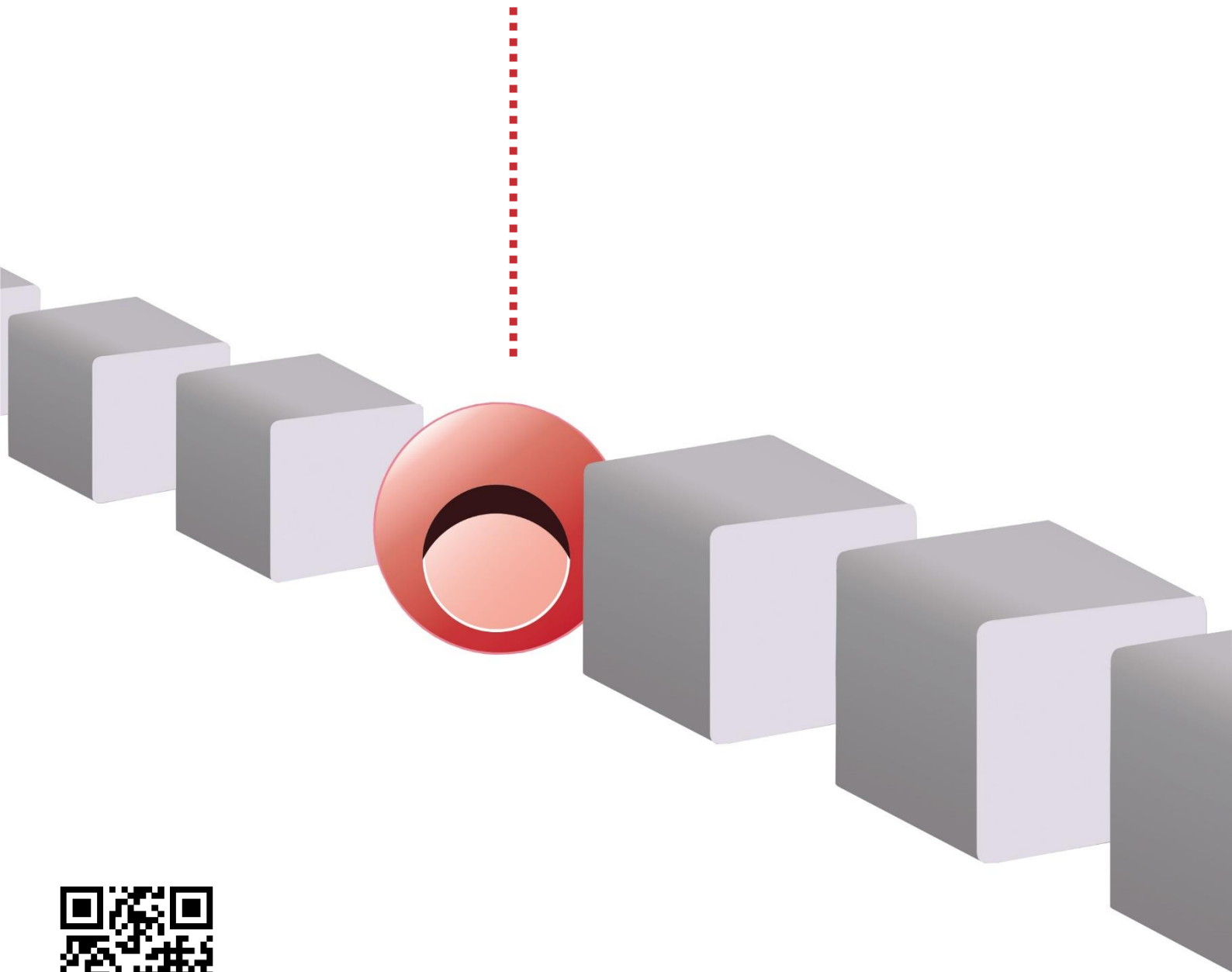


Manažer kreativity a inovací

MASTER OF BUSINESS CREATIVITY



MASTER OF BUSINESS CREATIVITY



Trhy se zrychlují. Turbulence stoupá. Stoupá tlak na inovace. Budoucnost firem stojí a padá s inovacemi (konceptuálními či dílčími). Mnozí manažeři a vývojáři nevědí, jak s inovacemi pohnout, obvykle se zadrhnou. Buď jim chybí představivost (mají nízkou kreativitu) nebo neznají metody a techniky.



