

KARTA PRZEDMIOTU

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Psychologia twórczości i innowacyjności w biznesie
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	<i>The Psychology of creativity and innovation in business</i>
Kierunek studiów	Psychologia (Psychologia Biznesu i Przedsiębiorczości)
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	jednolite magisterskie
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Psychologia
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	dr Martyna Płudowska
---	----------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30	Rok III Semestr V	4

Wymagania wstępne	1. Znajomość podstawowych pojęć z psychologii twórczości.
-------------------	---

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

1. Student posiada wiedzę na temat procesu twórczego, zna jego klasyczne i współczesne koncepcje.
2. Student posiada wiedzę na temat uwarunkowań i znaczenia innowacyjności w organizacji.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Student charakteryzuje przedmiot psychologii twórczości, wymienia i wyjaśnia zasady metodologii i cele psychologii twórczości.	K_W01
W_02	Student identyfikuje procesy regulacji psychicznej u osób twórczych; rozróżnia rolę procesów poznawczych i emocjonalno- motywacyjnych w procesie twórczym. Rozpoznaje terminologię, identyfikuje podmiotowe i środowiskowe uwarunkowania procesów twórczych oraz wymienia współczesne osiągnięcia badań w tym zakresie.	K_W08
W_03	Student wymienia i charakteryzuje ujęcia i koncepcje dotyczące kreatywności w obszarze pracy, organizacji i zarządzania, a także wskazuje znaczenie kompetencji twórczych w budowaniu innowacyjności przedsiębiorstw	K_W12
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Posługując się koncepcjami wypracowanymi na gruncie psychologii twórczości student analizuje i interpretuje uwarunkowania twórczości indywidualnej i grupowej oraz innowacyjności organizacyjnej.	K_U01

U_02	Student wykorzystuje wiedzę na temat ludzkiej kreatywności w projektowaniu działań mających na celu własny rozwój osobowy i zawodowy.	K_U05
U_03	Student projektuje kierunki i sposoby podnoszenia jakości życia jednostki oraz optymalizacji funkcjonowania organizacji w zakresie innowacyjności. Student interpretuje prawidłowości funkcjonowania procesów poznawczych w kontekście podnoszenia kompetencji twórczych jednostek i grup.	K_U10
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Student uznaje potrzebę wspierania jednostek i grup w aspekcie rozwoju ich kompetencji twórczych; wyraża gotowość odpowiedzialnego popularyzowania wiedzy z zakresu psychologii twórczości.	K_K03
K_02	Student dostrzega konieczność okazania szacunku osobom o różnych potrzebach w zakresie różnych form pomocy psychologicznej. Wykazuje zainteresowanie w zakresie stosowania technik rozwijających twórczą postawę wśród osób doświadczających trudności w sferze psychicznej.	K_K04
K_03	Student jest zorientowany na dbałość o aspekty etyczne i uczciwość intelektualną w działaniach naukowych w obszarze psychologii twórczości	K_K08

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Zajęcia 1. Podstawowe pojęcia: twórczość, kreatywność, innowacyjność.</p> <p>Zajęcia 2. Kryteria twórczości (jawne i ukryte).</p> <p>Zajęcia 3. Struktura procesu twórczego - ujęcia klasyczne.</p> <p>Zajęcia 4. Struktura procesu twórczego - ujęcia współczesne.</p> <p>Zajęcia 5. Poznawczy i emocjonalny aspekt twórczości.</p> <p>Zajęcia 6. Wgląd jako nagła zmiana percepcji problemu.</p> <p>Zajęcia 7. Indywidualne cechy twórców.</p> <p>Zajęcia 8. Twórczość a środowisko społeczne.</p> <p>Zajęcia 9. Systemowe koncepcje twórczości.</p> <p>Zajęcia 10. Stosowana psychologia twórczości – diagnoza kreatywności, trening twórczości</p> <p>Zajęcia 11. Psychologia innowacji: przedmiot zainteresowania, proces innowacyjny i jego elementy, psychologiczne i społeczne bariery innowacji; narzędzia wspomagania innowacji.</p> <p>Zajęcia 12. Zarządzanie kreatywnością: znaczenie kultury organizacyjnej dla kreatywności pracowników. Kreatywność pracowników stymulatorem wzrostu efektywności organizacji.</p> <p>Zajęcia 13. Jak rekrutować, motywować i zarządzać osobami kreatywnymi?</p> <p>Zajęcia 14. Kulturowe czynniki efektywności gospodarczej i innowacyjności.</p> <p>Zajęcia 15. Gospodarka kreatywna i mechanizmy jej funkcjonowania.</p>
--

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście

W_02	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
W_03	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
U_02	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
U_03	Wykład konwencjonalny Dyskusja	Egzamin Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	Dyskusja	Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
K_02	Dyskusja	Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście
K_03	Dyskusja	Słuchanie wypowiedzi i argumentów studentów w czasie dyskusji	Uzupełniony i oceniony test Aktywny udział w dyskusji odnotowany na liście

VI. Kryteria oceny, wagi

Ocena niedostateczna

(W) – Student nie charakteryzuje przedmiotu psychologii twórczości i innowacyjności; nie wymienia podmiotowych i środowiskowych czynników warunkujących proces twórczy, nie wyjaśnia znaczenia kompetencji twórczych w budowaniu innowacyjności przedsiębiorstw.

(U) – Student nie wykorzystuje wiedzy z psychologii twórczości do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań w kontekście psychologii pracy i organizacji. Student nie wskazuje i nie proponuje kierunków i sposobów optymalizacji funkcjonowania organizacji w zakresie zwiększania kompetencji twórczych pracowników.

(K) – Student nie uznaje potrzeby wspierania kompetencji twórczych jednostek i grup ani nie wykazuje zainteresowania w zakresie stosowania technik rozwijających twórczą postawę wśród osób doświadczających trudności w sferze psychicznej.

Ocena dostateczna

(W) – Student charakteryzuje wybrane obszary stanowiące przedmiot zainteresowania psychologii twórczości i innowacyjności; wymienia niektóre podmiotowe i środowiskowe czynniki warunkujące proces twórczy. Na poziomie ogólnym wskazuje znaczenie kompetencji twórczych dla innowacyjności przedsiębiorstw.

(U) – Student w ograniczonym zakresie wykorzystuje wiedzę z psychologii twórczości do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań w kontekście psychologii pracy i organizacji. Student wskazuje niektóre kierunki i wybrane sposoby optymalizacji funkcjonowania organizacji z zakresie zwiększania kompetencji twórczych pracowników.

(K) – Student w ograniczonym zakresie uznaje potrzebę wspierania kompetencji twórczych jednostek i grup. Wykazuje niewielkie zainteresowania wobec stosowania technik rozwijających twórczą postawę wśród osób doświadczających trudności w sferze psychicznej.

Ocena dobra

(W) – Student charakteryzuje większość obszarów stanowiących przedmiot zainteresowania psychologii twórczości i innowacyjności; wymienia większość podmiotowych i środowiskowych czynników warunkujących proces twórczy. Szczegółowo wyjaśnia znaczenie kompetencji twórczych dla innowacyjności przedsiębiorstw.

(U) – Student wykorzystuje wiedzę z psychologii twórczości do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań w kontekście psychologii pracy i organizacji. Student wskazuje większość kierunków i sposobów optymalizacji funkcjonowania organizacji z zakresie zwiększania kompetencji twórczych pracowników.

(K) – Student uznaje potrzebę wspierania kompetencji twórczych jednostek i grup. Wykazuje zainteresowanie wobec stosowania niektórych technik rozwijających twórczą postawę wśród osób doświadczających trudności w sferze psychicznej.

Ocena bardzo dobra

(W) – Student charakteryzuje wszystkie obszary stanowiące przedmiot zainteresowania psychologii twórczości i innowacyjności; wymienia i charakteryzuje podmiotowe i środowiskowe czynniki warunkujące proces twórczy. Szczegółowo wyjaśnia znaczenie kompetencji twórczych dla innowacyjności przedsiębiorstw z uwzględnieniem poszczególnych etapów procesu innowacji.

(U) – Student w pełni wykorzystuje wiedzę z psychologii twórczości do analizowania i interpretowania ludzkich zachowań w kontekście psychologii pracy i organizacji. Student wskazuje kierunki i sposoby optymalizacji funkcjonowania organizacji z zakresie zwiększania kompetencji twórczych pracowników

(K) – Student uznaje potrzebę wspierania kompetencji twórczych jednostek i grup w wielu obszarach życia. Wykazuje duże zainteresowanie wobec stosowania technik rozwijających twórczą postawę wśród osób doświadczających trudności w sferze psychicznej.

Wykład

Na końcową ocenę z wykładu składają się:

- egzamin pisemny 90%,
- aktywny udział w dyskusji na wykładzie 10%.

