



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Z-EKO2-U-211
Nazwa przedmiotu	Kreatywność w biznesie
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Business Creativity
Obowiązuje od roku akademickiego	2021/2022

USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	EKONOMIA
Poziom kształcenia	II stopień
Profil studiów	Praktyczny
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordinator przedmiotu	Dr Danuta Witczak-Roszkowska
Zatwierdził	Dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Przedmiot kierunkowy
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	Polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr II
Wymagania wstępne	Podstawy zarządzania
Egzamin (TAK/NIE)	NIE
Liczba punktów ECTS	2

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	15		15		

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Ma elementarną wiedzę o uwarunkowaniach i przebiegu procesu twórczego oraz dylematach związanych z pomiarem kreatywności.	EKO2_W02
	W02	Ma podstawową wiedzę nt. roli kreatywności w zarządzaniu przedsiębiorstwem, wspierania zdolności twórczych menadżerów, szans i barier przedsiębiorczości kreatywnej.	EKO2_W02
	W03	Zna podstawowe techniki heurystyczne. Ma wiedzę na temat roli kreatywności w procesach innowacyjnych. Rozumie rosnącą rangę kreatywności w gospodarce.	EKO2_W02
Umiejętności	U01	Dokonuje obserwacji procesów i zmian społecznych i gospodarczych oraz wykorzystuje zdobytą wiedzę na temat technik heurystycznych do rozstrzygnięcia dylematów zarządzania i marketingu.	EKO2_U01
	U02	Analizuje problemy zarządzania oraz na podstawie technik twórczego myślenia identyfikuje niestandardowe ich rozwiązanie.	EKO2_U01
	U03	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w zakresie tworzenia propozycji innowacji organizacyjnych, produktowych, procesowych.	EKO2_U01
Kompetencje społeczne	K01	Współdziała w grupie oraz skutecznie komunikuje się kreując innowacyjne rozwiązania.	EKO2_K03
	K02	Zgodnie z prawem eksploatuje utwory chronione w zakresie przygotowywanych prezentacji.	EKO2_K02

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	1-2. Uwarunkowania kreatywności. Istota i znaczenie kreatywności. Kreatywność w sztuce i kulturze .Poziomy twórczości. Inteligencja a kreatywność. Otoczenie a kreatywność. Społeczne i jednostkowe aspekty kreatywności. Rola myślenia krytycznego i twórczego w rozwijaniu kreatywności. Problemy i etapy kreatywnego rozwiązywania problemów. Efekt kreacji.
	3. Dylematy pomiaru kreatywności. Przedmiot badania kreatywności. Kontekst badania i oceny kreatywności. Kryteria oceny kreatywności. Narzędzia badania kreatywności. Umowność statystyki sektora kreatywnego. Metody badania „klimatu dla kreatywności”, Mierzenie kreatywności na poziomie jednostkowym.
	4. Kreatywność w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Kreatywność paradygmatem nowoczesnych organizacji. Strategia firmy a kreatywność. Kreatywny aspekt przywództwa. Potrzeby firmy w zakresie kreatywności pracowników. Wspieranie zdolności twórczych menadżerów. Szanse i bariery przedsiębiorczości kreatywnej.
	5-6. Innowacyjna organizacja - od kreatywności do innowacji. Integracja kreatywności i innowacji. Rodzaje kreatywności w zależności od poziomu zarządzania organizacją. Kształtowanie się kreatywności koncepcyjnej i operacyjnej w cyklu innowacyjnym .Procesy i subprocesy kreatywności i innowacyjności.
	7-8. Kreatywność i innowacyjność w praktyce gospodarczej. Twórcza destrukcja w gospodarce cyfrowej - powstawanie i rozwój internetowych serwisów aukcyjnych. Tworzenie skupisk usług biznesowych opartych na wiedzy - przypadek Polski. Specyfika innowacji „made in China”. Kreatywność i innowacyjność w mediach.

laboratorium	1 -2. Techniki kreatywnego myślenia. Zasady wykorzystania technik heurystycznych. Techniki heurystyczne bazujące na swobodnych skojarzeniach - burza mózgów, Phillips 66, synektyka, odwracanie problemu. Techniki analityczno-heurystyczne. Techniki: morfologiczna, ukierunkowanych poszukiwań, porównań, diagnostyczna, prognostyczna. - prezentacja przez zespoły studentów wybranych technik.
	3-4. Wykorzystanie wybranych technik twórczego myślenia w tworzeniu logo firmy lub udoskonalaniu logo firmy już istniejącej. - praca w grupach i prezentacja wyników
	5-6. Rozwiązywanie rzeczywistych problemów z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem z wykorzystaniem technik heurystycznych - praca w zespołach i prezentacja efektów
	7-8. Wykorzystanie technik twórczego myślenia w tworzeniu sloganów reklamowych - praca w zespołach

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W01			X			
W02			X			
W03			X			
U01				X		
U02				X		
U03				X		
K01				X		
K02				X		

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej 50% punktów z kolokwium w trakcie zajęć.
laboratorium	zaliczenie z oceną	Obserwacja studentów w trakcie prac tzw. małych grup oraz przygotowanych prezentacji.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS							
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jednostka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	15		15			h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2		2			h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	34					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	16					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,6					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	25					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	1,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	50					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	2					ECTS

LITERATURA

1. *Twórczość. Kreatywność. Innowacyjność*, red. M. Kuśpit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel, Wyd. UMCS, Toruń 2015.
2. *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej. Twórcza destrukcja 2*, red. A. Zorska, M. Mołęda-Zdziech, B. Jng, SGH, Warszawa 2014.
3. G. Królik, G. Gruszczyńska-Malec, H. Bieniok, *Techniki kreatywnego myślenia*, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice 2013.
4. A. Ujwary-Gil, *Inwetyka czyli kreatywność w biznesie. Wybrane zagadnienia*, WASB NLU, 2004.