Firmy nemají nastavené inovační prostředí. Nemají kreativní zaměstnance, pokud je mají, neumí jejich kreativitu využít pro inovace procesů, výrobků, obchodního modelu, CSR2 nebo získat nový pohled na konkurenci.



Podle studie Světového ekonomického fóra do roku 2030 zanikne až 50 % všech pracovních pozic, které bude možné nahradit roboty a automatizovanými systémy. Vznikne až 65 % nových pracovních pozic, které dosud neexistují.



Implementací průmyslu 4.0 (digitalizace, robotizace, implementace automatizovaných prvků do všech pracovních procesů) jsou požadovány zcela nové naprosto klíčové kompetence – komplexní řešení problémů, kritické myšlení, kreativita, řízení lidí, spolupráce a koordinace s ostatními, analytické myšlení a inovace, nápaditost při řešení problémů a další.



Kurz Manažer kreativity a inovací nabízí rozvoj klíčových kompetencí spojených s Průmyslem 4.0, které jsou identifikovány v rámci Kompetencí 4.0. Rozvoj těchto kompetencí je nezbytný pro výkon povolání v prostředí Průmyslu 4.0.



V rámci kurzu se naučíte pracovat v aplikaci MIRO (miro.com) – jedná se o jeden z nejlepších softwarových nástrojů na vytváření konceptuálních a myšlenkových map nebo na práci s kreativními metodami a technikami: Brainstorming, Brainwriting, SCAMPER, Kanban, Canvas, The Idea Napkin, Empathy Map a dalšími.

1 Co konkrétně absolvováním kurzu získáte?

1

Vaše tvořivost se za rok zvýší minimálně o 50 procent. Většina absolventů si ji zvýšila o 100 a více procent. Měříme úroveň tvořivosti před a po kurzu.

2

Odhalíte v sobě nezměrnou tvořivost. Budete překvapeni, kolik jí ve Vás je. Budete nadšeni, čeho všeho jste schopni. Vaše okolí z Vás bude paf.

3

Získáte strategické myšlení na mimořádné úrovni. Zvýší se Vám prozíravost, orientace v chaosu a turbulencích, v „černých labutích“, naučíte se vidět „dopředu a za roh“. Naučíte se tvořit vize a strategie pomocí desítek strategických her (teorie her v praxi).

4

Vymyslíte celou řadu kvalitních zlepšovacích návrhů a u mnohých dojde i na výraznou inovaci či vynález. Užasnete, kolik budete mít denně nápadů. Naučíte se používat klíčové kreativní metody a techniky: Lean Canvas, Business Model Canvas, Design Thinking, TRIZ – ARIZ, Scamper, Laddering, Kepner-Tregoa, Brainstorming, Brainwriting, Brainscathing, Storyboard, morfologická analýza, metoda what-if, GameStorming, The Innovator's Dictionary, WOIS, Analogie a Synektika a další.

5

Naučíte se imaginaci na úrovni, kterou v ČR ovládá málokdo. Zlepší se Vám paměť. Budete lépe vytýčovat své cíle a dosahovat jich. Budete lépe spát a budete zdravější.

6

Získáte prestižní certifikát Master of Business Creativity.

2 Komu je kurz určen?

Manažerům, vedoucím projektů, vedoucím výzkumu a vývoje, talentovaným absolventům vysokých škol, kteří usilují o významné pozice.



Každému, kdo chce rozvinout svou tvořivost o stovky procent a získat klíčové kompetence pro adaptaci turbulentních změn na pracovním trhu.



Scamper

Cílem metody je posouvat míru pochopení problému kupředu a odhalovat souvislosti vedoucí k nápadu a vyřešení problému. Metoda je dobrá pro přemýšlení a hledání nové podoby výrobku – inovace. Pravidelně je využívána v designerských a reklamních skupinách.



Kepner-Tregoa

Podstatou metody je důsledná analýza možných příčin problému, snaha o přesné pojmenování situace mezi žádaným a skutečným stavem, pokus o hledání řešení na základě rozboru a analýzy příčiny.



Design Thinking

Cílem metody je vytváření vhodné – přesně designované inovace pro zákazníka. Metoda nahlíží na problém očima designéra, čerpá z jeho stylu uvažování, který lze považovat za nekonvenční. Metoda představuje holistický a vizionářský pohled na inovace.



