

Modul 4

Kreatives Management Berufsbegleitender MBA-Studiengang

Strukturierte Kreativität

Inhalte

1. Semester: Kreativität und Management

Ziel:

Erhöhung des kreativen Potenzials der Teilnehmer, aktives und strukturiertes Innovationsmanagement

Inhalte:

Phasen der strukturierten Kreativität, Erlernen von Kreativitätstechniken, Ganzheitliches Kreativitätsverständnis mit kreativer Balance aus Intuition und systematischem Vorgehen

Die Ressource Kreativität ist für Unternehmen im Wettbewerb viel zu wichtig, als dass man sie dem Zufall überlassen darf. Sie erlernen, wie es Unternehmen und Organisationen gelingt, kalkulierbar schöpferisch zu sein und dynamische Innovationsprozesse strukturiert voranzutreiben. Die Lehrinhalte stützen sich dabei auf die crea-m5-Methode. crea-m5 gibt einen klaren Handlungsrahmen mit fünf Phasen vor, in dem der Kreativitäts und Innovationsprozess gezielt gesteuert werden kann. Das zielorientierte und wirkungsvolle Prozessmodell erlaubt es Innovationen systematisch zu initiieren.

Kreativität ist wertvoll

Kreativität dient dem Innovationsprozess in einem Unternehmen, in einer Gesellschaft. Sie ist unsere einzige Ressource im internationalen Wettbewerb. Wir geben der Kreativität in diesem Modul Struktur. Wir schaffen ein Verständnis von Kreativität als kreative Problemlösefähigkeit im Dienst der Innovation. Die Förderung kreativer Potentiale ist eine Investition in die Zukunft für alle Beteiligten. Sie sichert qualifizierte, engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und stärkt die Marktposition einer Organisa-

tion. Systematisches Ideen-Management durch den Einsatz strukturierter Kreativität ist demzufolge ein wirkungsvolles Instrument im Wettbewerb von morgen.

Kreativität ist erlernbar

Neue Erkenntnisse der Kreativitätsforschung bezüglich der Denkstile und Verknüpfung mit den Phasen des Innovationsprozesses werden integriert und ausgebildet. Kreativität ist ein evolutorischer Prozess. Gerd Binnig – Nobelpreisträger der Physik – beschreibt Kreativität als „die Fähigkeit zur Evolution“. Kreativität findet Lösungen und ist gleichzeitig auch Organisationsentwicklung und der Umgang mit Widerständen.

Kreativität ist stark

Das Phänomen „Widerstand“ wird im Rahmen von Innovationsprozessen bzw. Kreativprozessen thematisiert und Lösungsvorschläge werden erarbeitet. Der Kreativitätsprozess ist immer auch ein sozialer und psychologischer Prozess. Kreativität führt zu Veränderungen im Unternehmen. Es gilt den Übergang von der bisherigen Situation in die Innovation zu begleiten.

Vorgehensweise:
Blockveranstaltung mit Praxisbeispielen und Gruppenübungen.

Kompetenzschwerpunkte:
Methodische und intuitive Kompetenz

Literatur:
Müller, Jochem, Rippel, Jürgen, crea-m5 Systematisch zur Innovation, Marketia Publishing, 2014, ISBN-13: 978-3-9814618-1-7

Blumenschein, Annette/ Ehlers, Ingrid Ute (2007): Ideen managen. Eine verlässliche Navigation im Kreativprozess, Rosenberger Fachverlag, Leonberg 2007, ISBN-13: 978-3931085643

crea m⁵
Kreatives Innovationsmanagement