

FLI CREATE

FLipped CREative Awareness Teaching

(2019-1-IT02-KA201-063149)

Erasmus+ Programme – KA2 – VET field Development of Innovation

Pierwsza Aktywność do Nauki (C1)

Uwagi i Wytyczne Dotyczące Praktycznych Sesji Kreatywnych

Moduł Kreatywność

30 wrzesień – 1 październik, 2020

Uwagi i Wytyczne Dotyczące Praktycznych Sesji Kreatywnych

(Wytyczne zostaną przedstawione na początku zajęć 30 kwietnia.)

LEGENDA


 PRACA INDYWIDUALNA

 PRACA GRUPOWA

1. ROZPOCZĘCIE

KWESTIA/PROBLEM: “Udział uczniów w twoich zajęciach jest niewystarczający”







Przykład: **Młode osoby nie chodzą do teatru**

- **PRZED ROZPOCZĘCIEM SESJI KREATYWNEJ (W DOMU)** 
 - ZBIERZ INFORMACJE NA TEMAT PROBLEMU (JEŚLI TO MOŻLIWE)
 - UPORZĄDUJ WSZYSTKIE POSIADANE INFORMACJE
- **ROZGRZEWKA (START O GODZ. 10.10)**

2. FAZA PERCEPCJI

Technika kreatywna: DLA MNIE PROBLEM STANOWI... ; *Ustal prawdziwe źródło “problemu”; Pomoże to w ustaleniu najefektywniejszych parametrów badania*

JAK TO DZIAŁA?

1. PRZEFORMATUJ PROBLEM ZACZYNAJĄC OD: *dla mnie problemem jest....*  PODZIEL PROBLEM NA SERIĘ PODPROBLEMÓW – zobacz przykłady. 
2. STWÓRZ LISTĘ PODPROBLEMÓW ZGODNIE Z ICH WAŻNOŚCIĄ 
3. STWÓRZ GRUPOWĄ LISTĘ PODPROBLEMÓW ZGODNIE Z ICH WAŻNOŚCIĄ 
4. WYBIERZ I OMÓW KONKRETNY PODPROBLEM – zobacz przykłady 
5. PRZEKSZTAŁĆ WYBRANY PODPROBLEM W PYTANIE – zobacz przykłady. 

PRZYKŁAD: **punkt 1.** Przykładowa lista podproblemów (w tym przypadku nie dziłimy ich na listę grupową i indywidualną):

- *Dla mnie problemem jest cena biletów*
 - *Dla mnie problemem jest brak teatrów*
 - *Dla mnie problemem jest brak transportu publicznego*
 - *Dla mnie problemem jest słaba komunikacja*
 - *Dla mnie problemem jest korzystanie z portali społecznościowych*
- Punkt 4.** Wybrany problem: Dla młodych osób cena biletu jest zbyt wysoka.

Punkt 5. Jak można sprzedać po niskiej cenie bilety do teatru?

WYNIK:

Lista pod problemów według priorytetów dla każdego uczestnika

- .
- .
- .
- .
- .

Lista podproblemów według priorytetów dla gupy

-
-
-
-
-

3. FAZA ANALIZY

Technika Kreatywna: LIPOGRAM? *Pozwala na określenie wszelkich ukrytych aspektów problemów. JAK TO DZIAŁA?*

1. PRZEFORMATOWANIE “PROBLEMU” (TAK JAK TO OPISANO W PUNKCIE 5 FAZY PERCENPCJI) POPRZEZ USUNIĘCIE JEDNEJ LITERY ALFABETU (OD CZASU DO CZASU).
2. PRZEANALIZUJ NOWY PODPROBLEM CZYNIĄC PODSTAWOWY PROBLEM BARDZIEJ ORYGINALNYM I PEŁNYM, PRUBUJĄC ZNALEŹĆ NOWE ASPEKTY PRBLEMU, KTÓRE MOGŁY CI UMKNAĆ ZA PIERWSZYM RAZEM. OSIĄGASZ TO ZA POMOCĄ NOWYCH TERMINÓW (METAFORY, SYNONIMY, PRZECIWIĘSTWA)
3. PRZYJMUJĄC KAŻDY NOWY ASPEKT POWSTAEGO PROBLEMU ZBIERZ WSZYSTKIE NOWE SŁOWA które powstały z techniki “lipogramu” które mogą stanowić nowe aspekty problemu;
4. POWRÓĆ DO PIERWOTNEGO PYTANIA, TO KTÓRE WYSZŁO ZE ZDANIA “DLA MNIE PROBLEMEM JEST” I WZBOGAĆ JE O WSZYSTKIE NOWE ASPEKTY (JEŚLI TAKIE WYSZŁY)

PRZYKŁAD: Punkt 1. “Usuń literę a”. Pytanie należy ponownie sformułować nie używając słów, które mają w sobie literę a.

Jak można sprzedawać bilety do teatru po niższej cenie? W tym zdaniu nie wolno nam używać słowa “teatr”. Musimy zatem znaleźć dla niego synonim, lub opisać go w sposób, który przywodzi na myśl teatr, ale nie używa literki “a”.

Gdzie możemy sprzedać tanio bilety do środowiska, w którym przebrani ludzie śpiewają i recytują?

