



Markedshøyskolen

**EMNEBESKRIVELSE**  
**CRT1100 Creativity in Teams**  
Studieløpsemne

1. Grad	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling.
2. Semester	2.semester/1.studieår
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førstemanuensis Nicholas Ind
5. Antall timer	36
6. Læringsutbytte	<p><b>Kunnskap</b> Studentene bør være i stand til å forstå hvordan team-basert kreativitet bidrar til organisasjonens yteevne. Dette innebærer å utvikle forståelse for hvordan team bør bygges opp og drives på beste måte for å generere innovative ideer.</p> <p><b>Ferdigheter</b> Studentene bør være i stand til å forstå teoriene bak kreativ utvikling og forstå hvordan sette disse teoriene ut i praksis - spesielt hvordan bruke observasjon og analyse som midler for å motivere nye måter å tenke på.</p> <p><b>Generell kompetanse</b> Studentene skal kunne tilrettelegge for, og motivere til kreativ tenkning i team.</p>
7. Innhold	<p>Emnet vil dekke forskning om hvordan team bør bygges opp for å generere kreativitet og metoder for å stimulere det. Det vil også påpeke barrierer mot kreativitet som eksisterer innenfor organisasjonen.</p> <p>Emnet vil se på kreativitet i noen utvalgte bransjer fra forskjellige steder i verden: restaurantdrift, bilbransjen, design og arkitektur, mote og telekom.</p> <p>Emnet vil involvere å lese og forstå teorien rundt kreativitet, samt</p>

	teambaserte øvelser for å generere innovative konsepter.
8. Gjennomføring	<p>Den timeplanlagte undervisningen legges opp med forelesninger og diskusjoner i klassen. Studentene skal også presentere ulike former for oppgaver i klassen – gruppevis. Det beregnes en betydelig egeninnsats.</p> <p>Muntlig presentasjon av prosjektoppgaven må være godkjent før individuell eksamen kan gjennomføres.</p>
9. Vurdering	<p>Underveiseksamen er en prosjektoppgave i gruppe, som teller 40 % av karakteren i emnet.</p> <p>Slutteksamen er en individuell tre timers skriftlig eksamen, som teller 60 % av karakteren i emnet.</p>
10. Pensumlitteratur	<p>Henry, Jane (red.). 2006. <i>Creative management and development</i>. 3. utg. London: Sage. ISBN: 9781412922487. Sider: 272. Pris: 369,-</p> <p><b>Kompendium for CRT1100 Creativity in Teams selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</b></p> <p>Amabile, Teresa M. og Mukti Khair. 2008. "Creativity and the role of the leader." <i>Harvard Business Review</i>, 86(10):100-109 (9 s.).</p> <p>Brown, Tim. 2008. "Design thinking." <i>Harvard Business Review</i>, 86(6):84-92 (8 s.).</p> <p>Catmull, Ed. 2008. "How Pixar fosters collective creativity." <i>Harvard Business Review</i>, 86(9):64-72 (9 s.).</p> <p>Ind, Nicholas og Cameron Watt. 2005. "How brands determine organizational creativity." <i>Design Management Review</i>, 16(4):63-72 (10 s.).</p> <p>Ind, Nicholas og Cameron Watt. 2006. "Teams, trust and tribalism." <i>Design Management Review</i>, 17(3):41-47 (7 s.).</p> <p>Osborne, Thomas. 2003. "Against 'creativity': A philistine rant." <i>Economy &amp; Society</i>, 32(4):507-525 (19 s.).</p> <p>Stefik, Mark og Barbara Stefik. 2005. "The prepared mind versus the beginner's mind." <i>Design Management Review</i>, 16(1): 10-16 (7 s.).</p>

	<p>Sutton, Robert. 2001. "The weird rules of creativity." <i>Harvard Business Review</i>, 79(8):94-103 (10 s).</p> <p>Watt, Cameron and Ind, Nicholas. 2011. "Big Chef-Little Chef: The bear-traps and pitfalls that can hinder design thinking." <i>Design Principles and Practices: An International Journal</i>, 5(2): 33-40 (8 s.).</p>
12. Anbefalt litteratur	