

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS INFORMATIVOS

DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECON. ADMIN. Y COMERC		ÁREA DE CONOCIMIENTO: MERCADOTECNIA	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: CREATIVIDAD		PERIODO ACADÉMICO: PREGRADO S-I MRZ19 - JUL19	
CÓDIGO: MKU02		No. CREDITOS:	NIVEL: PREGRADO
FECHA ELABORACIÓN: 03/05/2018	EJE DE FORMACIÓN	HORAS / SEMANA	
	BÁSICA	TEÓRICAS:	PRÁCTICAS/LABORATORIO
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA: La materia de Creatividad busca generar en los estudiantes competencias para desarrollar ideas novedosas que produzcan resultados y resuelvan problemas o situaciones en la diversidad, dándoles un enfoque interdisciplinario sustentando su pensamiento en las neurociencias, en donde las dimensiones emisor – medio – receptor – codificación, se convierten en el subsistema que despierta en el individuo la necesidad de transformar las ideas derivadas de la relación cerebro – mente - cultura en aspectos operativos de la mercadotecnia.			
CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL: La relación creatividad – marketing hace que se identifique interacciones entre creencias, entorno, inteligencias múltiples, trabajo en equipo, pensamiento, liderazgo, pasión..., como mecanismos que sustenten un sistema creativo en la operacionalización de las estrategias de marketing, despertando a través de los sistemas de comunicación empleados por las empresas el interés en la construcción de lo creativo.			
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA (UNIDAD DE COMPETENCIA): Diseño y desarrollo creativo de estrategias para los productos y servicios con valor agregado tomando como base las características, gustos y necesidades de los clientes y consumidores potenciales.			
OBJETIVO DE LA ASIGNATURA: Desarrollar competencias y habilidades estratégicas encaminadas a despertar el potencial creativo del ser humano, a través de la generación de iniciativas empresariales innovadoras, aplicando el emprendimiento innovación, creatividad, mentalidad emprendedora y técnicas interdisciplinarias.			
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA: (ELEMENTO DE COMPETENCIA): Este problema, busca generar en los estudiantes competencias para desarrollar ideas novedosas que produzcan resultados y resuelvan problemas o situaciones conflictivas, dándoles un nuevo enfoque, a partir de una actitud interrogante, de observación y reflexión, de planteamiento e indagación como aspectos fundamentales de creatividad e innovación. Promoviendo en ellos el pensamiento divergente como estrategia para ser conjugada con el pensamiento hipotético deductivo, el reconocimiento de la importancia de la confianza, personal y colectiva, así como la capacidad para trabajar en equipo al momento de ser recursivos, innovadores o creativos.			

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UNIDADES DE CONTENIDOS	
Unidad 1	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 1
Teorías de la creatividad	Definir las bases conceptuales de creatividad, innovación y conocer los usos del pensamiento creativo.
Umbral de inteligencia	
Principios	
Teoría evolutiva de la creatividad	
Teoría del pensamiento divergente	
Teoría de las inteligencias múltiples	
Teoría asociativa	
Unidad 2	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 2
Modelos de creatividad	Identificar las dimensiones planteadas por autores del tema

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

Modelo evolutivo

Relaciones y variables

Modelo componencial

Modelo sistémico

Modelo biopsicosocial

Modelos clásicos

Unidad 3	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 3
Procesos creativos	Diseño de conceptos creativos
Idea de negocios Casuística	
Idea de productos - servicios Conceptos	
Ideas de comunicación Imágenes y redacción	

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA

4. TÉCNICAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN

- En este espacio se expresarán las técnicas utilizadas en la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje o evaluación formativa y sumativa.
- Las técnicas que se recomienda usar son: Resolución de ejercicios, Investigación Bibliográfica, Lecciones oral/escrita, Pruebas orales/escrita, Laboratorios, Talleres, Solución de problemas, Prácticas, Exposición, Trabajo colaborativo, Examen parcial, Otras formas de evaluación.
- Recordar que mientras más técnicas utilicen, la evaluación será más objetiva y el desempeño del estudiante se reflejará en su rendimiento (4 o 5 técnicas).
- Para evaluar se deberá aplicar la rúbrica en cada una de las técnicas de evaluación empleadas. Se debe expresar en puntaje de la nota final sobre 20 puntos. No debe existir una diferencia mayor a dos puntos entre cada técnica de evaluación empleada.
- En la modalidad presencial existen tres parciales en la modalidad a distancia existen dos parciales, toda la planificación de periodo académico se la realiza en función del número de parciales de cada modalidad.
- La ponderación a utilizarse en la evaluación del aprendizaje del estudiante será la misma en las tres parciales.
- Para la aprobación de una asignatura se debe tener una nota final promedio de 14/20, en los tres o dos

5. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

Título	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
# NEUROMANAGEMENT. 1A. ED.	Herreros, Carlos	-	2012	-	LID Editorial
Ayudas educativas : creatividad y aprendizaje	Borda Ávila, Elizabeth	-			Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio
Ayudas creativas : Creatividad y aprendizaje	Borda Ávila, Elizabeth	-	-	Español	México, D.F. : Magisterio

PROGRAMA ANALÍTICO

Titulo	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
Cambio, creatividad e innovación: desafíos y respuestas	Ordóñez, Rubén	1	2013	spa	Granica
Creatividad	Harrison, Steve	-	2010	spa	Madrid : Pearson Educación, 2010
Creatividad	Harrison, Steve	-	2010	Español	Madrid : Pearson Educación
Creatividad & marketing, El libro que contiene la regla Heurística	Duailibi, Roberto	-	1992	spa	Colombia : McGraw-Hill, Interamericana, S.A.
Creatividad / Steve Harrison	Harrison, Steve		2010	spa	Pearson Educación
Creatividad aplicada : cómo estimular y desarrollar la creatividad a nivel personal, grupal y empresarial	Schnarch Kirberg, Alejandro	-	2012	spa	Ecoe Ediciones
CREATIVIDAD APLICADA. 2A. ED.	Schnarch, Alejandro	-	2012	-	Ecoe ediciones
Creatividad e innovación empresarial	Prada, Raymond	-	2002	spa	TecnoPress
Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial	Murcia Cabra, Héctor Horacio	2	2015	spa	Ediciones de la U
Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial	Murcia Cabra, Héctor Horacio.	-	2010	español	Bogotá : Ediciones de la U
CREATIVIDAD E INNOVACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL. 1A. ED.	Murcia Cabra, HEctor Horacio	-	2011	-	Ediciones de la U
Creatividad empresarial para la educación agropecuaria	Murcia Cabra, Héctor H.	-	2003	español	Bogotá : Universidad de la Salle
Creatividad en el servicio : una estrategia competitiva para Latinoamérica	Rodríguez Estrada, Mauro	-	1996	spa	M c G r a w Hill/Interamericana Editores
Creatividad, estímulos para su desarrollo una nueva fórmula para mejorar la competitividad	Torres Soler, Luis Carlos	-	2012	spa	Ediciones de la U,
CREATIVIDAD, ESTIMULOS PARA SU DESARROLLO. 1A. ED.	Torres Soler, Luis Carlos	-	2012	-	Ediciones de la U
Creatividad estrategias y técnicas	Espíndola Castro, José Luis	-	1996	spa	México : Pearson Educación
Creatividad publicitaria : técnicas para aprender a crear anuncios publicitarios	Beltrán y Cruces, Raúl E	-	2010	Español	México, D. F. : Trillas
Cuando se enciende la chispa: cómo iniciar la creatividad de grupo	Leonard, Dorothy	-	2001	spa	México : Oxford University Press
Desarrollo de nuevos productos: creatividad, innovación y marketing	Schnarch Kirberg, Alejandro	6	2014	spa	McGraw-Hill
Desarrollo de nuevos productos y empresas : creatividad, innovación y marketing, Cómo generar, desarrollar e introducir con éxito nuevos productos, servicios o empresas	Schnarch Kirberg, Alejandro	5	2009	spa	M c G r a w - H i l l Interamericana
Desarrollo de nuevos productos y empresas : creatividad, innovación y marketing, Cómo generar, desarrollar e introducir con éxito nuevos productos, servicios o empresas	Schnarch Kirberg, Alejandro	-	2009	Español	Bogotá : McGraw-Hill Interamericana
Expresión corporal y creatividad	Sefchovich, Galia	-	2004	spa	México : Trillas
Expresión corporal y creatividad	Sefchovich, Galia	-	1996	Español	México, D.F. : Trillas
Juego musical y aprendizaje estimula el desarrollo y la creatividad	Zorrillo Pallavicino, Alex	-	1999	spa	Bogotá : Cooperativa Editorial Magisterio
IDEAS VIP; CASOS EXTRAORDINARIOS DE CREATIVIDAD	CASTAÑOS, GERMAN *	-	2008	ESPAÑOL	V & R
Herramientas para la creatividad: cómo estimular la creatividad en los individuos y en las organizaciones	Harrington, H James		2000	spa	Bogotá :
Herramientas para la creatividad : cómo estimular la creatividad en los individuos y en las organizaciones	Harrington, H. James	-	2000	spa	McGraw Hill
La creatividad y la administración del cambio	Rickards, Tudor	-	2001	spa	Oxford University Press

PROGRAMA ANALÍTICO

6. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

JORGE ANIBAL OJEDA ESCOBAR
COORDINADOR DE AREA DE CONOCIMIENTO

DIRECTOR DE CARRERA

EFREN ALBERTO CISNEROS JACOME
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO