



Nombre de la Asignatura: INNOVACION Y CREATIVIDAD EMPRESARIAL 0

a) Generalidades

		<b>Código:</b>	<b>ICE 0</b>	<b>Duración del Ciclo en Semanas:</b>	<b>16</b>
<b>Prerrequisito (s):</b>	<b>Bachillerato</b>	<b>Ciclo Académico:</b>	<b>I</b>	<b>Duración /Hora Clase en minutos</b>	<b>50</b>
		<b>Área:</b>	<b>Básica</b>	<b>Número /Hora Clase por Ciclo:</b>	<b>64</b>
		<b>U.V.:</b>	<b>3</b>	<b>Horas Teóricas/ Semanales:</b>	<b>2</b>
				<b>Horas Prácticas/ Semanales:</b>	<b>2</b>

b) Descripción de la Asignatura:

Es un curso introductorio a los temas de creatividad e innovación, al conocimiento de las herramientas y técnicas para desarrollar habilidades de pensamiento y el uso de las nuevas ideas en situaciones organizacionales.

c) Objetivo General de la Asignatura:

**Cognoscitivo:** Definir las bases conceptuales de creatividad, innovación y reconocer los usos del pensamiento creativo.

**Procesual:** Aplicar las técnicas y herramientas de la creatividad en la resolución de problemas que presentan las diferentes áreas del conocimiento en las ciencias económicas.

**Actitudinal:** Generar interés para desarrollar la habilidad de la creatividad y para valorar el uso de la innovación.



**d) Contenidos:**

**UNIDAD I PRINCIPIOS DE CREATIVIDAD.**

**Contenido:**

- 1.1. Estructura de las aseveraciones positivas para entender el concepto de persona creativa
- 1.2. Argumentos lógicos y convincentes sobre las personas creativas
- 1.3. Definiciones de creatividad
- 1.4. El problema de la creatividad
- 1.5. Temor a correr riesgos
- 1.6. ¿Cómo sabe si usted es creativo?
- 1.7. Mitos sobre la creatividad
- 1.8. Verdades acerca de la creatividad
- 1.9. Frases que desestimulan la creatividad
- 1.10. Pasos para la creatividad
- 1.11. Estilos de creatividad
- 1.12. Ejercitar la mente: ampliar su capacidad
- 1.13. Establecer el derrotero: comprender el contexto
- 1.14. Suspender las reglas: logro de nuevas percepciones
- 1.15. Pensar de modo diferente: cambio de paradigmas
- 1.16. Utilizar métodos visibles: asumir diversos puntos de vista
- 1.17. Utilizar las experiencias: fomentar su capacidad
- 1.18. Construir modelos: pensar en varias dimensiones
- 1.19. Participar en juegos: enfrentar la incertidumbre
- 1.20. Herramientas y técnicas para el mejoramiento de la creatividad
- 1.21. Ensambladores de la mente
- 1.22. Herramientas para la creatividad

**UNIDAD II: PERSONAS CREATIVAS EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS CON PROCESOS LÓGICOS.**

**Contenido:**

- 2.1. Problemas en la organización de información
- 2.2. Problemas para organizar y ordenar información
- 2.3. Problemas para inferir información
- 2.4. Procesos para la exploración, evaluación y definición de problemas
  - 2.4.1. Variables
  - 2.4.2. Opiniones
  - 2.4.3. Ideas de explicación positivas y negativas



- 2.4.4. Ideas de solución y de prioridad
- 2.5. Solución de problemas con procesos creativos
  - 2.5.1. Tipos de pensamiento
  - 2.5.2. Pensamiento lateral
  - 2.5.3. Pensamiento inventivo

### **UNIDAD III LA NECESIDAD Y APLICACIÓN DEL PENSAMIENTO CREATIVO.**

#### **Contenido:**

- 3.1. Los beneficios y la necesidad teórica de creatividad en el pensamiento creativo
- 3.2. La necesidad práctica de creatividad
- 3.3. Información y creatividad
- 3.4. Creatividad cotidiana y específica
- 3.5. Las fuentes de la creatividad
- 3.6. Diseño y análisis del pensamiento creativo
- 3.7. Los usos del pensamiento creativo
- 3.8. La lista creativa de éxitos.

### **UNIDAD IV INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS EN EL PENSAMIENTO LATERAL**

#### **Contenido:**

- 4.5. Los seis sombreros para pensar
- 4.6. La pausa creativa
- 4.7. El foco simple
- 4.8. El cuestionamiento
- 4.9. Alternativas que muestra el pensamiento lateral
- 4.10. El abanico de conceptos
- 4.11. Técnicas de sensibilización

### **UNIDAD V INNOVACIÓN**

#### **Contenido:**

- 5.1. Innovación
- 5.2. Ideas
- 5.3. Ideas de negocio
- 5.4. Características de las ideas de negocio
- 5.5. Camino de generación de ideas de negocio



- 5.6. Fuentes generales de ideas de negocios
- 5.7. Desarrollo de las ideas de negocio
- 5.8. Evaluación de las ideas de negocio

#### e) Estrategia Metodológica:

El programa ha sido estructurado para que el estudiante construya su propio aprendizaje a partir de los elementos otorgados por el docente.

Se asigna el 50% del total de horas para que el docente:

- Guíe el aprendizaje a través de clases magistrales/dialogadas, donde se transmitan los conocimientos conceptuales sobre el tema que se desarrolla y se realicen los ejercicios que apoyen esos conocimientos.

El otro 50% del total de horas, el profesor deberá dedicar tiempo para actividades de aprendizaje, tales como:

- Mapas conceptuales, en los cuales el alumno representará en forma de diagrama el significado de su conocimiento.
- Solución de problemas: El docente presentará casos para análisis de situaciones reales y relacionadas con los temas explicados en clase en los cuales los alumnos deberán identificar el problema y plantear alternativas de solución.
- Proyecto: El alumno desarrolle trabajos de investigación hemerográfica, donde se puedan identificar los temas tratados en clase a través de artículos que presenten situaciones reales publicados en revistas especializadas o periódicos.
- O cualquier actividad que pueda aplicarse de acuerdo a mejorar el aprendizaje del alumno y la integración en los grupos.
- Investigación en empresas, aplicabilidad de las herramientas aprendidas

Estas actividades quedan a consideración del catedrático, pudiendo utilizar otros métodos y técnicas alternativos que favorezcan el proceso de enseñanza y aprendizaje de acuerdo con el modelo educativo definido por la Universidad .

#### f) Bibliografía:

Nombre de la Obra	Autor	Casa editora	País	Año de edición	No. de ejemplares en biblioteca
Herramientas para la creatividad.	H. James Harrington	Mc Graw Hill	Colombia	2001	3



Como estimularla creatividad en los individuos y en las organizaciones	Glen D. Hoffherr Robert P. Reid, Jr.				
El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas.	Edward De Bono	PAIDOS	España	2000	3
Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la Creación de Empresas	Rodrigo Varela	Pearson Educación	Colombia	2008	3
Desarrollar la Gestión de la Creatividad y de la Innovación	Harvard Business Esentials	Deusto	Bilbao, España	2007	*

\*En proceso de adquisición