



Mercedes-Benz

Sztuka i biznes – wzajemne inspiracje. Mercedes-Benz wspiera publikację na ten temat

Informacja prasowa

18 września 2019 r.

Jak sztuka może pomóc w nowoczesnym zarządzaniu organizacją? Jak może wspierać rozwój kreatywności w organizacji? Dlaczego każdy muzyk w orkiestrze mógłby być doskonałym managerem? Na te tematy 19 września 2019 roku w Szkole Głównej Handlowej (SGH) w Warszawie rozmawiać będziemy podczas seminarium pn. „Sztuka i biznes – inspiracje i współpraca”. Seminarium odbędzie się przy okazji premiery książki pt. „Sztuka dla biznesu. Wspieranie kreatywności w organizacji” pod redakcją dr hab. Agnieszki Wojtczuk-Turek. Mercedes-Benz jest sponsorem publikacji.

Premiera książki odbędzie się 19 września br. w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie podczas seminarium pn. „Sztuka i biznes – inspiracje i współpraca” (początek: godz. 10.00). Gościem specjalnym wydarzenia będzie Prof. Giovanni Schiuma (Art for Business Institute, University of Arts London), autorytet w dziedzinie partnerstwa sztuki i biznesu, a także twórca jednego z rozdziałów książki pt. „Twórcze partnerstwa: łączenia sztuki i biznesu dla rozwoju organizacyjnego”.

Wstęp do „Sztuka i biznes – inspiracje i współpraca” (wydawnictwo PWN, 2019) prof. Giovanni Schiuma otwiera wymianę myśli ekspertów reprezentujących różne dziedziny wiedzy na temat analizy związków sztuki i biznesu. W piętnastu rozdziałach naukowcy, artyści i twórcy omawiają wzajemne inspiracje sztuki i biznesu, które mogą podnieść efektywność zarządzania organizacją. Celem autorów jest wskazanie narzędzi, które pozwolą wykorzystać potencjał szeroko pojętej sztuki w rozwiązywaniu problemów biznesowych, np. muzyka jazzowa, która w szczególny sposób pozwala inspirować działalność biznesową, czy architektura, która wspiera wartości organizacji. Mimo naukowego charakteru, książka skierowana jest do szerszej publiczności. Zagadnienia zawarte w publikacji są adresowane do słuchaczy studiów podyplomowych, menadżerów, przedsiębiorców, specjalistów HR oraz osób zajmujących się marketingiem.

Inicjatywa wsparcia publikacji PWN „Sztuka dla biznesu. Wspieranie kreatywności w organizacji” jest kontynuacją działań marki Mercedes-Benz na rzecz wspierania edukacji, kultury i sztuki. „Cieszę się, że dzięki naszemu wsparciu mogła ukazać się tak cenna publikacja. Cenna zarówno dla ludzi kultury, którzy potrzebują więcej wiedzy biznesowej, bardziej managerskiego i biznesowego podejścia do zarządzania instytucjami kultury, jak i dla biznesu, gdzie zarządzanie przechodzi właśnie przewrót kopernikański. Jako że przywództwo to próba wpływania na skomplikowane zależności ludzi i procesów, które w dodatku ciągle się zmieniają w płynnym świecie VUKA, do lamusa odchodzi styl autorytarnego wydawania rozkazów przez osoby o (za) wysokim ego. O liderze nie myślimy już obrazami dowódcy statku na mostku kapitańskim czy generała na wzgórzu kierującego bitwą. To, co poszukiwane i cenione, to twórczy umysł, krytyczny ogląd i niezależność myślenia – cechy właściwe artystom. Wczesna intuicja zaczyna być cenniejsza niż późna wiedza.” – mówi dr Ewa Łabno-Falęcka.

Podczas seminarium odbędzie się również dyskusja panelowa podzielona na pięć części. Podczas każdej z nich osoby ze świata nauki, sztuki i biznesu będą rozmawiać o aktualnych i perspektywistycznych obszarach współpracy sztuki i biznesu.

Więcej informacji na stronie:

<http://kolegia.sgh.waw.pl/pl/KNoP/struktura/IKL/konferencje/Strony/Sztuka-i-biznes.aspx>

Kontakt:

Monika Jakubczyk

Public Relations

monika.jakubczyk@daimler.com

+48 22 312 72 43