

Sadržaj

UVOD	1
1. ULOGA KREATIVNOSTI U DEFINISANJU CILJEVA I STRATEGIJE PREDUZEĆA	2
1.1 Tehnike za povećanje kreativnosti unutar preduzeća.....	3
1.1.1 Brainstorming i Obrnuti brainstorming	3
1.1.2 Gordonova metoda	3
1.1.3 Metod kontrolnog popisa	4
1.1.4 Slobodne ideje	4
1.1.5 Prisilno povezivanje.....	4
1.1.6 Metoda kolektivnog beleženja	4
1.1.7 Naučni metod	4
1.1.8 Analiza vrednosti.....	4
1.1.9 Približavanje velikom snu.....	4
1.1.10 Analiza parametara.....	5
1.2 Divergentno i konvergentno kreativno razmišljanje.....	5
2. TEORIJSKI PRISTUPI KREATIVNOSTI.....	5
3. IZVORI KREATIVNOSTI	6
4. KREATIVNOST MENADŽERA	7
ZAKLJUČAK.....	8
Literatura.....	10

UVOD

“Poznata je uzrečica T. Edisona da "genije predstavlja jedan posto inspiracije i devedeset devet posto rada" (znojenja, odnosno truda). Dakle, za stvaranje inovacije treba biti spreman i mnogo raditi. Istorija ukazuje na to da su važni izumi posledica kombinacije, inspiracije i napornog rada, upornosti da se razrađuje, brani i istrajno izgrađuje put do konačnog uspeha, često uprkos protivljenja, nepovoljnih okolnosti, pa čak i potpunog odbacivanja okoline” (Vukmirović, 2005, str. 36). Međutim, isto tako možemo citirati i reči A. Ajnštajna koji je rekao “da je mašta čak važnija i od samog znanja”.

“Promena uloge i načina funkcionisanja današnjih poslovnih sistema, kao osnovnih subjekata privređivanja, uslovljena je radikalnom promenom uloge i značaja zaposlenih u njima. U tom smislu potrebni su novi, savremeni menadžeri koji, u uslovima velike poslovne neizvesnosti, brzih tehnoloških promena, dinamične transformacije i promene svojinskih odnosa, mogu da obezbede efikasno ostvarivanje ciljeva poslovne i razvojne politike” (Arizanović, Krstić i Bojković, 2010, str. 47).

Zahtevaju se nova znanja, koja moraju biti u skladu sa inovacijama iz okruženja, jer je to jedan od bitnih uslova opstanka na današnjem nestabilnom globalnom tržištu. Konkurentna pozicija svakog poslovnog sistema u takvom poslovnom okruženju, zavisi od njegove fleksibilnosti, kreativnosti, inventivnosti, inovativnosti i fokusa na kvalitet svojih zaposlenih.

Inovativna klima u svakom preduzeću mora da sadrži odnosno obezbedi nove proizvode, nove proizvodne programe, nove procese kao i nove načine organizovanja i upravljanja da bi opstala na tržištu. Mnoga preduzeća, nesvesno (ili možda svesno), ne podstiču promene, čak i pružaju otpor istima i ne stvaraju podsticajan ambijent za inovacije i nemaju neophodnu kreativnost unutar organizacije.

Pre svega, potrebno je prikazati razliku između pojmova “inovacija” i “kreativnosti”. Ova dva pojma se često poistovećuju što je pogrešno. “Kreativnost je mentalni process generisanja novih ideja ili koncepata, ili novih asocijacija između njih. U stvari, kreativnost znači stvaranje novih ideja, nezavisno od toga koliko su one primenjive ili ostvarive, dok inovacije podrazumevaju transformaciju novih ideja u proizvode i procese (proizvodne i procesne inovacije). Drugim rečima, kreativnost je *mentalna baza* inovativnosti, a inovativnost je *praktična nadgradnja* kreativnosti, što znači da ne može biti inovacija bez kreativnosti, iako sve kreativne ideje ne mogu postati inovacije” (Pokrajac i Tomić, 2011, str. 86).

U radu je prikazana korelacija između kreativnosti i ciljeva preduzeća kao i tehnike i metode koje se najčešće koriste pri kreiranju novih ideja. Takođe, kreativnost se može smatrati i kao deo organizacione klime, odnosno kulture koja unapređuje inovacije i performanse. Prikazane su i karakteristike savremenog, kreativnog menadžera koji predstavlja kariku koja se izdvaja od ostalih zaposlenih u stvaranju novog lanca vrednosti. Dato je i poređenje tri osnovna teorijska pristupa kreativnosti.

<http://www.nsz.gov.rs/page/zanezaposlene/sr/novcananaknada.html>

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

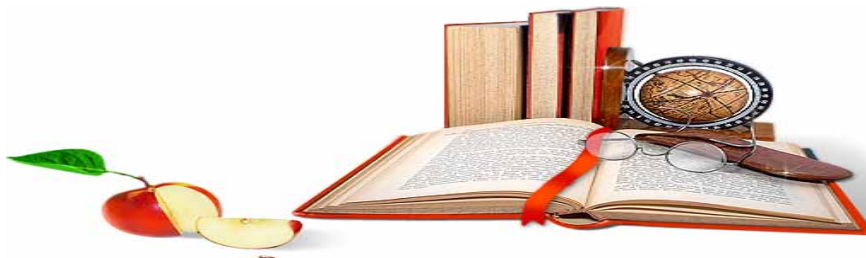
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA

NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA maturskiradovi.net@gmail.com

