

# GÂNDIRE CREATIVĂ

GÂNDIRE CREATIVĂ: TEHNICI  
ȘI INSTRUMENTE PENTRU  
SUCESUL ÎN AFACERI



# CUPRINS

Introducere _____	<b>3</b>
Expected Learning Outcomes _____	<b>4</b>
Exercițiu de autorefecție _____	<b>5</b>
Introducere în principiile creativității _____	<b>6</b>
Metode și instrumente de gândire creativă _____	<b>10</b>
Rolul creativității în economia circulară _____	<b>13</b>
Design Thinking ca instrument de rezolvare a problemelor și de dezvoltare a creativității _____	<b>16</b>
Exemple inspirate de produse create în care creativitatea a avut un rol important _____	<b>21</b>
Sarcina de evaluare finală _____	<b>25</b>
Test final _____	<b>29</b>
Lecturi și resurse suplimentare _____	<b>31</b>



# INTRODUCERE

Acest videoclip prezintă conceptul de gândire creativă și rolul creativității într-o economie circulară.



# EXPECTED LEARNING OUTCOMES

<b>CUNOȘTIȚE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cunoașterea efectivă a ceea ce este gândirea creativă și de ce este important să o folosim într-o economie circulară</li><li>• Cunoaștere de Mind- mapping și brainstorming în timpul procesului de gândire creativă</li></ul>
<b>COMPETENȚE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificați beneficiile gândirii creative pentru adaptarea la schimbările rapide și generarea de inovații în economia circulară</li><li>• Comparați și contractați diferite instrumente de gândire creativă</li></ul>
<b>ATITUDINI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Deschidere pentru dezvoltarea abilităților de gândire creativă și pentru a genera diverse idei de economie circulară</li><li>• Disponibilitatea de a oferi sprijin și îndrumare altora pentru a gândi creativ</li><li>• Dorința de a rezolva probleme prin gândire creativă, folosind metode precum brainstorming, mind-map sau design thinking</li></ul>





## EXERCIȚIU DE AUTOREFLECȚIE

Vă rugăm să completați exercițiul de autorefecție pentru a vă testa cunoștințele despre gândirea creativă și creativitate. Sunt doar cinci întrebări, aveți grijă, sunt întrebări la care răspunsurile corecte sunt mai multe.

[Faceți clic aici pentru exercițiu.](#)

# INTRODUCERE ÎN PRINCIPIILE CREATIVITĂȚII

“Creativitatea este noua putere. Succesul nu ține de ceea ce știm, ci de ceea ce putem crea” (Griffiths, 2019). Acest articol vă va prezenta principiile creativității și ale gândirii creative.

Există dovezi ale creativității de când ne cunoaștem istoria. Au existat multe definiții ale creativității în literatură și în mediul academic:

1. Creativitatea este o etapă necesară în procesul de inovare (Carson, & Carson, 1993).
2. Creativitatea este cheia educației în sensul cel mai deplin al cuvântului și a soluționării celor mai grave probleme ale omenirii (Guilford, 1967).
3. Creativitatea este definită în mod obișnuit ca fiind capacitatea de a genera asociații noi care sunt adaptative într-un anumit fel (Ward, Thompson-Lake, Ely și Kaminski, 2008).
4. Creativitatea poate fi definită ca fiind capacitatea de a transforma experiența în interpretări originale și semnificative (Runco, & Cayirdag, 2012).
5. Creativitatea este esențială pentru progresul uman (Hennessey, & Amabile, 2010).

Creativitatea denotă capacitatea unei persoane de a produce idei, concepții, invenții sau produse artistice noi sau originale, acceptate de experți ca fiind de valoare științifică, estetică, socială sau tehnică, precum și responsabilitatea.

Creativitatea este capacitatea de a imagina sau inventa ceva nou sau de a crea valoare, valoarea putând fi personală, socială, financiară sau o combinație a acestora. Creativitatea nu este abilitatea de a crea ceva din nimic, ci abilitatea de a



genera idei noi prin combinarea, modificarea sau reaplicarea ideilor existente. Unele idei creative sunt uimitoare și geniale, în timp ce altele sunt doar simple idei practice bune la care nimeni nu pare să se fi gândit încă.

Creativitatea este foarte legată de gândirea creativă. În studiile de cercetare, în principal, acești termeni sunt apropiați unul de celălalt. Dacă creativitatea este capacitatea de a genera idei noi, atunci gândirea creativă este procesul pe care îl folosim atunci când ne vine o idee nouă. Este vorba de îmbinarea unor idei care nu au mai fost îmbinate până acum. Creativitatea și gândirea creativă sunt esențiale pentru economia circulară. Economia circulară este, în esență, o idee simplă care urmărește să promoveze conștientizarea utilizării eficiente din punct de vedere ecologic a materiilor prime finite și a reducerii la minimum a deșeurilor care este intrinsecă modelelor liniare.





Modelul încearcă să conceptualizeze ciclul de viață al resurselor și produselor ca un ciclu idealizat de utilizare și reutilizare; recunoscând, de asemenea, că, din punct de vedere strategic, un ciclu incomplet duce la redundanță și la potențiale deșeuri.



# **METODE ȘI INSTRUMENTE DE GÂNDIRE CREATIVĂ**

Metode și instrumente de gândire creativă care pot fi utilizate pentru a promova produse inovatoare și acțiuni creative. Acesta este primul pas în practicarea și învățarea gândirii creative, studiind și utilizând metode și instrumente, de asemenea în practică. Există o gamă largă de instrumente disponibile pentru generarea de idei, care utilizează gândirea divergentă și convergentă pentru definirea problemelor, explorarea caracteristicilor problemelor, generarea de opțiuni de soluții, evaluarea și punerea în aplicare a ideilor. Consultanții globali în management McKinsey & Co subliniază că: "Există multe motive pentru care companiile au performanțe bune, cum ar fi poziția pe piață sau poziția de lider în domeniul tehnologiei. Dar este, de asemenea, adevărat că creativitatea și gândirea creativă se află în centrul inovării în afaceri, iar inovarea este motorul creșterii economice".



Importanța gândirii creative și a inovației nu poate fi supraestimată. Prin urmare, companiile pot avea acum cele mai bune produse și procese, dar dacă o organizație nu are gânditori creativi, va fi lăsată în urmă de concurență. Există multe metode și instrumente de gândire creativă care pot fi utilizate pentru a dezvolta noi idei și concepte. Una dintre cele mai populare și mai comune metode sunt:

- □ Brainstormingul, care dinamizează echipele companiilor și generează o cantitate impresionantă de idei. Acesta poate valorifica un corpus larg de cunoștințe și creativitate. Brainstormingul funcționează cel mai bine atunci când grupul este pozitiv, optimist și concentrat pe generarea a cât mai multe idei. La acest link sunt oferite șapte reguli care deblochează puterea creativă a unei sesiuni de brainstorming: <https://www.designkit.org/methods/28> (doar în limba engleză). Urmați 5 pași pentru a organiza o sesiune de brainstorming: 1) Distribuți pixuri și post-it-uri tuturor și dispuneți de o bucată mare de hârtie, un perete sau o tablă albă pe care să



le lipiți; 2) Treceți în revistă Regulile brainstormingului înainte de a începe; 3) Puneți întrebarea sau îndemnul la care doriți ca grupul să răspundă. Chiar mai bine dacă o scrieți și o afișați; 4) Pe măsură ce fiecare persoană are o idee, cereți-i să o descrie grupului în timp ce își pune Post-it-ul pe perete sau pe tablă; 5) Generați cât mai multe idei. Există, de asemenea, unele instrumente digitale care pot fi folosite pentru la activitățile de brainstorming:

- <http://keithsawyer.com/zzdeck/>
- <http://75toolsforcreativethinking.com/>
- <https://innovation.tools/products/killer-questions-card-deck>
- Mind Mapping este o modalitate ușoară de a vă crea gânduri în mod organic, fără să vă faceți griji cu privire la ordine și structură. Aceasta vă permite să vă structurați vizual ideile pentru a vă ajuta la analiză și reamintire. O hartă mentală este o diagramă de reprezentare a sarcinilor, cuvintelor, conceptelor sau elementelor legate și aranjate în jurul unui concept sau subiect central, utilizând o dispunere grafică neliniară care permite utilizatorului să construiască un cadru intuitiv în jurul unui concept central. O hartă mentală poate transforma o listă lungă de informații monotone într-o diagramă colorată, memorabilă și foarte bine organizată, care funcționează în concordanță cu modul natural al creierului dumneavoastră de a face lucrurile. Câteva vizualizări cum poate arăta o hartă mentală:

Există, de asemenea, instrumente digitale care pot fi utilizate pentru:

- <https://miro.com/templates/mind-map/>
- <https://xmind.app/share/>
- <https://www.ayoa.com/mind-mapping/software/>

și multe altele.

Metodele de gândire creativă pot contribui la dezvoltarea creativității, care face parte integrantă din procesul de rezolvare a problemelor. Angajarea gândirii creative la locul de muncă vă poate face un membru valoros al echipei, deoarece veți genera idei pe care compania le poate folosi. Gândirea creativă vă poate permite, de asemenea, să dezvoltați idei care v-ar putea duce la apariția unor noi inovații. Mulți mari gânditori și antreprenori sunt sau au fost gânditori creativi care au urmat căi independente și au făcut unele dintre cele mai mari descoperiri și invenții din toate timpurile: Steve Jobs, Nikola Tesla și mulți alții.



# ROLUL CREATIVITĂȚII ÎN ECONOMIA CIRCULARĂ

Economia circulară este un cadru de soluții sistemice care abordează provocări globale precum schimbările climatice, pierderea biodiversității, deșeurile și poluarea. Pe măsură ce conceptul de economie circulară a fost acceptat pe scară largă ca fiind o cale atractivă de urmat, companii din întreaga lume au regândit modul în care își proiectează, fabrică și refac produsele. Prin urmare, gândirea creativă are un rol important, iar designerii și creativi pot avea un impact important în economia circulară. Aceștia încurajează, de asemenea, soluțiile din amonte care pot construi o schimbare sistemică.

Gândirea creativă oferă un viitor în care produsele, serviciile și sistemele de proiectare sunt concepute având în minte o imagine de ansamblu. Un viitor în care să ne concentrăm asupra nevoilor utilizatorilor. Un viitor în care să deblocăm o nouă frontieră a creativității pentru a aborda provocările globale la rădăcina lor. Toate aceste aspecte sunt foarte legate de economia circulară.

În industrii precum cea a modei și a ambalajelor din plastic, peste 80% din toate materialele din produsele și serviciile noastre sunt destinate depozitării la groapa de gunoi sau incineratoare, iar o cantitate semnificativă se scurge din sistem și ajunge în mediul natural.

De aceea, este necesar să adoptăm o abordare fundamental diferită în ceea ce privește modul în care companiile creează produsele, serviciile și sistemele din jurul nostru. Este important să privim "în amonte" pentru a aborda provocările cu care se confruntă lumea - abordându-le în etapa de proiectare, mai degrabă decât tratând simptomele problemelor. De exemplu, Lush și multe alte companii vând pur și simplu produse fără ambalaj. Lush a re-proiectat unele dintre produsele sale lichide de îngrijire personală pentru a fi vândute sub formă de formulări solide care înlocuiesc produsele lichide din sticle de plastic. Gama



lor “goală” include acum șampon, balsam, soluție de spălare a corpului, toner și deodorant. Este esențial să privim sistemele ca un întreg pentru a înțelege cum se încadrează creațiile fiecărui individ în imaginea de ansamblu. Și, prin urmare, este important să avem o viziune și un cadru inspirat care să funcționeze pe termen lung. Antreprenorii sugerează utilizarea designului circular ca o prescurtare pentru practica de aplicare a principiilor economiei circulare în etapa de proiectare a oricărui lucru. Este o practică care îmbrățișează gândirea sistemică pentru a aborda unele dintre cele mai mari provocări interconectate cu care ne confruntăm astăzi.