Metoda hledání nápadu na řešení

V dnešní době závisí úspěšnost inovace na čase a rychlosti. Proto se používají metody práce s mozkem a iniciace určitých myšlenkových pochodů pomocí návodných otázek, které pomáhají pochopit příčinu problému či možnost výlepení pro zákazníka.

MASTER OF BUSINESS CREATIVITY

3 Garant programu a hlavní lektor

PhDr. Karel Červený, MSc., MBA, DBA

Trenér inovační kreativity, lektor a kouč. Přes 20 let se věnuje rozvoji strategického a konceptuálního myšlení. Bohaté zkušenosti na mezinárodní úrovni mu otevřely prostor pro otevření uceleného vzdělávacího programu. Od roku 2009 přednáší „Kreativní a inovační management“ na několika vysokých školách a univerzitách (VŠE, VŠEM, ČCVUT, ŠAVŠ). Publikuje, radí a vzdělává v oblasti kreativního myšlení a řízení inovací. Program Master of Business Creativity (MBC) založil již v roce 2007 a jeho tréninkovými programy prošli manažeři, konstruktéři, designéři, podnikatelé. Vzdělání MBC prokazatelně přináší výsledky v získání strategického myšlení, v porozumění současnosti a budoucnosti. Učí pracovat se synergemi, rozumět nově vznikajícím trendům a nalézat tržní niky.



Myšlenková mapa

Cílem metody je vizualizace myšlenkových pochodů probíhajících v lidském mozku a tím stimulovat kreativní nápady a inovační řešení. Jedná se v podstatě o vynikající grafickou formu zápisu současné úrovně poznání o určitém jevu, problému nebo úkolu.

4 Termíny jednotlivých skupin



16. – 17. 9. 23	I. Modul
7. - 8. 10. 23	II. Modul
4. - 5. 11. 23	III. Modul
9. - 10. 12. 23	IV. Modul
13. - 14. 1. 24	V. Modul
10. - 11. 2. 24	VI. Modul

1. Skupina
16. 9. 23 začínáme

30. 9. - 1. 10. 23	I. Modul
21. - 22. 10. 23	II. Modul
11. - 12. 11. 23	III. Modul
2. - 3. 12. 23	IV. Modul
6 - 7. 1. 24	V. Modul
3 - 4. 2. 24	VI. Modul

2. Skupina
30. 9. 23 začínáme



Brainstorming

Cílem metody je podněcování a generování neotřelých nápadů v různých stádiích řešení problémů. Pro mnohé osvědčená, pro jiné překonaná metoda. Záleží na úhlu pohledu a motivu, co od ní očekáváme. Pokud ji využijeme pro definování problémů, pak je vynikající.



WOIS

Hledání inovačních řešení, která splňují protichůdné požadavky. Jako jediná z komplexních metod má nejlépe propracovanou filozofii inovací a konceptů. Je úžasná a pomáhá změnit vnímání, chápání a myšlení inovátorů od základů.

5 Obsah kurzu



I. MODUL

- Vstupní testy kreativity a inovačního myšlení
- Bariéry kreativity – osobní i firemní
- Co je to kreativita, typy a druhy kreativity? Jak se rozvíjí kreativita?
- Trénink všímavosti, obecné kreativity, umělecké tvořivosti, kombinačního a variantního myšlení, strategického a konceptuálního myšlení
- Manažerské hry pro rozvoj kreativity a týmovou spolupráci na generování synergických efektů
- Rozbor nejdůležitějších vynálezů v různých odvětvích a oborech a inovačního myšlení významných vynálezců a objevitelů
- Hledání kreativních talentů v organizaci a na trhu práce
- Pokračování nácviu metod a technik inovačního procesu: zápisník, kolektivní zápisník, ChatGPT AI, sběr dat a jejich analýzy dat – interpretace



II. MODUL

- Trénink inovačních dovedností
- Možnosti umělé inteligence (AI) a aplikace kvantové fyziky (QP)
- Cvičení myšlenkové flexibility – variantní myšlení
- Rozbor vlivu pozadí některých firem, start-upů a některých vynálezů – inovační evoluční mapy



Lean Canvas a Business Model Canvas

Simplifikační techniky, které jednoduchou formou vizualizují hlavní parametry produktu a podnikání. Metoda představuje statické zachycení představy o podnikatelském nápadu, specifikuje základní bloky a jejich vzájemné souvislosti. Na jejím základě se dají odhalit klíčová rizika, jež slouží jako vstupy pro experimenty, jako je testování plánu v reálném prostředí.

