciach. Student poprawnie realizuje samodzielnie zaprojektowany konspekt treningu twórczości. Jest w stanie przygotować analizę SWOT kultury innowacyjnej/kreatywnej danej organizacji.

(K) - Student potrafi samodzielnie wskazać obszary problemowe dotyczące omawianej tematyki i uzasadnić ich sensowność na forum.

Krytycznie odnosi się do prezentowanych na zajęciach treści, tj. w oparciu o myślenie dialogiczne wskazuje na mocne i słabe strony danego poglądu/koncepcji. Jest partnerem w dyskusjach specjalistów prezentujących dany zakres wiedzy psychologicznej.

Treści programowe przedmiotu:

Treści programowe

Zajęcia 1. Psychologiczne i pozapsychologiczne definicje twórczości i innowacyjności. Twórczość a: kreatywność, inteligencja twórcza, wyobraźnia – próba demarkacji.

Zajęcia 2. Współczesne koncepcje twórczości: ujęcie rewizjonistyczne.

Zajęcia 3. Współczesne koncepcje twórczości: ujęcie systemowe.

Zajęcia 4. Innowacyjność osoby, innowacyjność społeczeństwa, innowacyjność gospodarki, innowacyjność przedsiębiorstwa. Perspektywa psychologiczna, socjologiczna i ekonomiczna ujmowania zjawiska innowacyjności – podobieństwa i różnice.

Zajęcia 5. Bariery procesu twórczego. Ograniczenia indywidualne i grupowe.

Zajęcia 6. Twórcza organizacja – omówienie wybranych modeli w oparciu o najnowsze koncepcje kapitału społecznego.

Zajęcia 7. Metody pomiaru poziomu twórczości – podejście idiograficzne.

Zajęcia 8. Metody pomiaru poziomu twórczości – podejście nomotetyczne.

Zajęcia 9. Przygotowanie i omówienie diagnoz kreatywności (lub warunków sprzyjających rozwojowi kreatywności i innowacyjności) wybranych organizacji.

Zajęcia 10. Innowacyjność polskiej gospodarki – uwarunkowania psychologiczne. Analiza i interpretacja raportów GUS i PARP – metoda projektu z wykorzystaniem analiz statystycznych dostępnych źródeł.

Zajęcia 11. Trening twórczości - struktura, techniki, ocena efektywności

Zajęcia 12. Trening twórczości – przegląd i mówienie ćwiczeń.

Zajęcia 13. Trening twórczości – prezentacja wybranych metod i technik przez uczestników zajęć.

Zajęcia 14. Prezentacja wybranych dobrych praktyk w zakresie rozwijania innowacyjności w lubelskich przedsiębiorstwach – zajęcia w terenie (I).

Zajęcia 15. Prezentacja wybranych dobrych praktyk w zakresie rozwijania innowacyjności w lubelskich przedsiębiorstwach – zajęcia w terenie (II).

Literatura:

Bills, T., Genassi, Ch. (2009). Creative Business. New York: Pelgrave Macmillan.

Brzeziński, M. (2009). Organizacja kreatywna. Warszawa: PWN.

Clegg, B. (2001). Creativity and innovation for managers. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Nęcka, E. (1995). Proces twórczy i jego ograniczenia. Kraków: Impuls.

Nęcka, E. (2001). Psychologia twórczości. Gdańsk: GWP.

Sawyer, K. (2007). Group Genius. The Creative Power of Collaboration. New York: Basic Books.

Schmidt, K. (2008). Trening kreatywności. Podręcznik dla pedagogów, psychologów i trenerów grupowych. Gliwice: Wyd. Helion.
Schmidt, K. (2010). ABC kreatywności. Warszawa: Difin.
West, M. (2000). Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji. Warszawa: PWN.

Literatura uzupełniająca

Birch, P., Clegg, B. (1996). Techniki twórczego myślenia w biznesie. Warszawa: Wyd. M7A Comm.
Gladwell, M. (2011). Poza schematem. Kraków: Wyd. ZNAK.
Kelley, T. (2003). Sztuka innowacji. Lekcje kreatywności z doświadczeń czołowej amerykańskiej firmy projektowej. Warszawa: MT Biznes.
Tokarz, A. (2005). Dynamika procesu twórczego. Kraków: Wyd. UJ.