Un alt exemplu de companie, firma letonă “RePlastic”, produce mobilier de grădină fabricat din plastic reciclat. Șeful companiei spune că gândirea creativă a jucat un rol important în crearea unor astfel de produse inovatoare. Într-un proces de dezvoltare au existat greșeli, dar este important să înveți din aceste greșeli și să o faci cât mai ieftin posibil.

Tehnologiile sunt instrumente puternice pentru antreprenori în crearea de noi produse, sisteme și servicii inovatoare. În ultimii ani, tehnologiile au dobândit capacități fără precedent: De la noi materiale biobiene, la abilități bazate pe date pentru a înțelege și a proiecta de-a lungul lanțurilor de aprovizionare complexe, la modele de afaceri cu suport digital care răspund nevoilor oamenilor fără fluxuri de materiale extractive. Acum este posibil să lucrăm cu natura, mai degrabă decât împotriva ei. Împreună cu dorința tot mai mare a creativilor de a folosi puterea de transformare a creativității ca forță pentru bine, lumea are o oportunitate reală de schimbare spre o direcție mai circulară.



**DESIGN THINKING CA  
INSTRUMENT DE REZOLVARE  
A PROBLEMELOR ȘI DE  
DEZVOLTARE A CREATIVITĂȚII**



Design Thinking răspândește creativitatea și cultura inovației în persoanele care aleg să folosească această metodologie, fiind, de asemenea, un instrument de rezolvare a problemelor. Este una dintre metodele care pot fi utilizate în gândirea creativă. Gândirea prin design devine din ce în ce mai populară și poate fi aplicată, de asemenea, în orice domeniu; nu trebuie neapărat să fie specifică designului. Gândirea prin design este un mod de lucru iterativ și neliniar care urmărește să înțeleagă utilizatorii și să rezolve problemele. Acesta constă în cinci faze - empatizare, definire, ideare, prototip și testare. Procesul este perfect pentru situațiile în care provocarea generală nu este clară sau aveți probleme care sunt încă necunoscute.

Gândirea prin proiectare este o abordare centrată pe om care poate ajuta la gestionarea acestui mediu de schimbare constantă. Având în vedere că schimbările tehnologice, de mediu și sociale rapide devin o nouă normalitate, este important ca întreprinderile să fie cât mai agile posibil. Gândirea de design ar trebui să vă aducă ideile la viață, punând utilizatorii în centrul fiecărui proces.

Există 5 faze ale gândirii de design, dar este important de reținut că acestea nu sunt etape secvențiale. Este important să reveniți la fazele anterioare la intervale regulate pe parcursul călătoriei dumneavoastră. Mică introducere despre fiecare fază:

1. Empatia este fundamentul unui proces de proiectare centrat pe om: observați; implicați-vă; pătrundeți. În această fază, antreprenorul poate:
  - a. descoperă nevoile pe care le au oamenii și de care aceștia sunt sau nu conștienți;
  - b. să orienteze eforturile de inovare;
  - c. să identifice utilizatorii potriviți pentru care să se facă



proiectarea;

d. descoperiți emoțiile care ghidează comportamentele.

