

ABSTRAKT

Tato práce se zabývá fenoménem lidské kreativity a možnostmi jejího zvyšování v rámci podnikového vzdělávání. Definuje kreativitu z hlediska biologického (kognitivního) a současně popisuje kreativní osobnost. Poukazuje na status kreativity jako jedné z klíčových kompetencí současnosti. Připomíná v této souvislosti zahlcování člověka informacemi, jehož důsledkem může být narušení pozornosti. Ve vztahu ke kreativě vnímám tuto skutečnost jako problematickou například v souvislosti s dosažením stavu flow. Jako mimořádně přínosný nejen pro kreativní osobnost shledávám trénink soustředěné pozornosti a vědomý odstup z chaosu a ze stereotypu doprovázený dostatkem času vytvořeného k sebeuvědomění/sebevnímání, dále pak záměrné rozvíjení smyslů a myšlení celým mozkem. Práce se zabývá vlivem celoživotního učení na rozvoj kreativity a jsou rozebírány některé jeho aspekty. Poukazuji na moderní způsoby vedení výuky a metody rozvoje kreativity. Zabývám se rovněž přístupem zaměstnavatelů ke kreativním zaměstnancům, zejména v oblasti jejich motivace. Zkoumám a vyhodnocuji faktory, které kreativní zaměstnanci (v oblasti vzdělávání) považují pro rozvoj svoji kreativity za klíčové, ty, které považují za bariéry jejího rozvoje a jak by svoji kreativitu chtěli, v rámci podnikového vzdělávání, rozvíjet. Dále zkoumám vliv velikosti osobního prostoru na zaměstnaneckou kreativitu a jaký prostor, ve smyslu jeho velikosti, zaměstnanci pro svoji kreativní produkci upřednostňují.

KLÍČOVÁ SLOVA

kreativita, celoživotní učení, metody rozvoje kreativity, motivace, podnikové vzdělávání