



EMNEBESKRIVELSE
CRT1100 Creativity in Teams
Studieløpsemne

1. Studieløp	Bachelor i Kreativitet, innovasjon og forretningsutvikling.
2. Semester	2.semester/1.studieår
3. Antall studiepoeng	7,5
4. Emneansvarlig	Førsteamanuensis Nicholas Ind
5. Antall timer	36
6. Krav til forkunnskaper	Generell studiekompetanse
7. Læringsutbytte	<p>Kunnskaper</p> <p>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>Ferdigheter</p> <p>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>Generell kompetanse</p> <p>Studentene bør være trygge når det gjelder tilegnet kunnskap i hvordan man motiverer til kreativ tenkning i team.</p>
8. 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,</p>

	<p>mote og telekom.</p> <p>Emnet vil involvere å lese og forstå teorien rundt kreativitet, samt teambaserte øvelser for å generere innovative konsepter.</p>
9. 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>
10. 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.</p>
11. Pensumlitteratur	<p>Henry, Jane, red. 2006. <i>Creative management and development</i>. 3. utg. London: Sage. ISBN: 9781412922487. Sider: 272. Pris: ca. 290,-</p> <p>Kompendium for CRT1100 Creativity in Teams selges på Norli i Kirkegata, og inneholder:</p> <p>Amabile, Teresa M. og Mukti Khaire. 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 (8 s.).</p> <p>Ind, Nicholas og Cameron Watt. 2005. How brands determine organizational creativity. <i>Design Management Review</i>, 16(4): 63-72 (9 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>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>

	Osborne, Thomas. 2003. Against 'creativity': a philistine rant. <i>Economy & Society</i> , 32(4): 507-525 (19 s.).
12. Anbefalt litteratur	