2. Modul de definire este atunci când întreprinzătorii despachetează și sintetizează constatările empatiei în nevoi și perspective convingătoare și stabilesc o provocare specifică și semnificativă. Este esențial pentru procesul de proiectare, deoarece exprimă în mod explicit problema pe care antreprenorii se străduiesc să o abordeze prin eforturi. Acest lucru poate fi foarte provocator, dar un sfat este să combinați specialiști din diferite sectoare.
3. Ideate este un mod de gândire a designului în care scopul principal este de a genera cât mai multe idei:
  - a. pas dincolo de soluțiile evidente;
  - b. să valorifice perspectivele colective;
  - c. să descopere domenii de explorare neașteptate;
  - d. să creeze fluentă (volum) și flexibilitate (varietate) în ceea ce privește opțiunile de inovare.
4. Prototiparea este cea de-a patra fază a gândirii de design. Este o parte esențială a designului experienței utilizatorului (UX) care vine de obicei după ideare, unde echipele au creat și selectat idei care pot rezolva nevoile utilizatorilor. În cadrul prototipării, antreprenorii pot crea un model experimental simplu al fazelor anterioare ale unui produs propus, astfel încât să puteți verifica cât de bine se potrivește cu ceea ce își doresc utilizatorii prin intermediul feedback-ului pe care aceștia îl oferă. Există un sfat pentru a lua în considerare prototiparea încă de la început - folosind prototipuri pe hârtie, dacă este cazul - astfel încât feedback-ul care trebuie să fie colectat de la utilizatori să ajute la orientarea dezvoltării. Această fază este foarte importantă,



deoarece ideea este testată cu utilizatorii și poate preveni viitoarele pierderi financiare. Prin urmare - “eșuați rapid și ieftin”.

5. Proiectanții sau evaluatorii testează în mod riguros produsul complet, folosind cele mai bune soluții identificate în faza de prototip. Aceasta este faza finală a modelului în cinci faze; cu toate acestea, într-un proces iterativ, cum ar fi gândirea prin proiectare, rezultatele generate sunt adesea folosite pentru a redefini una sau mai multe probleme ulterioare. Acest nivel sporit de înțelegere poate ajuta la investigarea condițiilor de utilizare și a modului în care oamenii gândesc, se comportă și simt față de produs și chiar poate duce la o buclă de întoarcere la o etapă anterioară a procesului de gândire în materie de proiectare. Antreprenorii pot continua apoi cu iterații suplimentare și pot face modificări și rafinamente pentru a exclude soluții alternative. Scopul final este de a obține o înțelegere cât mai profundă a produsului și a utilizatorilor săi.

Gândirea prin proiectare este aproape sigur cea mai bună pentru “a gândi în afara cutiei”. Cu ajutorul acesteia, echipele pot face cercetări mai bune privind experiența utilizatorului (UX), prototipuri și teste de utilizare pentru a descoperi noi modalități de a satisface nevoile utilizatorilor. Valoarea gândirii de proiectare ca forță motrice și de îmbunătățire la nivel mondial în afaceri (nume grele la nivel mondial, precum Google, Apple și Airbnb, au folosit-o cu un efect notabil) se potrivește cu statutul său de disciplină populară în universități internaționale de top. Cu ajutorul gândirii prin design, echipele au libertatea de a genera soluții revoluționare, ceea ce este foarte important într-o economie circulară.



Un mic exemplu video de produs care a fost dezvoltat, folosind metodologia design thinking în abordarea economiei circulare (marca Shoey Shoes): <http://thomasleech.co.uk/shoey-shoes/xpa46lh6mdiwi6p6ecr20hjr4a7psu> Marca creată de un student de la Royal College of Art, produce pantofi din piele pentru copii exclusiv din resturi de piele. La nivelul pârghiei industriale, compania franceză Circouleur, care reutilizează resturile de cutii de vopsea, este, de asemenea, un bun exemplu.



