



Métodos creativos para organizaciones

Alfredo Muñoz Adánez

Colección: Psicología

Índice

Introducción. **1.** ¿Para qué los métodos creativos? **2.** El «Brainstorming». **3.** La Sinéctica. **4.** El Pensamiento Lateral. **5.** La Sinapsis. **6.** Lista de Atributos. **7.** La Matriz de Descubrimiento. **8.** El Análisis Morfológico. **9.** El Grupo Nominal. **10.** El método Delfos. **11.** Bien, ¿y ahora qué? Bibliografía. Índice alfabético.

Contenido

El objetivo de esta obra es ofrecer una visión práctica de los principales métodos creativos para la resolución de problemas en cualquier tipo de organización (escuelas, cárceles, hospitales, centros de servicios sociales, organismos públicos y empresas privadas), así como aquellos que nos acucian tanto en el plano personal como en el social.

Existen muchos manuales sobre el tema, pero en ellos suele faltar un tratamiento riguroso y sistemático de los métodos creativos, de manera que las personas que intentan ponerlos en práctica encuentran continuas lagunas.

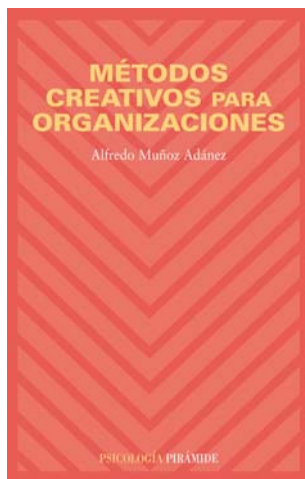
Esta obra pone a disposición del lector métodos y técnicas que han sido ya estudiados y utilizados por el autor, explicando los requisitos y las fases que se requieren en cada caso para llegar a soluciones satisfactorias en el afrontamiento de los problemas.

Autor

Alfredo Muñoz Adánez es doctor en Psicología y profesor de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid. Dirige desde hace varios años cursos de doctorado sobre creatividad y es autor de varias publicaciones sobre creatividad y resolución de problemas, espíritu emprendedor y humanización de las empresas y organizaciones, así como de material de estimulación cognitiva para personas discapacitadas (discapacitados psíquicos, ciegos, sordos y personas mayores). En su colaboración con empresas y organizaciones aborda fundamentalmente temas de creatividad, humanización, motivación, trabajo en equipo y liderazgo.

Utilidad

Obra dirigida fundamentalmente a los estudiantes de las asignaturas de Psicología de las Organizaciones I, Psicología de las Organizaciones II, Psicología de los Grupos I y Psicología Social, impartidas en la licenciatura de Psicología.



13,5 x 21 cm

104 páginas

Rústica

ISBN: 84-368-2064-9

Código: 0262297

9 € (IVA incluido)

Septiembre 2006

PIRÁMIDE

<http://www.edicionespiramide.es/>