MASTER OF BUSINESS CREATIVITY

- Kreativní metody a techniky – hledání nápadů, Scamper, Laddering - žebříkování, formulace problému, Kepner-Tregoa a parafráze klíčových slov
- Inovační prostředí v organizaci – základ pro úspěšné inovace
- Trénink kreativní imaginace a její aplikace do svého života a života firmy (sebenaplňující proroctví)
- Manažerské hry na podporu kolektivní inteligence a kolektivní kreativity
- Strategické válečné hry



III. MODUL

- Trénink strategického a konceptuálního myšlení v synergiích
- Trénink synergického myšlení
- Tvorba mapy budoucí krajiny – vývoj lidstva a technologií
- Trénink inovačních dovedností – praktický nácvik inovací
- Trénink metody variantního myšlení: Co by bylo kdyby
- Nácvik pokročilé SWOT analýzy
- Práce na problémech svých i kolegů z kurzu
- Kreativní metody a techniky – hledání nápadů, hledání řešení – podle Stephena Johnsona, Plánovací scénáře, Design Thinking, myšlenková mapa, Brainstorming, Brainwriting, Brainscathing, Rychlý člun, Storyboard, morfologická analýza, What-if
- SW trénink - aplikace MIRO (miro.com) – vytváření konceptuálních a myšlenkových map, kreativní metody a techniky
- Nácvik konceptuálního strategického myšlení pro svět po roku 2030
- Nácvik umělecké kreativity – dramatizace problému



IV. MODUL

- SW trénink - aplikace MIRO (miro.com) – vytváření konceptuálních a myšlenkových map, kreativní metody a techniky - pokračování
- Nácvik posuzování obchodních modelů
- Trénink technické tvořivosti – metoda TRIZ – ARIZ (celkem 6 hodin)
- Kreativní metody a techniky – hledání nápadů, hledání řešení – podle Edwarda de Bona a Johna Adaira, hledání příležitostí – projížděcí výzkum, predikce událostí – synergické efekty, WOIS
- Nácvik organizační a umělecké tvořivosti



V. MODUL

- SW trénink - aplikace MIRO (miro.com) – vytváření konceptuálních a myšlenkových map, kreativní metody a techniky - pokračování
- Trénink strategického a konceptuálního myšlení v synergiích – pokračování
- Společné řešení podnikových úkolů – problémů či inovací
- Kreativní metody a techniky – Lean Canvas, Business Model Canvas, Analogie a Synektika, GameStorming, The Innovator's Dictionary, Strategie modrého oceánu
- Trénink kreativní imaginace a její aplikace do svého života a života firmy – metoda „Pracovna“.
- Nácvik systémového a kritického myšlení a nácvik procesní a organizační tvořivosti
- Inovační prostředí v organizaci – základ pro úspěšné inovace, vytvoření inovačního prostředí u každého účastníka
- Nácvik konceptuálního strategického myšlení trh – systém včasného varování pro firmy



VI. MODUL

- Opakování nejdůležitějších částí kurzu, které jsou naprosto klíčové
- Prezentace svých vyřešených projektů a inovací
- Nastavení následného individuálního programu rozvoje kreativity
- Kreativní nastavení efektivity všech procesů, produktivity a přidané hodnoty
- Intelektuální (kreativní) kapitál firmy – ledovcová bilance
- Inovační cyklus
- Manažerská imaginace – rozvoj manažerských dovedností – pokračování metody „Pracovna“.
- Obhajoba závěrečných prací
- Slavnostní předání certifikátů



Synektika

Jedná se o v současnosti nejrozšířenější kreativní metodu pracující s analogií. Cílem metody je nabídnout řešitelům jiné než racionální myšlenkové postupy, konkrétně práci se symboly na základě čtyř typů analogií. Metoda se využívá zejména v situaci, kdy běžný myšlenkový postup nevedl k žádoucímu výsledku, nebo v případě, že řešení samotné je příliš nudné, fádní a neatraktivní.



