

ÄR DU BARA KREATIV?

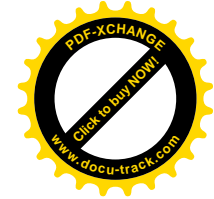
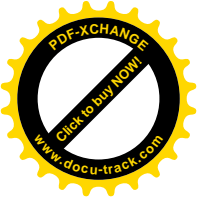
- om hur kreativa och kritiska affärstankar skapar konstruktiva affärsplaner

Esabri 2010-05-19

Lars Torsten Eriksson
Högskolan i Gävle

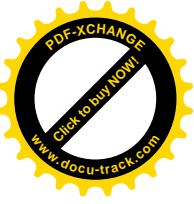
len@hig.se



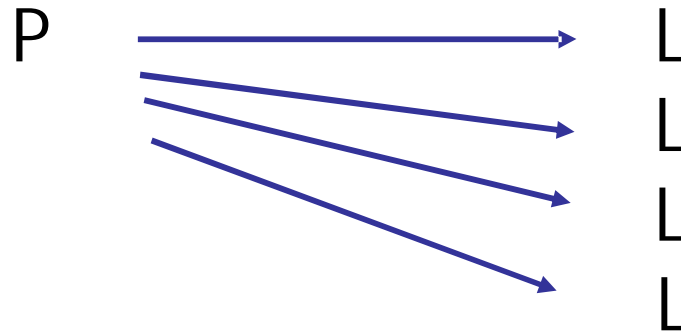


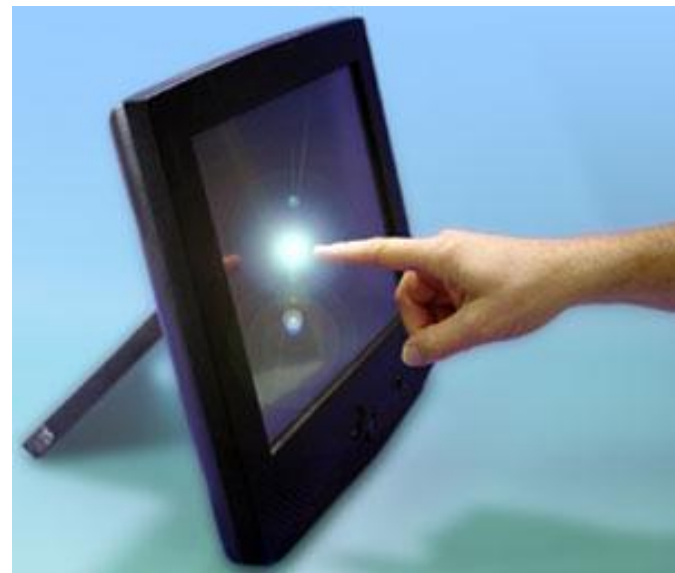
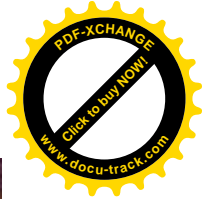
MIO – Affärslabbet

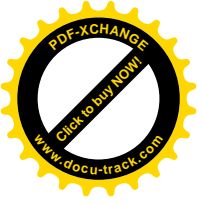
	MARKNAD	INTERAKTION	ORGANISATION
NULÄGES- BESKRIVNING	KRITISK ANALYS	KRITISK ANALYS	KRITISK ANALYS
FRAMTIDS- ANALYS	KREATIV ANALYS	KREATIV ANALYS	KREATIV ANALYS
STRATEGISKA VAL	KONSTRUKTIVA VAL	KONSTRUKTIVA VAL	KONSTRUKTIVA VAL
KAMPANJER/ PROJEKT	KONSTRUKTIVA VAL	KONSTRUKTIVA VAL	KONSTRUKTIVA VAL



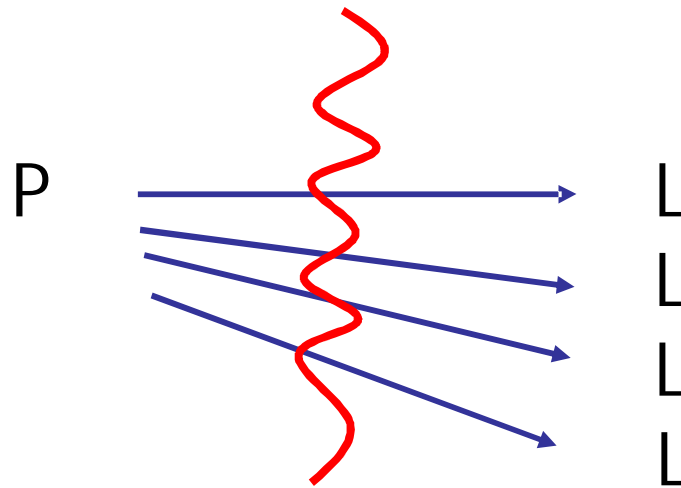
KREATIV PROBLEMLÖSUNG

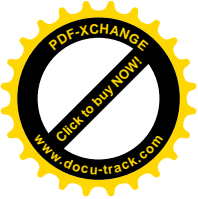






PROVOKATIV PROBLEMLÖSUNG

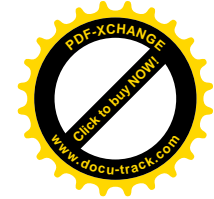
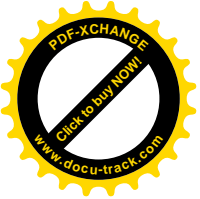






Reflexiva tankeriktningar

KREATIVT FOKUS	KRITISKT FOKUS
NÄSTA STEG	FAKTAKRITIK
IDÉÖVERFÖRING	SAMBANDSKRITIK
ALTERNATIV	METAFORKRITIK
WINDOW OF OPPORTUNITY	VÄRDEKRITIK
MEET THE MOMENT	DOLDA NÄTVERK
INNOVATION	YTTRANDEFRIHET



Reflexiva processer

IDÉGENERERING	IDÉGRANSKNING
FLYTТА GRÄNSER	IMAGO
KOKA POPCORN	ROLLSPEL
RUNDABORDSSAMTAL	DJÄVULENS ADVOKAT
SCENARIO	KRITERIETEST
STORYTELLING	MOTSATSER
REKONSTRUKTION	HYPOTESTEST

