

CREATIVIDAD Y EMPRESA	
CARRERA	VENTAS Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
PRE REQUISITOS	Nivel 100
SEMESTRE	Tercero
HORAS TOTALES	72
HORAS SEMANALES	04
OBJETIVO GENERAL	Conceptualizar y aplicar la creatividad en el ámbito profesional

UNIDAD Nº	TITULO UNIDAD	HORAS
1	INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD: ORIGEN Y CONCEPTO	26
2	INTELIGENCIA CREATIVA APLICADA	30
3	TALLER CREATIVO	16

UNIDAD N°	1
TITULO UNIDAD	INTRODUCCIÓN A LA CREATIVIDAD: ORIGEN Y CONCEPTO.
HORAS TOTALES UNIDAD	26
OBJETIVO GENERAL	Diferenciar las bases de la creatividad y su importancia.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
1. Identificar el origen de la creatividad. 2. Sistematizar las fases del pensamiento creativo. 3. Potenciar recursos personales para desarrollar las fases del pensamiento creativo.	I. Concepto de creatividad. II. Bases psicológicas. III. Paradigmas. IV. Pensamiento lineal y lateral. V. Barreras mentales. VI. Canales sensoriales. VII. Proceso de conceptualización. VIII. Técnicas para desarrollar el pensamiento creativo. IX. Recapitulación de contenidos.

UNIDAD N°	2
TITULO UNIDAD	INTELIGENCIA CREATIVA APLICADA.
HORAS TOTALES UNIDAD	30
OBJETIVO GENERAL	Aplicar la creatividad como recurso estratégico.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
1. Desarrollar el pensamiento creativo.	I. Conceptos de Táctica y Estrategia.
2. Aplicar métodos para desarrollar la creatividad en la resolución de casos.	II. Métodos Creativos.
3. Desarrollar e implementar la creatividad en su amplio campo de acción	III. Estilos Creativos.
	IV. Creatividad con pocos recursos.
	V. Estrategias Creativas.
	VI. Creatividad aplicada a la resolución de problemas.
	VII. Inteligencia Emocional
	VIII. Creatividad como recurso estratégico en el éxito de las organizaciones.
	IX. Recapitulación de contenidos.

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
1. Potenciar la creatividad personal. 2. Integrar la conceptualización, estrategia y acción, en ámbitos específicos.	I. Creatividad como recurso personal. II. Creatividad interpersonal. III. Creatividad en literatura, arte y ciencia. IV. Creatividad Intercultural. V. Creatividad en los negocios. VI. Soluciones Creativas en el proceso de la negociación . VII. Creatividad en la empresa. VIII. 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:

- Talleres de aplicación.
- Investigación en terreno.
- Lectura de textos.
- Análisis de Casos.
- Juego de Roles

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
- Controles de lectura

BIBLIOGRAFIA

OBLIGATORIA

AUTOR	Goleman, Daniel
TITULO	El espíritu creativo
EDITORIAL	Vergara
AÑO	2000

AUTOR	Alan G. Robinson y Sam Stern
TITULO	Creatividad Empresarial
EDITORIAL	Pearson Educación
AÑO	2000

COMPLEMENTARIA

AUTOR	Demory, Bernard.
TITULO	Técnicas de Creatividad Colección: Management Granica
EDITORIAL	Granica
AÑO	1997