



UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

FACULTAD DE INGENIERIAS

PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERIA COMERCIAL

PLAN DE ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:	ESTIMULACIÓN CREATIVA	
CODIGO DE LA ASIGNATURA:	30044	
CICLO DE FORMACIÓN:	BÁSICO	
	PROFESIONAL	X
COMPONENTE DE FORMACIÓN	BÁSICO	
	HUMANÍSTICO	X
	PROFESIONAL	
	ELECTIVO	
	OPTATIVO	
UBICACIÓN ASIGNATURA: (Semestre/ año)	CUARTO – QUINTO Y SEXTO (4- 5-6)	
NIVEL DE FORMACIÓN:	POSGRADO	
	PREGRADO	X
	TECNOLÓGICO	
	TÉCNICO	
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL:	No. HORAS	
	PRESENCIALES	2
	INDEPENDIENTES	4
	TOTAL HORAS	6
CREDITOS ACADÉMICOS:	2	
PRERREQUISITOS:		
CORREQUISITOS:		
MODALIDAD:	PRESENCIAL	X
	A DISTANCIA	
	TUTORIADA	
	VIRTUAL	
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	OBLIGATORIA	X
	ELECTIVA	
TIPO ASIGNATURA:	TEORICA	X
	PRÁCTICA	
	TEÓRICO-PRÁCTICA	



UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

JUSTIFICACIÓN
Teniendo en cuenta que la innovación es hoy la base de la competencia internacional para lo cual se requiere talento humano con capacidad para innovar y crear diferenciación para la empresa y valor para el consumidor. Es por ello que el gran reto de la academia es formar profesionales con talento gerencial con fortalezas no sólo en dominio de otros idiomas, culturas, sino con capacidad de innovar en espacios diferentes a su hábitat normal.
OBJETIVO GENERAL
Desarrollar la capacidad de inventiva e innovación de los estudiantes a fin de proponer soluciones a situaciones comerciales de los enfoques del marketing, la logística y la negociación tanto en la vida profesional como el entorno social donde se encuentre.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none">• Comprender al individuo desde su nivel motivacional• Desarrollar competencias para la innovación y creatividad empresarial• Conocer las herramientas de la innovación y la creatividad empresarial
PRINCIPIOS DE FORMACION Y METAS DE APRENDIZAJE EN TÉRMINOS DE COMPETENCIAS
A. COMPETENCIA DE APRENDIZAJE Y DOMINIOS GENERALES: Al finalizar el curso los estudiantes estarán en capacidad de: Despertar y promover el interés en los estudiantes por la creatividad y la innovación desarrollando su potencial de pensar mejor no sólo para su vida personal sino para su actividad empresarial.
B. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
- COMPETENCIA INTERPRETATIVA: Lograr que cada uno interiorice sobre su capacidad de crear, inventar e innovar, que le permitan mejorar el desempeño como profesionales egresados de la Universidad Libre Seccional Pereira. Identificar los conocimientos básicos y competencias empresariales que tienen los empresarios y emprendedores , que permitan el desarrollo de su creatividad, invención e innovación al alcance de los objetivos organizacionales propuestos donde se desempeñen como Ingenieros. Participar en la formulación de ideas de negocio, caminos en la búsqueda de nuevas de ideas de negocio, técnicas para generar nuevas ideas de negocio, mapa de atributos para evaluar las actitudes de los clientes, para la consecución de los objetivos y metas propuestas.
- COMPETENCIA ARGUMENTATIVA: Establecer relaciones entre lo que implican las habilidades del ser humano, el ambiente que lo rodea y su aplicación con ideas, inventos e innovaciones en las empresas y la actividad económica realizada por las organizaciones, para una adecuada toma de decisiones en las diferentes áreas propias del quehacer del profesional Ingeniero egresado de la Universidad Libre. Analizar el entorno empresarial básico de una empresa, que le permita a los profesionales en Ingenierías desempeñarse efectivamente en empresas públicas y privadas con o sin ánimo de lucro generando nuevos procesos con valor agregado y aplicabilidad en el mercado Determinar mediante el análisis de los diferentes instrumentos, el desempeño creativo, inventivo e innovador de una empresa que le permiten al Ingeniero realizar efectivamente su



UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

trabajo como parte de una empresa nueva o en proceso.

- COMPETENCIA PROPOSITIVA:

Entender sus competencias, su capacidad de logro para aplicar dichas habilidades en forma directa en el ambiente laboral propio del Ingeniero, ya sea creando empresa o consolidando procesos en las ya existentes.

Interpretar los acontecimientos del entorno económico, político, social, cultural y ambiental de una empresa y lograr generar innovaciones medibles que reflejen la actividad económica y la situación financiera de la misma, para tomar decisiones acertadas propias del rol del Ingeniero.

Interpretar mediante el análisis de las diferentes variables la información obtenida de las encuestas e investigaciones para realizar la evaluación de las decisiones tomadas en el proceso que buscan el logro de los objetivos propuestos. (Creación de una empresa o innovar, crear o mejorar procesos en una empresa ya existente).