**EXEMPLE INSPIRATE DE  
PRODUSE CREATE ÎN CARE  
CREATIVITATEA A AVUT UN  
ROL IMPORTANT**

Încă de la început, economia circulară a fost o agendă bazată pe design, care încurajează soluțiile din amonte care generează schimbări sistemice. Exemple inspirate de produse create în care creativitatea a avut un rol important:

- Ecovative este o companie de miceliu care proiectează și cultivă materiale durabile care provin direct din natură. Ambalajul funcționează ca polistirenul expandat pentru a proteja articolele fragile în timpul transportului, dar provine dintr-o sursă regenerabilă și nu contribuie la deșeurile de plastic. Miceliul este o rețea fungică de celule sub formă de fire care acționează ca un lipici natural, care se assemblează singur. Acesta crește în 5-7 zile fără a avea nevoie de lumină sau apă, digerând subprodusele agricole și legându-se în orice formă necesară. La finalul procesului, materialul trece printr-un proces de deshidratare și tratare termică pentru a opri creșterea și pentru a asigura absența sporilor sau a alergenilor. Odată utilizat, acesta poate fi compostat în siguranță și returnat în sol.
- Inițiativa “New European Bauhaus”, inspirată de influența mișcare Bauhaus, oferă Europei posibilitatea de a demonstra potențialul economiei circulare și de a deschide calea spre tranziție. Bauhaus a adus creatorii mai aproape de materialele, instrumentele și tehnicile care se vor combina pentru a crea produsele lor, încurajându-i să experimenteze aceste capacități în moduri noi. Acest lucru a dus la îmbunătățiri în ceea ce privește ușurința de fabricație, ușurința și estetica. A fost, de asemenea, un pas departe de contextul industrial retrograd al secolului al XIX-lea și o declarație privind prioritatea experienței umane. În prezent, noile capacități în domeniul biomaterialelor, al producției aditive, al fabricării digitale și al inteligenței artificiale deblochează posibilități nelimitate de realizare.



- Coco Chanel a fost primul designer care a folosit un tricou în modă. La acea vreme, jerseul era o țesătură ieftină folosită doar pentru lenjeria de corp pentru bărbați. Chanel s-a confruntat cu circumstanțe dificile la începutul vieții sale și a ales să folosească un jersey pentru a face haine pentru femei, deoarece era ieftin. În contextul în care țesăturile mai scumpe erau raționalizate în timpul Primului Război Mondial, Chanel a cumpărat materialul la un preț redus și a folosit țesătura confortabilă și funcțională în creațiile sale. Ea a devenit cunoscută pentru linia ei de îmbrăcăminte practică, revoluționând în cele din urmă fața modei pentru totdeauna. Acesta este un exemplu de gânditor creativ care a folosit rezolvarea problemelor pentru a schimba cursul istoriei. Și nu este singura. Gândirea creativă este o abilitate care vă poate duce departe la locul de muncă și în viață.



În concluzie, oamenii creativi deschid deja multe posibilități pentru o abordare mai circulară, dar progresul real necesită o inovare de sistem în tandem cu inovarea tehnologică. Dacă ne dorim o economie circulară care să fie sigură, sănătoasă și regenerativă, materialele contează: nu este vorba doar de "închiderea buclei", ci și de luarea în considerare a materialelor care se află în buclă. Așadar, designerii trebuie să lucreze cu sistemul actual, făcându-l în același timp să se îndrepte spre noi rezultate. Creatorii trebuie să înțeleagă, să prevadă și să răspundă la implicațiile sistemice ale invențiilor lor. Aceștia au nevoie de un loc unde să experimenteze, într-un mod vizibil și conectat la industrie și la rutele de extindere.



Pentru mai multe resurse și activități care să vă ajute să înțelegeți, să definiți, să realizați și să lansați inovații circulare folosind gândirea creativă, explorați Ghidul de design circular: <https://www.circulardesignguide.com/methods> creat în colaborare cu IDEO (IDEO este o companie de design global) și o selecție de instrumente din rețeaua noastră și nu numai, care să vă ajute la început: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-design/tools>.





# SARCINA DE EVALUARE FINALĂ

## TITLUL SARCINII:

Dezvoltarea unei idei de afaceri

## SCOPUL ACTIVITĂȚII:

Scopul acestei activități, bazată pe metodologia design thinking, este de a dezvolta o idee pentru o afacere. Această sarcină trebuie să fie realizată în grupuri de trei sau patru persoane.

