

OBSAH

Úvod	11
Kapitola I: Čo je kreativita?	13
Definície kreativity	13
Šesť klasifikačných tried kreativity	14
Hlavné kategórie definovania	15
<i>Pristupy z hľadiska pôvodu</i>	15
<i>Pristupy z hľadiska procesu</i>	16
<i>Pristupy z hľadiska informačných procesov</i>	18
<i>Pristupy z hľadiska osobnosti</i>	18
Podnikateľská kreativita	23
Kapitola II: Aspekty inovácie	27
Objav, vynález a inovácia	27
Inovácia	29
Kreativita a inovácia	30
Inovácie produktov a procesov	32
Technológia a inovácia	35
<i>Zmena a inovácia</i>	36
<i>Znižovanie odporu voči zmenám</i>	37
Inovovanie prostredníctvom imitovania	38
Inovácia a podnikanie	41
<i>Podnikaví ľudia a inovačný proces</i>	41
Kapitola III: Kreatívny a inovačný manažment	45
Koho možno nazvať kreatívnym manažérom?	46
Charakteristické črty kreatívneho manažéra	46
Podnikateľské prostredie ako predpoklad kreativity a inovácie	48
Kreativita a inovácia v kultúre firmy	50
<i>Ako môže manažér podporovať tvorivý proces</i>	50
Praktické odporúčania pre manažérov na vytvorenie kreatívneho a inovačného prostredia	54
Príklady kreativity a inovácie	56
<i>Spoluúčasť zamestnancov</i>	56
<i>Inovácia ako príležitosť</i>	57
<i>Spolupráca so zákazníkmi</i>	60
<i>Chápavé správanie k zákazníkmi</i>	62
<i>Inovácia ako dlhodobý proces</i>	63
Odporúčania pre kreatívny a inovačný manažment	64

Kapitola IV: Individuálne techniky kreativity	66
Analógie a metafory	67
<i>Analógie</i>	67
<i>Metafory</i>	67
<i>Prirovnania</i>	68
<i>Osobné analógie</i>	68
<i>Priame analógie</i>	69
Asociovanie	70
<i>Voľná asociácia</i>	71
<i>Bežné asociovanie</i>	71
<i>Zorad'ovanie atribútov</i>	72
<i>Asociačné zorad'ovanie atribútov</i>	73
Kruh možnosti	73
Technika cielennej voľby	74
Kontrolný zoznam otázok	75
Dvojslovná technika	76
Späť ku zdrojom	78
Technika „čo keby ...?“	79
Späť k zákazníkovi	79
Veľký mysliteľ	80
Kapitola V: Skupinové techniky kreativity	81
Výhody skupinového rozhodovania sa	81
Tvorivé načúvanie	82
Zložená povaha myšlienok	83
Brainstorming	84
<i>Brainstorming – metóda generovania nápadov</i>	84
<i>Brainstorming – voľba skupiny a prístupu</i>	85
Technika Gordon-Little	87
Hra Force-Fit	87
Metóda brainstorming Mitsubishi	88
Stimulácia objektom	89
Obrazová stimulácia	89
Sémantická stimulácia	90
Brainwriting Pool	90
Brainsketching	91
Kolektívna metóda Notebook	91
Metóda Galéria	92
Leví brloh	92
Riadená vizualizácia	93
Rebríková metóda	94
Impulzívne stretnutia	94
Synektika	95
Technika exkurzií	96
Technika nominálnej skupiny	98
Delfská metóda	100
Morfologická analýza	101
Komisie inovácií	102
Tvorivé zobrazovanie	102
Tvorivé skoky	103
Kreatívne riešenie problémov	103
<i>Presné definovanie problémov</i>	103
<i>Znovudefinovanie</i>	105

Obrat	105
<i>Prípadová štúdia: Kreatívne riešenie problémov</i>	106
Zoznam osobnostných kvalít	107
Definovanie vízie a misie	110
Techniky identifikovania problémov	113
Diagram rybej kosti	113
Diagram prečo-prečo	115
Kráľ hory	117
Vlastná skúsenosť s problémom	117
Analýza medzier	118
Benchmarking	121
<i>Ako uplatniť benchmarking?</i>	123
<i>Prečo je benchmarking komplikovaný?</i>	125
<i>Aplikácia modelu 7S v oblastiach inovácií</i>	126
<i>Benchmarkingová štúdia inovačných procesov</i>	126
Plánovanie scenára	128
<i>Zostavenie scenára</i>	128
<i>Úžitok plánovania scenára pre novovzniknuté technológie</i>	131
<i>Nástrahy pri plánovaní scenára</i>	133
Kapitola VI: Kultúra a klíma inovácie	134
Kultúra a klíma ako prostredie na inovovanie	134
Firemná kultúra a efektivita	137
Jednotlivec a kultúra inovácie	139
Kognitívne faktory a inovácia	139
Osobné motivačné faktory, ktoré majú vplyv na inovovanie	139
Kultúrne normy inovácie	141
Úlohy podniku, vyhlásenia firemnej filozofie a kultúra inovácií	142
<i>Prípadová štúdia: Lucent Technologies</i>	143
Vedenie spoločnosti a inovačná kultúra	146
<i>Prípadová štúdia: Sony Corporation</i>	147
Inovovanie a poverenie	148
<i>Prípadová štúdia: Spoločnosť 3M</i>	149
<i>Prípadová štúdia: Pacific Western Airlines</i>	152
Poznámky na záver	154
Kapitola VII: Manažment technologickej inovácie	155
Význam manažmentu technologickej inovácie	155
Manažment technologickej inovácie: riadenie špecifických oblastí	156
Manažment technologickej inovácie: riadenie všeobecných otázok	157
Nové požiadavky manažmentu technologickej inovácie	158
Kapitola VIII: Manažment výskumu a vývoja v globálnom podnikovom sektore	161
Čo je výskum a vývoj?	161
Organizačné štruktúry výskumu a vývoja: centralizácia a decentralizácia	164
Manažment výskumných tímov	165
Manažment tvorivosti vo výskume	166
Vyváženie výskumných portfólií	168
Manažment medzinárodného výskumu a vývoja	169
<i>Prečo je potrebná internacionalizácia výskumu a vývoja?</i>	169
Kordinácia medzinárodného výskumu a vývoja	171
Epilóg	175

Prílohy	177
Príloha I: Kreatívna osoba	177
Príloha II: Do akej miery som tvorivý	178
Príloha III: Aký je váš kreatívny potenciál?	182
Príloha IV: Aká je úroveň mojej kreativity?	183
Príloha V: Odhad koeficientu manažérskej tvorivosti	186
Príloha VI: Ako podporujem rozvoj tvorivosti?	189
Príloha VII: Štýl tvorivého manažéra	191
Príloha VIII: Štýl manažmentu	192
Literatúra	195