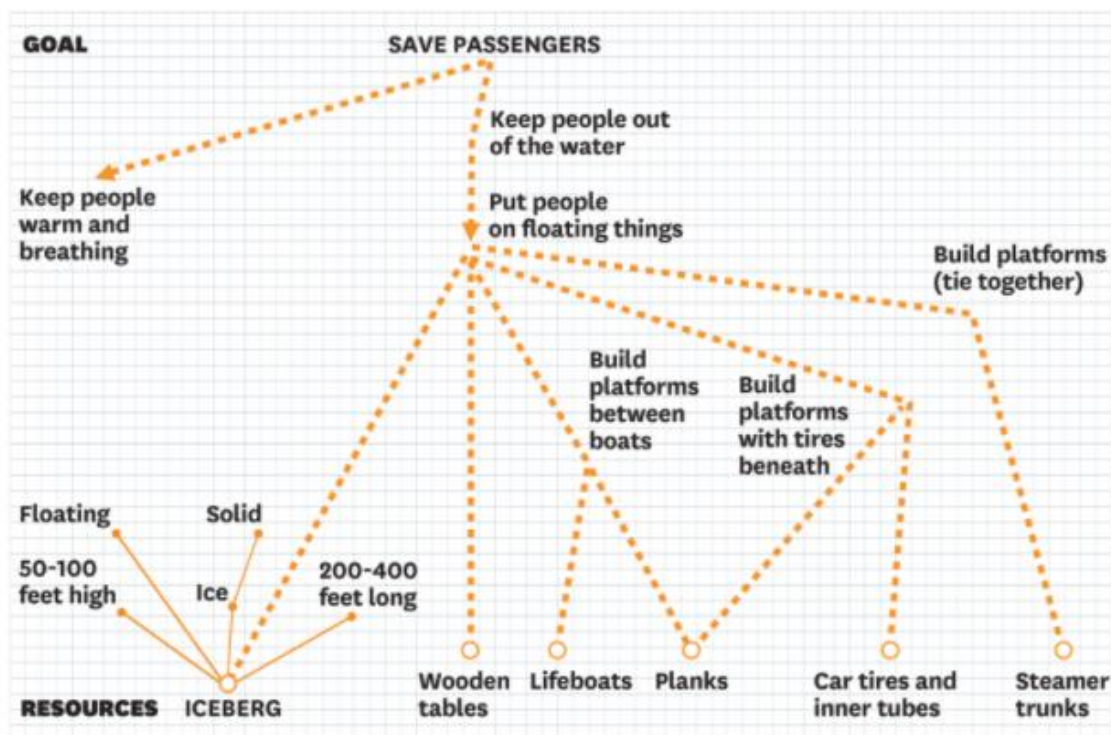


Case study nr 2

Nazwa kejsu	Burza mózgów – Titanic
Słowa kluczowe	Burza mózgów,
Zapewnione przez	Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie, Inspirowane: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89.
Język	Polski
Treść kejsu	
Wszyscy znamy historię Titanica. 14 kwietnia 1912 roku największy wówczas statek pasażerski zderzył się z górą lodową, w wyniku czego, spośród 2200 pasażerów i członków załogi uratowało się tylko 705 osób, wyciągniętych z 16 szalup przez marynarzy ze statku „Carpathia”. Zastanówmy się, co można było zrobić, aby zapobiec tak potężnej katastrofie – ale nie, nie chodzi tutaj o zderzenie z górą lodową, lecz o uratowanie większej liczby ludzi. Dane, które mogą przydać się podczas definiowania problemu oraz generowania rozwiązań: - Statek tonął ok. 2 godzin i 40 minut; - „Titanic” po zderzeniu z górą lodową przez jakiś czas zachowuje swoją sterowność; - Góra lodowa wystaje ponad powierzchnię wody i ma 120 metrów długości; - Szacuje się, że na pokładzie statku znajdowało się ok. 40 samochodów. Mając powyższe informacje, a także wykorzystując poznane techniki generowania pomysłów – rozwiąż problem, z jakim spotkała się załoga statku, a w szczególności: 1. Zdefiniuj problem i sformułuj cel 2. Określ najbardziej oczywiste zasoby niezbędne do realizacji celu, a następnie połącz z wcześniej sformułowanym celem proponując najbardziej oczywiste rozwiązanie; 3. Przeformułuj cel, w taki sposób, aby pozwolił generować więcej rozwiązań i pozwolił dostrzec nowe zasoby. Przyjmij różne postawy, wykorzystaj techniki poznane podczas kursu (odwrócona burza mózgów, technika trzech krzeseł, metoda 635...). 4. Zaproponuj możliwości, z jakich mogłaby skorzystać załoga i pasażerowie statku, gdyby ta sytuacja wydarzyła się ponownie (zapomnij jednak o zdarzeniach, które łączą się ze wspomnieniami historii Titanica, nie ograniczaj się również do typowych zastosowań przedmiotów).	
Bibliografia	https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it (dostęp z dnia 2021 10 29). McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89.
Rodzaj materiału	STUDIUM PRZYPADKU

(Sugerowane odpowiedzi na kolejnej stronie)

Find new ways to name the goal, and new resources may present themselves.



SOURCE: TONY MCCAFFREY AND JIM PEARSON
FROM "FIND INNOVATION WHERE YOU LEAST EXPECT IT," DECEMBER 2015

© HBR.ORG

Źródło: McCaffrey Tony & Pearson Jim (2015). Find Innovation Where You Least Expect It [in:] Harvard Business Review, 12.2015, pp. 82–89. (<https://hbr.org/2015/12/find-innovation-where-you-least-expect-it>).