



Facultad de Ciencias de la Administración
Programa Académico de Administración de Empresas
Contenido Programático
Resolución 152 de Diciembre de 2002

Código de la Asignatura: 801130M
Nombre de la Asignatura: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL
Créditos: Tres (3)
Prerrequisito: Teorías de la organización y gestión I (Aprobada)
Validable: Sí
Habilitable: Sí
OBJETIVO GENERAL Al finalizar el curso el estudiante habrá adquirido conocimientos y tendrá manejo de estrategias y herramientas que le permitirán aprovechar más efectivamente su potencial creativo en el campo personal, profesional y empresarial; además dispondrá de competencias básicas que le permitirán participar activamente en la planeación y gestión de la innovación tecnológica de cualquier organización.
MÉTODO PEDAGÓGICO Este curso se ofrece en la modalidad de seminario de discusión haciendo énfasis en la asimilación de los conceptos y sus implicaciones para la sociedad, la organización y las personas. Cada sesión consta de tres partes: En la primera parte, a partir de las lecturas obligatorias, se hará la discusión de los temas propuestos. Cada participante debe realizar las lecturas intentando formarse su propio punto de vista y tratando de responder al interrogante: ¿De qué hablan los textos? Las preguntas que aparecen al final de cada capítulo del libro del profesor AKTOUF son una ayuda importante para preparar los temas. Cada participante debe entregar al inicio de la sesión un informe de lectura de tres (3) páginas en las que elabora una reflexión sobre la presencia de los temas tratados en 1 Luego se realizarán una o dos presentaciones breves (máximo 15 minutos cada una) de las lecturas recomendadas. El expositor debe resaltar los principales aportes de los autores más representativos de cada escuela o perspectiva teórica y el aporte original del autor del artículo o capítulo respectivo. El estudiante que presente una lectura, debe entregar a cada uno de los participantes una guía pedagógica de su presentación (resumen, fotocopia de los acetatos, etc.). Esta presentación será evaluada por el grupo y constituye evaluación. <i>En la parte final de cada sesión se tiene previsto hacer la síntesis de la discusión, siguiendo el hilo conductor del curso e identificando los principales aportes de las diferentes perspectivas estudiadas al desarrollo del pensamiento administrativo y de la teoría de la organización. En algunas sesiones se realizaran talleres y casos relacionados con las temáticas tratadas.</i>

EVALUACIÓN

- Elaboración de talleres, tareas e informes de clase: 30%
- Asistencia, participación y cumplimiento: 10%
- Calidad y creatividad en la investigación y exposición: 30%
- Propuesta de solución a un problema empresarial, o nuevo servicio de base tecnológica: 30%

CONTENIDO

MÓDULO 1: ENTORNO GLOBAL DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN.

Objetivos/logros:

Al finalizar el MÓDULO el estudiante estará en capacidad de describir los principales elementos que conforman el entorno competitivo que enfrentan los individuos y las organizaciones en la actualidad, tales como: el cambio tecnológico, la globalización de los mercados y algunas tendencias sociales.

Contenidos:

- El desarrollo y el cambio: definición, causas, consecuencias y manifestaciones a nivel social, político, económico, tecnológico, etc.
- La competitividad, competencia interna y globalización: algunas teorías, principales elementos implicados, razones de estudio, etc.
- La sociedad del conocimiento: definición e implicaciones.

Metodología y estrategia pedagógica:

Se utilizarán como estrategias pedagógicas la clase, el taller de discusión y la interpretación de casos, eventos y situaciones.

Actividades, ejercicios y tareas claves:

El estudiante deberá realizar lecturas asignadas por el docente y otras libres sobre el tema del módulo, ellas le deben servir de base para realizar exposiciones y participar en discusiones grupales

Medios, recursos y tiempo:

Se utilizará el aula de clase, se discutirán algunos documentos escritos.

El tiempo a emplear en el módulo es de 12 horas, discriminadas en 6 de tp y 6 de ti.

Sesiones: 1 y 2.

Bibliografía básica:

Turriago Hoyos, Álvaro. Gerencia de la innovación tecnológica. Alfaomega Editores. 2002.

Evaluación:

Se evaluará la evolución de la capacidad analítica y crítica de los estudiantes respecto al tema.

MÓDULO 2: ACERCAMIENTO A LA FISIOLÓGÍA DE LA CREATIVIDAD.

Objetivos/logros:

Al finalizar el módulo el estudiante estará en capacidad de:

- Describir generalidades del funcionamiento del cerebro, y de su potencial para el desarrollo de actividades creativas.
- Describir el proceso de formación del pensamiento, identificar los diferentes tipos de pensamiento y las utilidades de cada uno.
- Utilizar estrategias para lograr un mejor desempeño del cerebro y generación de pensamientos una más fluida.

Contenidos:

1. Generalidades acerca de la estructura y el funcionamiento del cerebro.
2. Gimnasia cerebral: estrategias de estimulación del funcionamiento del cerebro.
3. El pensamiento: Definiciones, tipos de pensamiento, utilidades, la lógica, la imaginación, pensamiento convergente y divergente.
4. La percepción: definiciones, los filtros perceptuales, aplicación en la vida cotidiana y organizacional.

Actividades, ejercicios y tareas claves:

Los estudiantes realizarán en clase y de manera independiente, ejercicios de: gimnasia cerebral, afinamiento de la percepción y de pensamiento lateral o divergente.

Metodología y estrategia pedagógica:

Para el desarrollo de este módulo se utilizarán: clases, talleres vivenciales, y el estudio independiente.

Medios, recursos y tiempo:

Como recursos se utilizarán el salón de clase y el tablero, el televisor y el vhs, como medios: videos relacionados con el tema, acetatos, etc.

El tiempo programado para el módulo es de 18 horas, discriminado así: tp: 6h, td: 9h, ti: 3h.

Sesiones: 3 y 4.

Bibliografía básica:

PRADA, Raymond. Creatividad e innovación empresarial. Tecnopress Ediciones. 2.003.
GUANEME, Ines. Gimnasia cerebral. International Alliance for Learning. 1.998.
PARRA DUQUE, Diego. Creativamente. Editorial Norma. 2.003.

Evaluación y calificación:

Será evaluado el avance de los estudiantes respecto a su coordinación de actividades cerebrales y motrices, y su flexibilidad de pensamiento.

Serán calificados los talleres y otros ejercicios que se realicen dentro y/o fuera de clase.

MÓDULO 3: TEORÍA GENERAL DE LA CREATIVIDAD.

Objetivos/logros:

Al finalizar el módulo el estudiante estará en capacidad de:

1. Describir el concepto de creatividad, así como su utilidad e importancia para el desarrollo individual y de la sociedad en su conjunto.
2. Identificar y enfrentar las barreras que afectan su creatividad.
3. Utilizar herramientas prácticas para el desarrollo de la creatividad individual y grupal.

Contenidos:

1. Elementos básicos de la creatividad: definición, barreras al desarrollo de la creatividad.
2. Historia del estudio de la creatividad, personajes sobresalientes por su creatividad.
3. Inteligencia y creatividad.
4. Creatividad y vida cotidiana, creatividad y responsabilidad social.
5. Creatividad y educación.
6. Herramientas para el desarrollo de la creatividad: mapas mentales, TRIZ, análisis morfológico, etc.
7. Estrategias y ejercicios para el desarrollo individual y grupal de la creatividad.

Metodología y estrategia pedagógica:

Para el desarrollo de este módulo se utilizarán: clases, talleres vivenciales y el estudio independiente.

Actividades, ejercicios y tareas claves:

Se realizarán talleres para medir y estimular la creatividad individual, se realizarán actividades lúdicas (uso de juegos como el armo-todo), en grupos de trabajo se realizarán investigaciones y se expondrán temas relacionados con el MÓDULO.

Medios, recursos y tiempo:

Se utilizarán el salón de clase, el tablero, el televisor y el vhs, se observarán películas de video, y se recurrirá a juegos que estimulen la creatividad.

El tiempo dispuesto para este módulo es de 27 horas, distribuidas así: 9h tp, 9h td, 9h ti.

Sesiones: 5,6 y 7**Bibliografía básica:**

PRADA, Raymond. Creatividad e innovación empresarial. Tecnpress Ediciones. 2.003.
PARRA DUQUE, Diego. Creativamente. Editorial Norma. 2.003.

Evaluación y calificación:

Será evaluada la capacidad de los estudiantes para utilizar las herramientas de creatividad vistas en el curso, serán calificados los talleres prácticos que se desarrollen y las investigaciones - exposiciones que se realicen.

MÓDULO 4: CREATIVIDAD, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL.