Punkt 3. Środowisko; Przebrani; Ludzie; Recytują; śpiewają (nowe słowa)

Punkt 4. *Jak można tanio sprzedawać bilety na recital w każdym środowisku?*

WYNIK:

Indywidualna reinterpretacja podstawowego problemu.

Grupowa reinterpretacja podstawowego problemu

4. FAZA PRODUKCJI POMYSŁU

(OBECNIE) PROBLEMEM JEST (PO FAZIE PERCEPCJI I ANALIZY). Wprowadź PYTANIE które pojawiło się podczas 4 części fazy analizy

Technika kreatywna: BRAINWRITING?* **JAK TO DZIAŁA?**

JAK WYPEŁNIĆ SZABLON BRAINSTORMINGU*? 

1. PRZED ROZPOCZĘCIEM BRAINWRITINGU wszyscy uczestnicy napiszą problem na szablonach/formularzach;
2. NA POCZĄTKU "ZABAWY" Z BRAINWRITINGIEM każdy z uczestników zapisze swój POMYSŁ NA ROZWIĄZANIE NA ŚRODKU ARKUSZA/szablonu (szare pole). Po zapisaniu tego poczeka, aż inni uczestnicy zrobią to samo. Dopiero kiedy wszyscy zapiszą swoje pomysły, można iść dalej.
3. ARKUSZ Z ZAPISANYM POMYSŁEM należy przekazać uczestnikowi siedzącemu po lewej. Ten uczestnik musi zapisać swój pomysł związany z początkowym, i tak dalej.
4. OSTATECZNIE ARKUSZ WRACA do osoby, która wpisała swoją propozycję na rozwiązanie problemu. Ta osoba będzie musiała podsumować za pomocą jednego, lub dwóch pomysłów całą serię pomysłów dla rozwiązania, które powstało w wyniku Brainstormingu.
5. PRZECZYTAJ GRUPIE POMYSŁY I ZACZNIJ DYSKUSJE NA TEMAT ICH JAKOŚCI. POSTARAJ SIĘ POSORTOWAC JE WEDŁUG WAŻNOŚCI.

WYNIK:

Ramy Brainstormingu przeprowadzone przez każde z uczestników 

Lista końcowych pomysłów które powstały, ułożone na liście według ważności 

<ul style="list-style-type: none"> • . • . • . • . • .

5. FAZA WYBORU POMYSŁU

Technika Kreatywna: FEO? **JAK TO DZIAŁA?**

1. Stwórz matrycę, która przedstawi parametry ewaluacji (Wykonalność, EKONOMIA, ORYGINALNOŚĆ) w układzie poziomym, a dostępne pomysły pionowo (pomysł 1, pomysł 2, pomysł 3 ...)

PARAMETRY POMYSŁ	POMYSŁ 1	POMYSŁ 2	POMYSŁ 3
WYKONALNOŚĆ biorąc pod uwagę czynniki kontekstu			
EKONOMIA			
ORYGINALNOŚĆ			
RAZEM			

2. Stwórz listę maksymalnie 5 elementów, które będą określały dany kontekst (silne i słabe strony).
3. Aby przeprowadzić ewaluację każdego pomysłu wynikiem od 1 do 5, biorąc pod uwagę wykonalność, ekonomię i oryginalność, mając na uwadze opłacalność tego pomysłu.

PARAMETRY POMYSŁ	POMYSŁ 1	POMYSŁ 2	POMYSŁ 3
WYKONALNOŚĆ biorąc pod uwagę czynniki kontekstu	2	5	5

EKONOMIA	5	1	4
ORYGINALNOŚĆ	1	1	2
RAZEM	8	7	11

4. Uczestnicy powinni omawiać zawartość matrycy, aż osiągną wspólną definicję pomysłu, który będzie wdrażany. Pomysł który będzie spełniał wymagania wszystkich, to ten który należy realizować

WYNIK:

Lista (maksymalnie 5 elementów), które będą określały dany kontekst



-
-
-
-
-

Końcowa matryca



Końcowa matryca



Lista pomysłów do wdrożenia według ważności.

-
-
-
-
-

5. WDROŻENIE FAZY IDEI

TECHNIKA KREATYWNA: ROZPISKA IDEJI? **JAK TO DZIAŁA?**

1. Dla wybranego pomysłu każdy uczestnik musi indywidualnie opisać to, co jest wymienione na liście: ●

- *Temat (rodzaj makroproblemu, który zamierzamy rozwiązać)*
- *Tytuł pomysłu*
- *Szczegółowy opis pomysłu*
- *Mocne strony*
- *Przeszkody do pokonania (na etapie składania wniosku)*
- *Punkty działania (lista kroków do wykonania)*
- *Zaangażowane osoby*

2. Jako grupa spróbujcie wypełnić listę. ●

WYNIK:

W pełni wypełniony formularz pomysłu ●

W pełni wypełniony formularz pomysłu ●

Załącznik * Wydrukuj załączony formularz. FORMULARZ DO BRAINSTROMINGU

<u>KWESTIA/PROBLEM (PYTANIE):</u>		
		→
		↓

PODSUMOWANIE (Podsumowanie powstałego pomysłu, lub powstałych pomysłów)