Kryteria oceniania prac na egzaminie pisemnym:

91 - 100% punktów z egzaminu - ocena 5,0

81 - 90% punktów z egzaminu - ocena 4,5

71 - 80% punktów z egzaminu - ocena 4,0

61 - 70% punktów z egzaminu - ocena 3,5

50 - 60% punktów z egzaminu - ocena 3,0

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	90

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Biela, A. (2015). <i>Trening kreatywności. Jak pobudzić twórcze myślenie</i> . Warszawa: Samo Sedno.
Csikszentmihalyi, M. (1997). <i>Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention</i> . New York: HarperCollins Publishers, Inc.
De Bono, E. (1998). <i>Naucz się myśleć kreatywnie</i> . Warszawa: Wydawnictwo Prima.
Nęcka, E. (1994). <i>TROP ... Twórcze rozwiązywanie problemów</i> . Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
Nęcka, E. (2001). <i>Psychologia twórczości</i> . Gdańsk: Wydawnictwo GWP.
Nęcka, E., Gruszka, A., Orzechowski, J. i Szymura, B. (2019). <i>Trening twórczości</i> .
Nęcka, E., Orzechowski, J., Słabosz, A. i Szymura, B. (2005). <i>Trening twórczości</i> . Gdańsk: Wydawnictwo GWP.
Penz, J. (2000). <i>Innowacje i zmiany w firmie</i> . Warszawa: Wydawnictwo Placet.
Proctor, T. (2002). <i>Twórcze rozwiązywanie problemów</i> . Gdańsk: Wydawnictwo GWP.
Sękowski, A., Górecki, J., Płudowska, M. (2016). Konfrontacja ze sobą, z wartościami czy ze zmianą? Przegląd badań na temat związków twórczości i wartości. <i>Folia Psychologica</i> , 20, 105-129.
Sternberg, R. (2006). The Nature of Creativity. <i>Creativity Research Journal</i> , 18(1), 87-98.
West, M. A. (2000). <i>Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji</i> . Warszawa: Wydawnictwo PWN.
Saukh, I. i Vikarchuk, O. (2021). Creativity in management and creative management: meta-analysis. <i>Marketing and Management of Innovations</i> , 1, 65-80. http://doi.org/10.21272/mmi.2021.1-06 .
Literatura uzupełniająca
Cichy-Jasiocha, B., Sękowski A. E. i Płudowska, M. (2022). Zdolności twórcze w procesie psychoterapii. W: P. Brudek, D. Mącik i D. Kuncewicz (red.), <i>Psychologia kliniczna. W trosce o godność człowieka</i> (s. 307–319). Lublin: Towarzystwo Naukowe KUL.
Garbarski, L. (2021). <i>Kreatywność w biznesie. Czego możemy się nauczyć od artystów?</i> Warszawa: Poltext
Góralczyk, A. (1990). <i>Być nowatorem</i> . Warszawa: PWN.
Jankowska, D. i Karwowski, M. (2020). <i>Test of Creative Imagery Abilities</i> . Warszawa: Liberi Libri.
Kozielecki, J. (1995). <i>Myślenie i rozwiązywanie problemów. Podejmowanie decyzji</i> . W: T. Tomaszewski (red.), <i>Psychologia ogólna</i> . Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Limont, W. (1994). <i>Synektyka a zdolności twórcze</i> . Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
Matczak, A. i Jaworska, A. (2020). <i>Test Płynności Ekspresyjnej. Podręcznik</i> . Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
Matczak, A., Jaworska, A. i Stańczyk, J. (2000). <i>Rysunkowy Test Twórczego Myślenia TCT-DP K.K. Urbana i H.G. Jellena</i> . Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych PTP.
Nęcka, E. (1999). <i>Proces twórczy i jego ograniczenia</i> . Kraków: Wydawnictwo UJ.
Niebrzydowski, L. (red.) (1995). <i>Stymulatory rozwoju aktywności i osobowości twórczej</i> . Łódź: Wydawnictwo UŁ.
Proktor, T. (2003). <i>Twórcze rozwiązywanie problemów. Podręcznik dla menadżerów</i> . Gdańsk: GWP.

Parjanen, S. (2012). Experiencing Creativity in the Organization: From Individual Creativity to Collective Creativity. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 7, 109-128. DOI:10.28945/1580

Strzałeczki, A. (2003). *Psychologia twórczości. Między tradycją a ponowoczesnością*. Wydawnictwo UKSW.