Objetivos/logros:

Al finalizar el MÓDULO el estudiante estará en capacidad de:

- Describir la importancia y el rol de la creatividad en la innovación empresarial.
- Describir la importancia de la investigación y la tecnología para el mejoramiento competitivo de las empresas, la región y el país.
- Utilizar herramientas concretas, útiles para el diseño de nuevos productos y/o servicios.
- Plantear estrategias para gestar y liderar procesos de creatividad y cambio tecnológico en el seno de las empresas, en búsqueda de la innovación y el mejoramiento en su competitividad.

Contenidos:

- Barreras organizacionales al desarrollo de la creatividad individual y grupal al interior de las organizaciones.
- Innovación empresarial: concepto, tipos de innovación (radical, incremental, en el producto, en el proceso, etc.).
- Aplicaciones de la creatividad a las diferentes áreas de actividad de las empresas (mercadeo, producción, servicios generales, recursos humanos, etc.).
- La tecnología: definición, tipos de tecnologías, tecnología y empresas.
- La investigación en el ámbito educativo y empresarial.
- Estrategias para el desarrollo y comercialización de nuevos productos y/o servicios.
- La protección de la propiedad industrial e intelectual: definiciones, reglamentaciones, problemática.
- Gestión del proceso de innovación al interior de las empresas: estímulo, mantenimiento, control de resultados.

Metodología y estrategia pedagógica:

Para el desarrollo de este módulo se utilizarán: clases, grupos de estudio, talleres vivenciales y el estudio independiente.

Actividades, ejercicios y tareas claves:

En este módulo se privilegiará el trabajo de los estudiantes en equipos: deberán realizar investigaciones - exposiciones de temas asignados por el profesor, invitarán a la clase a empresarios y/o funcionarios de empresas que puedan compartir experiencias del manejo de la creatividad, la tecnología y la innovación al interior de sus organizaciones; y deberán proponer la solución creativa de un problema empresarial.

Medios, recursos y tiempo:

Se utilizarán como recursos el aula de clase, el televisor, el vhs y la grabadora; como medios videos, el internet, etc.

El tiempo que se utilizará para desarrollar este módulo es de 87 horas, discriminadas así: 27h tp, 20h td, 40h ti.

Sesiones: de la 8 a la 16.

Bibliografía básica:

PRADA, Raymond. Creatividad e innovación empresarial. Tecnpress Ediciones. 2.003.

PARRA DUQUE, Diego. Creativamente. Editorial Norma. 2.003.

TURRIAGO HOYOS, Álvaro. Gerencia de la innovación tecnológica. Alfaomega Editores. 2002.

Evaluación y calificación:

Serán calificadas: la calidad y creatividad de las investigaciones y exposiciones, la creatividad de las propuestas presentadas para solucionar los problemas tratados.

3. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:**Evaluación y calificación general del curso:**

Ya que los diferentes aspectos a evaluar han sido presentados en cada módulo, a continuación se describen los porcentajes asignados a cada ítem calificado con respecto al 100% de la nota del curso:

- Elaboración de talleres, tareas e informes de clase: 30%
- Asistencia, participación y cumplimiento: 10%
- Calidad y creatividad en la investigación y exposición: 30%
- Propuesta de solución a un problema empresarial, o nuevo servicio de base tecnológica: 30%

Carácter presencial del curso:

El curso es de tipo presencial, por lo anterior con 3 faltas acumuladas se pierde.

Cronograma detallado de trabajo en las sesiones presenciales:

La siguiente es un guía general de las actividades presenciales que se desarrollarán en el curso, sin embargo estas podrían tener algún tipo de variación según acuerdo entre los estudiantes y el profesor:

Sesión 1: Presentación del curso, conformación de grupos de trabajo, asignación de temas de investigación, inicio del desarrollo del módulo 1 del curso.

Sesión 2: Entorno global de competitividad e innovación.

Sesión 3: Teoría general del cerebro (módulo 2).

Sesión 4: Teoría general del pensamiento (módulo 2).

Sesión 5: Teoría general de la creatividad: Conceptos generales, historia de su estudio.

Sesión 6: Teoría general de la creatividad: Barreras a la creatividad, creatividad y vida cotidiana, creatividad y responsabilidad. Inicio de las exposiciones.

Sesión 7: Teoría general de la creatividad: Estrategias para el desarrollo de la creatividad. Realización de exposiciones.

Sesión 8 a 15: Desarrollo del módulo de creatividad e innovación empresarial, realización de exposiciones, visita de empresarios, instrucciones para el desarrollo de la propuesta de solución a un problema empresarial y/o al diseño de un nuevo producto o servicio.

Sesión 16: Presentación de la propuesta de solución a un problema empresarial al curso.