## TIMP NECESAR:

34min (sarcina principală) + 60min (timp pentru pregătirea prezentării)

## MATERIALE NECESARE:

calculator; hârtie, creion, lîmblapiņas

Formatul pentru prezentare:

prezentare powerpoint

## PAȘI PENTRU ÎNDEPLINIREA SARCINII:

Înainte de sarcină, vă rugăm să mai citiți încă o dată pe EduZine despre subiectul design thinking. De asemenea, vă rugăm să vizionați videoclipul despre design thinking: [https://www.youtube.com/watch?v=r0VX-aU\\_T8](https://www.youtube.com/watch?v=r0VX-aU_T8) (doar în limba engleză)

1.faza: cercetare - interviu (timp - 7 min)

- Echipa își împarte rolurile: 1 intervievator, 1 utilizator, ceilalți sunt observatori;
- Intervievatorul pune întrebări utilizatorului
- Utilizatorul împărtășește experiența
- Observatorii înregistrează și notează experiența utilizatorilor.



## 2. faza: definirea unei probleme (7 min.)

- Observatorul prezintă celorlalți membri ai grupului observațiile făcute în timpul interviului (experiențe pozitive și negative)
- Grupul convine asupra unei probleme de rezolvat
- Grupul scrie problema, începând cu cuvintele “Cum am putea...”.

## 3.faza: dezvoltarea ideilor pe baza unei metode de brainstorming care are ca scop crearea a cât mai multor idei de soluții prin ascultarea celorlalți membri ai grupului și inspirarea din ceea ce au propus colegii (10 min)

- Fiecare membru al grupului scrie trei idei de soluție - fiecare soluție pe o pagină separată
- Prezentați ideile celorlalți membri ai grupului

## 4.faza: dezvoltarea ideilor (10 min.)

- Echipa convine asupra unei idei pentru care să dezvolte un concept:
- Aflați numele produsului sau serviciului
- Identificați publicul țintă (grupul țintă)
- Definiți rezultatul urmărit (în contextul provocării definite anterior “Cum am putea...”).



5.faza: creați o prezentare (60 min.), includeți răspunsurile la următoarele întrebări în prezentarea dumneavoastră:

- Ce problemă a fost abordată?
- Care este soluția la această problemă?
- Denumirea produsului sau serviciului
- Publicul țintă (grup țintă)
- Rezultatul urmărit
- O funcționalitate cheie

6.faza: fiecare echipă face prezentarea (max. 5 min.)



**TEST FINAL**

Vă rugăm să completați exercițiul final pentru a vă testa cunoștințele despre gândirea creativă și creativitate. Sunt doar cinci întrebări, aveți grijă, sunt întrebări la care răspunsurile corecte sunt mai multe.

[Faceți clic aici pentru exercițiu.](#)



# LECTURI ȘI RESURSE SUPLIMENTARE

<https://www.researchgate.net/publication/321750689>  
[Creative Thinking Processes The Past and the Future](#)

Laura Ruiz-Pastor, Elena Mulet, Vicente Chulvi, Marta Royo, Efectul aplicării cerințelor de circularitate sub formă de întrebări ghidate asupra creativității și circularității rezultatelor proiectării, Journal of Cleaner Production, Volumul 281, 2021, 124758, ISSN 0959-6526,  
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124758>.

(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620348022>)

<https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-design/overview>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/articles/the-new-european-bauhaus-and-the-circular-economy>

<https://ellenmacarthurfoundation.org/introduction-to-circular-design/we-need-to-radically-rethink-how-we-design>

<https://chuckfrey.medium.com/the-ultimate-list-of-creativity-tools-d8993084a120>







# LEARNING CIRCLE



cantabria  
perma  
cultura



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



"The European Commission's support of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission can not be held responsible for any use which may be made of the information therein." Project Number: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435