



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GUÍA DOCENTE de CREATIVIDAD E INNOVACIÓN APLICADAS

[2017-18]

DATOS GENERALES

Nombre del curso:	Creatividad e Innovación aplicadas
Código:	
Curso:	
Titulación:	Posgrado en MARKETING ESTRATÉGICO
Nº de créditos (ECTS):	3 Ects
Requisitos:	
Ubicación en el plan de estudios:	curso, 1º cuatrimestre
Fecha de la última revisión:	Octubre 2017
Profesor Responsable:	Ramon Gomà Ferrando

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

La asignatura desarrolla todos los elementos para aplicar la creatividad y la innovación en la empresa. Se parte del conocimiento de los fundamentos de la creatividad y las actitudes que la fomentan, la práctica de técnicas de creatividad y herramientas que la facilitan, hasta obtener una visión de la creatividad y la innovación como procesos empresariales, ligados a la estrategia. Se desarrolla en profundidad la metodología Design Thinking como proceso integral de innovación, partiendo del diseño centrado en el usuario, hasta llegar al producto innovador.

2 OBJETIVOS

- Saber integrar la visión y los objetivos corporativos a las estrategias y políticas de marketing de la empresa.
- Facilitar una visión creativa que permita un liderazgo eficaz, también desde una mentalidad innovadora al tiempo que alineada con la estrategia
- Alcanzar una actitud creativa que permita desarrollar entornos de trabajo y estrategias innovadoras
- Dominar herramientas y técnicas creativas para poder aplicarlas al trabajo cotidiano

- Capacidad para generar ideas y transformarlas en proyectos, para emprender acciones y mejorar los procesos y / o resultados.

3 CONTENIDOS

TEMA 1: FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Entender los mecanismos de la creatividad y comprender los elementos que la limitan, como base para superarlos
- Conocer los fundamentos del pensamiento lateral y su utilidad para la creatividad.

Contenido

- 1.1 Definiciones, principios y mitos
- 1.2 Funcionamiento del cerebro.
- 1.3 Pensamiento lateral. Provocaciones.

TEMA 2 HERRAMIENTAS ÚTILES PARA LA CREATIVIDAD

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Utilizar los mapas mentales para sus actividades profesionales
- Entender los distintos tipos de pensamiento y aplicarlos

Contenido

- 2.1 Mapas mentales
- 2.2 Seis sombreros

TEMA 3: TECNICAS DE CREATIVIDAD

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Aplicar las técnicas de creatividad para resolver sus retos profesionales

Contenido

- 3.1 Brainstorming y variantes
- 3.2 Scamper
- 3.3 Palabra al azar

3.4 Assumption reversals

3.5 Otras técnicas

TEMA 4: EL PROCESO CREATIVO

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Llevar a cabo un proceso creativo completo

Contenido

4.1 Fases del proceso creativo

4.2 Desarrollo de un proceso

TEMA 5: LA INNOVACIÓN COMO PROCESO EMPRESARIAL

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar los aspectos clave de la innovación en la empresa
- Entender su importancia y encaje

Contenido

5.1 La innovación como proceso empresarial.

5.2 Tipos de innovación. La empresa ambidiestra.

5.3 Etapas de un proceso de innovación

TEMA 6: DESIGN THINKING

Resultados del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Aplicar las herramientas de Design Thinking
- Llevar a cabo un proceso de innovación con Design Thinking

Contenido

6.1 La estrategia del Océano Azul.

6.2 Diseño centrado en el usuario.

6.3 Pilares del Design Thinking

6.4 Herramientas del Design Thinking

6.5 Criterios de diseño

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La metodología combinará

- Ejercicios individuales preparatorios para las sesiones
- Explicaciones teóricas para conocer los principios y herramientas
- Ejercicios y dinámicas individuales y grupales en aula.
- Experimentación y gamificación. Reflexión sobre las experiencias y extracción de aprendizajes
- Explicaciones teóricas para consolidar lo aprendido

5 EVALUACIÓN

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- Participación y aportaciones en los ejercicios en aula: 40%
- Actividad “Creatividad Cotidiana”: 30%
- Actividad “Técnicas de creatividad”: 30%

6 BIBLIOGRAFÍA

6.1 BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- El pensamiento creativo. Edward de Bono. Ed. Paidós
Para entender los fundamentos de la creatividad y del pensamiento lateral
- Seis sombreros para pensar. Edward de Bono. Ed. Paidós
Una herramienta extremadamente útil en multitud de situaciones
- La estrategia del Océano Azul. W. Chan Kim y Renée Mauborgne
Como diferenciarse de la competencia.

6.2 BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Thinkertoys. Michael Michalko. Ed. Gestión 2000
La gran recopilación clásica de técnicas de creatividad
- Gamestormig. Dave Gray, Sunny Brown, James Macanufo. Ed. Deusto
Dinámicas grupales innovadoras para incorformistas y generadores del cambio.
- Pensar a lo grande. Ernie J. Zelinski
Probablemente uno de los libros más divertidos sobre creatividad