Strategie modrého oceánu

Nalezení tržního prostoru, kde bude firma sama, bez žádné či výrazné konkurence. Když firma vymyslí něco, co nikdo jiný nemá, může si určit marži a cenu. Pak je v tržním prostoru sama a metaforicky se tomu říká „modrý oceán“. Nejprve je nutné změnit myšlení a paradigma, že hranice odvětví či oborů jsou pevně dané a není je možné změnit. Druhý nesprávný předpoklad je, že při tvorbě strategie musí firma vsadit na jednu stranu – diferenciace nebo nízké náklady.



Metoda rychlý člun

Cílem metody je zjistit, co uživatelé nemají rádi na daném produktu či službě, případně identifikovat překážky, které stojí v cestě komfortnímu užívání produktu nebo služby. Jedná se o rychlou, jednoduchou a zábavnou techniku vhodnou k identifikaci a průzkumu problémů daného projektu nebo produktu, prováděnou skupinou lidí. Tato vizualizovaná interaktivní technika je vhodná pro získání zpětné vazby o reálných i potenciálních problémech.

6 Cena kurzu a proplacení 82 % kurzovného

82 % celkových nákladů na kurz může být hrazeno ze strany MPSV prostřednictvím registrace v programu „Jsem v kurzu“

- Je to skutečně **jednoduché**. Níže je uvedený **postup**, který Vám zajistí proplacení **48.954 Kč** ze strany MPSV.

1 Kliknete na [MBC](#), odkaz Vás přesměruje přímo na detail kurzu Manažer kreativity a inovací (Master of Business Creativity). Kliknete na tlačítko [Termíny kurzu](#) a vyberete požadovaný termín kurzu. Kliknutím na tlačítko „Přihlásit se na kurz“ se na kurz přihlásíte.

2 Přihlášení probíhá prostřednictvím osobní datové schránky (informace k založení datové schránky naleznete [zde](#) nebo identity občana (kde je k dispozici více možností – Bankovní identita - informace k založení Bankovní identity naleznete [zde](#), eObčanka, NIA ID a další).

3 Vyplníte a odešlete přihlášku. Vaši přihlášku zkontrolujeme a schválíme a poté ji ještě schválí i Úřad práce. Následně Vám pošleme fakturu k zaplacení 18 % z celkové ceny kurzu a po zaplacení již můžete nastoupit na kurz. Po skončení kurzu nahrajeme všechny doklady do portálu MPSV, o nic dalšího se již starat nemusíte.

Ozvěte se nám, pokud se Vám nedaří registrovat na MPSV. Rádi Vám pomůžeme a celým procesem provedeme.



Master of Business Creativity

Celková cena kurzu = 59.700 Kč

MPSV hradí = 48.954 Kč

Vaše spoluúčast = 10.746 Kč

Kontaktujte nás

PhDr. Karel Červeny, MSc., MBA, DBA

Karel.Cerveny@t-i.cz

GSM: 724 643 302



Talent Innovation s.r.o.
Vzdělávací a personální agentura
www.t-i.cz



TRIZ – ARIZ

Metoda zaměřená na řešení problémů, která je založena na logice, datech a výzkumu, nikoli na intuici. Díky svému strukturovanému a algoritmovanému přístupu, činí proces řešení problému reprodukovatelným, predikovatelným a spolehlivým. Metoda respektuje systémový přístup, podporuje kreativitu, vede uživatele od nejasné problémové situace, přes vymezení a analýzu systému ke správné formulaci četných zadání, až k návrhům variant řešení upravených úloh.



Storyboard

Cílem metody je přiblížit zákazníkovi vizualizovanou formou uplatnění daného produktu, případně vysvětlit, jak systém funguje. Současně umožňuje vyjádřit jakoukoli představu, generovat alternativy a rozhodovat o nich.



Morfologická analýza

Metoda je založena na principu, kdy se řešení zvoleného problému rozdělí do několika dílčích řešení. Pro vyřešení každého dílčího problému se hledá několik variant. Varianty celkového řešení vznikají systematickou kombinací variant řešení dílčích. Díky systematické kombinaci variant dílčích řešení může být objevena taková varianta řešení celkového, na kterou by se běžným postupem nepřišlo.



Metoda What-if

Cílem metody je generování nápadů při popisu možných situací, které mohou nastat a hledání důsledků.