

КОНЦЕПЦІЇ КРЕАТИВНОЇ МЕНЕДЖМЕНТ - ОСВІТИ

Брянська П.В., Кулик Н.М.

«Донбаський державний педагогічний університет»,

м. Слов'янськ

У роботі досліджено сутність креативного менеджменту як науки і виду управлінської діяльності та визначено засади формування концепції креативної освіти. Теорія креативного менеджменту знаходиться на перетині інноваційного менеджменту, теорії творчості, яка має багато різновидів (теорія науково-технічної, художньої творчості) та низки наукових дисциплін (менеджмент, психологія, правознавство).

Навчання креативності повинно починатися з самопізнання. Будь-який метод, який розширює знання людини про себе, збільшує її креативність тому, що робить доступнішими джерела фантазії, ідеї. Щоб змінити світ, необхідно вміти «відриватися від землі», захоплюватися, розвивати уяву.

Нові концепції навчання мають розвинути здатність до імпровізації, не боятися змін. Це стосується як працівників інженерної сфери, так і адміністраторів, менеджерів у бізнесі чи промисловості. Важливо приділяти увагу не лише готовим продуктам творчості, а навчанню персоналу, тобто творчому процесу, особистості.

Імператив творчості вимагає змін у менеджменті – передусім, у переміщенні акценту з фінансових активів на людські, оскільки фінансові активи у творчому суспільстві хоча й необхідні, але не першорядні. Також треба відходити від авторитарно-бюрократичних методів, в яких креативні рішення не можуть генеруватися, переходити до демократичних.

Що стосується навчальних закладів, то досить частими є випадки, коли дисципліни, креативні за призначенням, по суті, наповнюються надміру формалізованим змістом. Так, при викладанні менеджерам курсу «Методи прийняття управлінських рішень» основна увага здебільшого приділяється економіко-математичним та експертним методам їх обґрунтування. Дані методи і відповідні економіко-математичні моделі детально вивчаються в курсах «Дослідження операцій» та «Економетрія». Натомість поза увагою залишаються евристичні методи, спрямовані на активізацію творчого пошуку (інверсія, ідеалізація, мозкова атака, метод фокальних об'єктів, методи аналогій та вільних асоціацій, морфологічного аналізу тощо). Наявні посібники лише коротко описують послідовність здійснення пошуку оптимальної альтернативи управлінського рішення. Без практичної їх апробації студенти не можуть відчутти креативну сутність цих методів. Водночас кількість практичних занять, де можна було б формувати навички групової креативної роботи, недостатня. Як наслідок, студент знає про існування методів активного творчого пошуку, але практично не вміє їх застосовувати..

Не спрямована на формування креативного мислення і практика підсумкового оцінювання знань студентів лише за результатами іспиту.