

| CREATIVIDAD Y EMPRESA | |
|------------------------------|--|
| CARRERA | PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS |
| PRE REQUISITOS | Ingreso |
| SEMESTRE | Primero |
| HORAS TOTALES | 72 |
| HORAS SEMANALES | 04 |
| OBJETIVO GENERAL | Conceptualizar y aplicar la creatividad en el ámbito profesional |

| UNIDAD N° | TITULO UNIDAD | HORAS |
|------------------|--|--------------|
| 1 | ORIGEN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CREATIVIDAD | 26 |
| 2 | INTELIGENCIA CREATIVA APLICADA | 30 |
| 3 | TALLER CREATIVO | 16 |

| | |
|--|---|
| UNIDAD Nº | 1 |
| TITULO UNIDAD | ORIGEN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CREATIVIDAD |
| HORAS TOTALES UNIDAD | 26 |
| OBJETIVO GENERAL | Diferenciar las bases de la creatividad y su importancia. |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS | CONTENIDOS |
| <p>Identificar el origen de la creatividad.</p> <p>Sistematizar las fases del pensamiento creativo.</p> <p>Potenciar recursos personales para desarrollar las fases del pensamiento creativo.</p> | <p>1. La Creatividad</p> <p>1.1 Concepto de creatividad.</p> <p>1.2 ¿Qué significa ser creativo?</p> <p>1.3 Bases psicológicas.</p> <p>1.4 Paradigmas.</p> <p>1.5 Pensamiento lineal y lateral.</p> <p>1.6 Barreras mentales.</p> <p>1.7 Canales sensoriales.</p> <p>2. Proceso Creativo.</p> <p>2.1 Pensamiento creativo</p> <p>2.2 Técnicas de generación de ideas</p> <p>2.3 Creatividad en la empresa</p> |

| | |
|--|---|
| UNIDAD Nº | 2 |
| TITULO UNIDAD | INTELIGENCIA CREATIVA APLICADA. |
| HORAS TOTALES UNIDAD | 30 |
| OBJETIVO GENERAL | Aplicar la creatividad como recurso estratégico. |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS | CONTENIDOS |
| Desarrollar el pensamiento creativo. Aplicar métodos para desarrollar la creatividad en la resolución de casos. Desarrollar e implementar la creatividad en su amplio campo de acción | 1. Acciones Creativas 1.1 Táctica y estrategia 1.2 Métodos Creativos 1.3 Estilos Creativos 1.4 Creatividad con pocos recursos 1.5 Estrategias Creativas. 1.6 Creatividad aplicada a la resolución de problemas. 1.7 Inteligencia Emocional 1.8 Creatividad como recurso estratégico en el éxito de las organizaciones. |

| | |
|---|---|
| UNIDAD N° | 3 |
| TITULO UNIDAD | TALLER CREATIVO |
| HORAS TOTALES UNIDAD | 16 |
| OBJETIVO GENERAL | Plantear y aplicar soluciones creativas en distintos ámbitos de acción. |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS | CONTENIDOS |
| Potenciar la creatividad personal. Integrar la conceptualización, estrategia y acción, en ámbitos específicos. | 1. Aplicaciones creativas 1.1. Creatividad como recurso personal. 1.2. Creatividad interpersonal. 1.3. Creatividad en literatura, arte y ciencia. 1.4. Creatividad Intercultural. 1.5. Creatividad en los negocios. 1.6. Soluciones Creativas en el proceso de la negociación . 1.7. Creatividad en la empresa. 1.8. Soluciones creativas en ámbitos de conflicto. |

SUGERENCIAS METODOLOGICAS

Para el adecuado desarrollo de los contenidos y objetivos de esta asignatura es necesario que los estudiantes realicen actividades que permitan armonizar los contenidos teóricos con situaciones reales del mundo laboral. Para estos efectos se sugiere:

- Clases expositivas, apoyadas por medios audiovisuales, para sistematizar el tratamiento de los contenidos teóricos de la asignatura.
- Talleres de aplicación.
- Investigación en terreno.
- Lectura y análisis de textos.

SUGERENCIAS DE EVALUACION

Durante el semestre se aplicarán, a lo menos, tres evaluaciones parciales para medir el logro de los objetivos de cada unidad temática. Al término de cada semestre se aplicará una prueba con carácter global para medir el grado de logro del objetivo de la asignatura.

Las evaluaciones parciales se ponderarán en un 60% de la nota final; la prueba global tendrá una ponderación del 40%.

El rendimiento mínimo en cada evaluación no podrá ser inferior al 60%

Para la adecuada medición del logro de los objetivos, se sugiere aplicar instrumentos tales como:

- Pruebas escritas de aplicación y análisis de conceptos.
- Trabajos de aplicación con exposición oral
- Evaluación acumulativa de talleres
- Presentación y defensa de casos

BIBLIOGRAFIA

OBLIGATORIA

| | |
|------------------|----------------------|
| AUTOR | Daniel Goleman |
| TITULO | El espíritu creativo |
| EDITORIAL | Vergara |
| AÑO | 2000 |

| | |
|------------------|---------------------|
| AUTOR | Ponti, Franc |
| TITULO | La empresa creativa |
| EDITORIAL | Granica |
| AÑO | 2001 |

COMPLEMENTARIA

| | |
|------------------|-----------------------------|
| AUTOR | Alan G. Robinson y Sam Stem |
| TITULO | Creatividad empresarial |
| EDITORIAL | Pearson Educación |
| AÑO | 2000 |