METODOLOGÍA GENERAL

Las estrategias y recursos didácticos son exposiciones por parte del docente en clase, en donde se desarrollarán trabajos que estimulen la creatividad y el emprendimiento de los estudiantes. De igual forma presentarán talleres e ideas que hacen parte de la construcción mental didáctica. También se evaluará lo aprendido en clase con evaluaciones de conocimiento y estudios de situaciones que deben resolver en clase.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y DIDACTICAS

Clase Magistral	x	Talleres de refuerzo	x	Lecturas previas	✖
Valoración y motivación de aptitudes e intereses	x	Trabajos en grupo	x	Exposiciones	✖
Presentación de contenidos mediante síntesis, cuadros, mapas conceptuales	x	Ejemplificación del contenido		Preguntas en clase	✖
Realización de ejercicios y problemas por parte del profesor	x	Evaluación grupal	x	Diagnóstico de conocimientos previos	✖
Verificación y síntesis de contenidos previos	x	Implementación de recursos didácticos	x	Seguimiento de actividad en la clase	✖

ESTRATEGIAS Y PORCENTAJES DE EVALUACIÓN

FORMAS DE EVALUACIÓN				PORCENTAJE DE EVALUACIÓN	
Evaluación escrita	x	Exposición	✖	Primer Parcial	30
Quicez		Laboratorio		Segundo Parcial	30
Talleres Individuales	x	Trabajo de campo	✖	Examen Final	40
Talleres Grupales	x	Participación en Clase	x		



UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

CONTENIDO PROGRAMÁTICO		
UNIDAD TEMÁTICA	TEMA O SUBTEMA	BIBLIOGRAFÍA
1. ETAPA MOTIVACIONAL	1.1 Presentación del Programa 1.2 La creatividad vivencia de la libertad, ética y creatividad en las organizaciones. 1.3 La percepción Visión general Percepciones y emociones ejercicios 1.4 Creatividad e innovación casos empresariales. 1.5 El cerebro aparato de la creatividad. 1.6 Pensamiento grafico 1.7 Pensamiento divergente, creativo y productivo.	COHEN WILLIAM A. En clase con DRUKER. Diecisiete Lecciones Magistrales. Grupo Norma. Marzo 2008. DE GREGORI W. Construcción Familiar – Escolar de los 3 cerebros. Los secretos del aprendizaje de la riqueza y de la felicidad. Editorial Kimpres Ltda. Diciembre 2002. PRADA RAYMOND .PH.D. Creatividad e Innovación Empresarial. TecnoPress ediciones .2003 VELANDIA MORA CRISANTO. Metodología Interdisciplinaria. Universidad Cooperativa de Colombia 2002
2. FUNDAMENTACIÓN EN EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA LA INNOVACION Y LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL	2.1. Sesgos y barreras de la creatividad/ Ideas y conceptos acerca de la innovación 2.2. Historia Empresarial innovadora en Colombia y en el mundo/Una empresa para la innovación 2.3. Cinemática – Marco metodológico 2.4. Matrices para crear Analogías 2.5. Técnicas creativas 2.6. Creatividad – invención e innovación. Conceptualización y análisis de diferencias entre la creatividad, invención e innovación	PRADA RAYMOND .PH.D. Creatividad e Innovación Empresarial. TecnoPress ediciones .2003 PARRA RAMIREZ RUBEN DARIO, MESA CANO JORGE HERNAN Y CORREAL FRANCO SARA. Las Buenas Prácticas de Innovación BPI. Marzo 2010.
3. HERRAMIENTAS PARA LA INNOVACION Y LA CREATIVIDAD EMPRESARIAL	3.1. Las cinco habilidades para ganar en el juego de la innovación 3.2. Creatividad e innovación con base tecnológica 3.3. Propiedad Intelectual 3.4. Modelos de Negocio -. Talleres de aplicación 3.5. Fuentes generales de ideas de negocio - Técnicas para generar nuevas ideas. 3.6. Búsqueda de ideas de negocio: rediseño. 3.7. El mapa de atributos como herramienta para evaluar las actitudes de los clientes. 3.8. La financiación de proyectos Empresariales innovadores en Colombia.	OPPENHEIMER ANDRES. Basta de Historias. La Obsesión latinoamericana con el pasado y las 12 claves del futuro. Primera Edición septiembre 2010. Impreso en Nomos Impresores. PARRA RAMIREZ RUBEN DARIO, MESA CANO JORGE HERNAN Y CORREAL FRANCO SARA. Las Buenas Prácticas de Innovación BPI. Marzo 2010.
4. SOCIALIZACIÓN DE LAS IDEAS	4.1. Socialización de las ideas de negocio ante el grupo, comité del consultorio empresarial e invitados especiales con la metodología de	Además de la propuesta. Todo tipo de publicaciones actualizadas de los temas propuestos (Internet, revistas,



UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL PEREIRA

	rueda de negocios 4.2. Entrega en el formato propuesto.	libros, periódicos, foros, conferencias, Teleconferencias entre otros).
--	--	---

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

DE GREGORI W. Construcción Familiar – Escolar de los 3 cerebros. Los secretos del aprendizaje de la riqueza y de la felicidad. Editorial Kimpres Ltda. Diciembre 2002.
PARRA RAMIREZ RUBEN DARIO, MESA CANO JORGE HERNAN Y CORREAL FRANCO SARA. Las Buenas Prácticas de Innovación BPI. Marzo 2010.
PRADA RAYMOND .PH.D. Creatividad e Innovación Empresarial. TecnoPress ediciones .2003
VARELA RODRIGO. Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson EDUCACIÓN DE Colombia Ltda.2001
KIYOSAKI ROBERTO T. Padre Rico Padre Pobre. Recomendada toda su colección
MENDEZ RAFAEL. Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores. Sexta Edición septiembre 2010. Impreso Nomos Impresores.
PONTI FRANC Y FERRAS XAVIER. Pasión por innovar. Un modelo novedoso que incentiva la creatividad empresarial. Grupo Editorial Norma – Enero 2011

WEB – BIOGRAFÍA:

<http://www.mincit.gov.co>

<http://www.dnp.gov.co>

Y todos los buscadores actualizados de acuerdo a sus necesidades