ESA - Saint-Luc Liège
Bd de la constitution, 41
4020 Liège
Tél : 04 / 341.80.00

- Sciences humaines et sociales - psychologie partie 1

Golenvaux Dorothée

Objectifs

Comprendre, connaître, savoir expliquer et utiliser des recherches scientifiques sur le thème de l'inventivité

Contenu

I. DE LA CRÉATIVITÉ A L'INVENTIVITÉ

TERMINOLOGIE

1. Les définitions (lacunaires) des dictionnaires

2. Creativity, un terme bateau ?

2.1. Créativité en tant qu'expression imaginaire

2.2. Créativité en tant que création artistique

2.3. Créativité en tant qu'innovation

2.4. Créativité en tant que création d'idées ou inventivité

3. L'originalité : faire apparaître quelque chose qui n'existait pas.

4. La pertinence et le rôle crucial du « succès »

5. L'inventivité comme questionnement

6. L'indispensable expertise et la sérendipité

DOMAINES GAGNANTS

Les besoins : la pyramide des besoins

La sensation : un trésor à découvrir

La prospective

Les tendances 2015-2021 + actualité 2022-23

L'analyse du public

Autres domaines tels les émotions, etc. (à développer dans un autre cours)

EXPERIMENTATION

Allumettes

Les facettes de la personnalité créative

Les 16 carrés

II. LES RÉSISTANCES : CONSTATS ET EXPLICATIONS

© ESA Saint-Luc Liège | 2024 | Tous droits réservés

1. Nécessité relative

2. Certaines attitudes et raisons psychologiques

3. La culture du rationnel

4. La formulation de la question/du problème

5. La première vue qui occulte la deuxième vue

6. La déformation « professionnelle »

7. Habitudes et conditionnement

Le conditionnement ?

8. La soumission à l'autorité

L'expérience de Milgram / Le jeu de la mort

Réflexion sur l'actualité de la soumission à l'autorité

9. Le fonctionnement cérébral

III. LIBERER L' INVENTIVITE : changer de cadres mentaux

Introduction

Première étape : Douter, prendre conscience des modèles mentaux et des biais cognitifs

Douter

Reconnaître nos modèles mentaux

Identifier, formuler et préciser votre objectif et/ou votre problème

Deuxième étape : Explorer et rechercher

La méthode QQOQCP

Rechercher les réponses à ces questions

Troisième étape : diverger

Le brainstorming (Alex Osborn)

La synectique de Gordon

L'association forcée

Quatrième étape : Converger

La méthode des 6 chapeaux (Edward de Bono)

Les avantages de la méthode

Cinquième étape : réévaluer

Encore une méthode d'inventivité : le Design Thinking

Autres méthodes dites de créativité / de présentation des idées

Les matrices de découverte

© ESA Saint-Luc Liège | 2024 | Tous droits réservés

ESA - Saint-Luc Liège
Bd de la constitution, 41
4020 Liège
Tél : 04 / 341.80.00

La carte mentale

Les points communs à toutes les méthodes / le processus de l'inventivité

Conclusion générale

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

Articles

Sources électroniques

TABLE DES MATIERES

Méthode d'enseignement et d'apprentissage

Cours "magistral", expérimentations et exercices

Bibliographie

Ouvrages

BOHLER, S., *150 petites expériences de psychologie des médias pour mieux comprendre comment on vous manipule*, Paris, DUNOD, 2008.

CIKSZENTMIHALYI, M., *La créativité : Psychologie de la découverte et de l'invention*, Paris, Laffont, 1996.

CORNEILLE, O., *Nos préférences sous influences*, Wavre, Mardaga, 2010.

DE BRABANDERE, L., *Le plaisir des idées*, Paris, Dunod, 1994, p. 15.

EDWARDS, B., *Dessiner grâce au cerveau droit*, Bruxelles, Pierre Mardaga, 1979.

EDWARDS, B., *Vision, dessin, créativité, Bruxelles*, Pierre Mardaga, 1986.

GUILDFORD, « creativity » American Psychologist, 1950

GREGORY, R. L., *L'oeil et le cerveau*, Bruxelles, DeBoeckUniversité, 2000.

HUFFMAN, K.; VERNOY, J.; VERNOY, M., *Psychologie en direct*, Mont-Royal, Modulo, 2000.

INY, A.; DE BRABANDERE, L., *La bonne idée existe!, Cinq étapes essentielles pour la trouver*, Paris, Eyrolles, 2013, 978-2-212-55680-3

JAOUI, H., *La créativité, mode d'emploi, connaissance du problème*, Paris, E.S.F., 1990.

MINSKY, M., *La société de l'esprit*, Paris, InterEditions, 1988, p. 272-273

ROCK, I., *La perception*, Bruxelles, DeboeckUniversité, 2001.

STRASSER, Todd. La Vague. PKJ, 2009, ISBN 972-2-266-1697-1

WATIN-AUGOUARD, *Histoires de marques*, Editions d'Organisation & TM.Ride, Paris, 2001.

© ESA Saint-Luc Liège | 2024 | Tous droits réservés

ESA - Saint-Luc Liège
Bd de la constitution, 41
4020 Liège
Tél : 04 / 341.80.00

Articles

COLLARD, Y., DE THEUX, P., « Eduquer, communiquer: dans quel sens ? Les socio-styles pour toucher le public cible » dans *Media Animation* 2006-2011, 10 *mars 2007,* off line, septembre 2014.

Sources électroniques

AZNAR, *Réflexions sur la créativité (volume 1*), mise à jour en 2007, consulté le 25-07-2015, on line http://www.creativite-conseils.com. Ce point 2 relate l'analyse de Guy Aznar

MEDIA-ANIMATION, *L'actualité*, site de l'association, juillet 2015, http://www.creativite-conseils.com.

Mode d'évaluation pratiqué

Examen écrit sur toute la matière vue au cours.

Support de cours

Support de cours : vous pouvez vérifier si un support de cours est requis pour ce cours sur MyIntranet > mes études > mes cours

© ESA Saint-Luc Liège | 2024 | Tous droits réservés