

Kreatywność pracowników a rozwój firm

KREATYWNOŚĆ PRACOWNIKÓW A ROZWÓJ FIRM.

Ponad 140 stron !!!

WSTĘP

Rozdział 1

KREATYWNOŚĆ W LITERATURZE

1.1 Definicja kreatywności

1.2 Znaczenie kreatywności w zarządzaniu firmą

1.3 Zachowanie człowieka w sytuacji innowacyjnej

1.4 Świadomość i potrzeba kreatywności w polskich firmach

1.4.1 Kreatywność w polskich firmach

1.4.2 Kreatywność narzędziem konkurencji

Rozdział 2.

TECHNIKI ROZWOJU ZDOLNOŚCI KREATYWNEGO MYŚLENIA
WŚRÓD PRACOWNIKÓW

2.1 Podstawowe założenia twórczego myślenia

2.2 Burza mózgów

2.3 Techniki twórczego myślenia w biznesie

2.3.1 Czym jest twórcze myślenie?

2.3.2 Rozwiązywanie problemów

2.4 Program nauki myślenia Cognitive Research Trust

2.4.1 Definicje

2.4.2 Techniki skutecznego myślenia

2.5 Podświadomość

Rozdział 3.

WYKORZYSTANIE KREATYWNOŚCI PRACOWNIKÓW W
PRAKTYCE

3.1 Koncern samochodowy Ford

3.2 Firma komputerowa IBM

3.3 Firma Lego

3.4 Koncern elektroniczny Philips

3.5 Japońska firma HIGASHIMARU SHOYU

Rozdział 4.

PROGRAM ROZWIJANIA ZDOLNOŚCI TWÓRCZEGO MYŚLENIA WŚRÓD PRACOWNIKÓW

4.1 Podstawowe założenia

4.2 Sposoby rozwijania zdolności twórczych pracowników

4.3 Proces wdrażania programu rozwijania zdolności twórczego myślenia

4.4 Uwarunkowania realizowania nowych pomysłów i innowacji

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

SPIS TABEL I RYSUNKÓW

WSTĘP

We współczesnym świecie biznesu kreatywność pracowników odgrywa kluczową rolę w rozwoju przedsiębiorstw. To właśnie kreatywność jest siłą napędową innowacji, która jest niezbędna do utrzymania konkurencyjności na rynku i pomyślności biznesu. Niniejsza praca pt. „Kreatywność pracowników a rozwój firm” skupia się na badaniu tej ważnej kwestii.

W rozdziale pierwszym, zatytułowanym „Kreatywność w literaturze”, skupiamy się na definicji kreatywności oraz jej znaczeniu w zarządzaniu firmą. Zajmujemy się również zachowaniem człowieka w sytuacji innowacyjnej oraz świadomością i potrzebą kreatywności w polskich firmach. Szczegółowo analizujemy, jak kreatywność staje się narzędziem konkurencji.

W rozdziale drugim „Techniki rozwoju zdolności kreatywnego myślenia wśród pracowników” zgłębiamy podstawowe założenia twórczego myślenia. Omawiamy takie techniki jak burza mózgów oraz inne techniki twórczego myślenia w biznesie. Przyglądamy się także programowi nauki myślenia Cognitive Research Trust oraz roli podświadomości w procesie twórczym.

Rozdział trzeci „Wykorzystanie kreatywności pracowników w praktyce” poświęcony jest studiom przypadków koncernu samochodowego Ford, firmy komputerowej IBM, firmy Lego, koncernu elektronicznego Philips i japońskiej firmy HIGASHIMARU SHOYU. W tych studiach pokazujemy, jak kreatywność

pracowników przyczyniła się do sukcesu tych organizacji.

W rozdziale czwartym „Program rozwijania zdolności twórczego myślenia wśród pracowników” skupiamy się na podstawowych założeniach, sposobach rozwijania zdolności twórczych pracowników oraz procesie wdrażania programu rozwijania zdolności twórczego myślenia. Omawiamy również uwarunkowania realizowania nowych pomysłów i innowacji.

Zakończenie pracy stanowi podsumowanie kluczowych wniosków wynikających z naszych badań. Mamy nadzieję, że praca ta dostarczy cennych informacji i wglądów na temat roli kreatywności pracowników w rozwoju firm, które mogą okazać się użyteczne dla praktyków biznesu, badaczy i studentów zainteresowanych tym tematem.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!