



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Santa Catarina
Centro Sócio-Econômico
Departamento de Ciências da Administração
Coordenadoria do Curso de Graduação em Administração
Fone: 48 3721-6686 /Fax: 3721-9374
CEP: 88.010-970 – Florianópolis - Santa Catarina

1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**Instituição:** Universidade Federal de Santa Catarina**Curso:** Ciências da Administração, modalidade a distância**Disciplina:** Criatividade e Desenvolvimento de novos conceitos**Professor:** Gabriela Gonçalves Silveira Fiates**Código:** CAD9195**Carga Horária:** 60 horas**Créditos:** 4**Ano:** 2014/1**Módulo:** 2**2. EMENTA:**

Conceitos e elementos que envolvem a Criatividade e o Processo Criativo; Características que qualificam a Pessoa, o Produto e o Serviço como criativos; Dimensões e características do Ambiente Organizacional que influenciam no potencial criativo e Técnicas para desenvolvimento de Criatividade.

3. OBJETIVO GERAL DA DISCIPLINA:

- O objetivo geral da disciplina é levar à compreensão de que a criatividade é algo que pode ser aprendido e desenvolvido ao longo da vida, e sendo assim indicando aspectos que podem promover o desenvolvimento deste potencial tanto para indivíduos como para organizações.

4. OBJETIVO(S) ESPECÍFICOS(S) DA DISCIPLINA:

Levar o aluno a:

- Compreender o que é criatividade e as diferenças conceituais entre criatividade, descoberta, invenção, imitação, mudança e inovação.
- Discutir como ocorre o processo de geração de uma ideia criativa.
- Conhecer características das pessoas criativas e os traços específicos dessas pessoas.
- Aprender a diferenciar produto de serviço num cenário criativo.
- Entender de que forma o ambiente organizacional promove o comportamento criativo das pessoas, dessa forma é possível entender que dimensões como cultura, estrutura, liderança, comunicação, gestão de pessoas, dentre outras podem promover ambientes favoráveis e criativos.
- Conhecer de algumas técnicas que ajudam a desenvolver a criatividade.

5. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

- Unidade 1: Criatividade e o Processo Criativo;
- Unidade 2: A Pessoa, o Produto e o Serviço Criativo;
- Unidade 3: A Criatividade no Ambiente Organizacional e
- Unidade 4: Técnicas para Criatividade.

6. METODOLOGIA DO TRABALHO:

O desenvolvimento das atividades do curso com o uso dos seguintes recursos:

- Livro texto
- Vídeo-aulas
- Atividades
- Fórum
- Videoconferências
- Chats com professor
- Tutoria a distância
- Tutoria presencial

Quanto ao uso do material impresso, ao final de cada unidade, o aluno encontrará sugestões de leituras e atividades obrigatórias e/ou complementares, além da indicação de textos, livros e *sites* visando um melhor desenvolvimento do processo a distância.

As vídeo-aulas complementam o conteúdo abordado no livro texto, através de exemplos práticos e explicações detalhados do professor. O aluno pode assistir as vídeo-aulas no tempo que julgar adequado.

O livro texto traz atividades que serão desenvolvidas pelos alunos ao longo da disciplina, conforme orientação do professor. Para realizá-las, o aluno conta com o uso de ferramentas de interatividade, para sanar suas dúvidas com o professor, através da videoconferência e do chat com o professor (previamente agendados) ou com a tutoria a distância, que está disponível de segunda a sexta-feira, das 08:00 às 20:00 horas.

A comunicação com os tutores a distância pode ser por meio do ambiente virtual de ensino-aprendizagem, por e-mail ou pelo telefone 48 3721-6686.

Em complemento, a tutoria presencial disponibiliza no ambiente virtual os horários de funcionamento do pólo. Os alunos podem formar grupos de estudos, sob coordenação dos tutores presenciais.

Ao final da disciplina, o aluno fará a prova presencial, no seu pólo de ensino, sob coordenação dos tutores presenciais.

7. SISTEMA DE AVALIAÇÃO:

a) Atividades de aprendizagem – 4,0 pontos

- Atividade 1 – 10%.
- Atividade 2 – 10%.
- Fórum 1 – 10%.
- Fórum 2 – 10%.

Observação: Atividades atrasadas não serão aceitas pelos tutores.

b) Prova presencial – 6,0 pontos

A prova presencial terá 10 questões, podendo essas ser objetiva ou dissertativa. O conteúdo da prova estará contido no Livro Texto, nas Vídeo-Aulas e nas Videoconferências.

8. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALENCAR, E. M. L. S. *Criatividade*. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1995.

BARBIERI, J. C. (Org.) *Organizações Inovadoras: estudos e casos brasileiros*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003. (158 p.)

CARR, Clay. *O poder competitivo da criatividade*. São Paulo: Makron Books, 1997.

FIATES, Gabriela. G. S.; FIATES, J. E. A. A inovação como estratégia em ambientes turbulentos. In: ANGELONI, Maria T.; MUSSI, C. *Estratégias: formulação, implementação e avaliação: o desafio das organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2008. (p. 169-193)

JOHNSON, S. *De onde vêm as boas ideias*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

KELLEY, T.; LITTMAN, J. *As 10 faces da inovação: estratégias para turbinar a criatividade*. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

9. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ALENCAR, E. M. L. S. *A gerência da criatividade: abrindo as janelas para a criatividade pessoal e nas organizações*. São Paulo: Makron Books, 2005..

AMABILE, T. M. Como (não) matar a criatividade. *Revista HSM Management*, São Paulo, p. 110-115, jan.-fev. 1999.

BRUNO-FARIA, M. F.; ALENCAR, E. M. L. S. Indicadores de clima para a criatividade: um instrumento de medida da percepção de estímulos e barreiras à criatividade no ambiente de trabalho. *Revista de Administração*, São Paulo, v. 33, n. 4, p. 86-91, 1998.

DILTS, R. B.; EPSTEIN, T.; DILTS, R. W. *Ferramentas para sonhadores: estratégias para criatividade e a estrutura da inovação*. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

LOURENTE, J. *Por que eu não tive essa ideia antes? Desperte a criatividade e o talento adormecidos em você*. São Paulo: Universo dos Livros, 2010.

SANMARTIN, S. M. *Criatividade e inovação na Empresa: do potencial à ação criativa*. São Paulo: Editora: Trevisan, 2012.

WECHSLER, S. M. *Criatividade: descobrindo e encorajando*. Campinas: Psy, 1998.