

Contenido

Prólogo	ix
Prefacio	xi
Introducción	xiii

I. Reconocimiento, obtención y utilización de un activo valioso	1
1. La necesidad de innovadores y de innovación	3
2. ¿Qué es la creatividad?	7
3. Identificación de personas creativas dentro de la compañía	17
4. Contratación de personas creativas	21
5. Selección del gerente más apto para que dirija a las personas creativas	27
II. Cómo llegar a ser aún más creativo	33
6. Creación de un ambiente innovador	35
7. Lenguaje y experiencia de orientación sensorial	43
8. Submodalidades y el proceso del pensamiento creativo	47
9. Estrategias y el modelo de creatividad	53
10. Reorganización verbal y creatividad	73
11. Cómo ponerse uno mismo y a los demás en un estado creativo	83
12. Instalación de un estado personal creativo	93

*Elementos de la Administración
Módulo 1: Creatividad*

III. Manejo del individuo creativo	101
13. Rasgos de personalidad y eficiencia del gerente	103
14. Estilos de relación	115
15. Establecimiento de metas para el personal creativo	121
IV. Cómo comunicarse eficazmente con el personal creativo	135
16. Cómo manejar a la “vedete”	137
17. Cómo tratar al empleado burocrático	141
18. El empleado sociable	145
19. El empleado creativo “ideal”	149
20. Liderazgo personal y relación personal no verbal	155
21. Cómo la rapidez afecta a la comunicación	167
22. A un habla positiva corresponde una actitud también positiva	171
23. Cómo hablar el lenguaje de los pensamientos	175
24. Cómo hablar el lenguaje personal del innovador	189
V. Dirección y motivación del personal creativo para aumentar la productividad y la retención de los empleados	205
25. Cómo satisfacer las necesidades más básicas del personal creativo	207
26. Programas motivacionales primarios	213
27. Motivaciones que rigen el comportamiento	223
28. Programas motivacionales	233
29. Estrés y motivación en la creatividad	243
30. Cómo manejar y reducir el estrés	251
VI. Asesoramiento y orientación de los empleados creativos	267
31. El arte de calmar a las personas enojadas	269
32. Cómo orientar a los empleados creativos	281
VII. Cómo vigilar y evaluar el proceso creativo	293
33. Medición de la productividad creativa	295
34. Un estudio de casos sobre la creatividad productiva	301
Bibliografía	309
Índice analítico	313