



# Sílabo del curso Procesos Creativos

---

Marzo – Julio 2019

## VIII Ciclo

Yabed Contreras  
Julián Gallardo  
Walter Luna  
Domingo Natteri  
Miguel Palacios

## I. Datos generales del curso

<b>Nombre del curso:</b>	Procesos Creativos		
<b>Requisito:</b>	Pensamiento Crítico (Psicología del Consumidor)	<b>Código:</b>	05630
<b>Precedente:</b>	Ninguno	<b>Semestre:</b>	2019-I
<b>Créditos:</b>	3	<b>Ciclo:</b>	VII-X
<b>Horas semanales:</b>	3 horas	<b>Modalidad del curso:</b>	Presencial
<b>Tipo de curso y carreras</b>	<b>Curso electivo:</b> Administración y Finanzas Administración y Marketing Ingeniería en Gestión Ambiental Ingeniería Industrial y Comercial Psicología Organizacional	<b>Coordinadora del curso:</b>	<b>Nombre y Apellido:</b> Varinia Bustos <b>Correo institucional:</b> <a href="mailto:vbustos@esan.edu.pe">vbustos@esan.edu.pe</a>

## II. Sumilla

Este curso teórico – práctico, busca promover en los alumnos el proceso creativo.

El curso analiza temas como la persona creativa, la situación creativa y el producto creativo en las diferentes áreas de especialización profesional. Hará uso de técnicas del pensamiento lateral, tales como: el método de las “palabras aleatorias”, método socrático, lluvia de ideas, imaginación aplicada y otros.

## III. Objetivos del curso

El objetivo del curso es promover la adquisición y práctica del pensamiento creativo, a partir de partir del ejercicio de algunas competencias básicas tales como, la observación, denominación, identificación, comprensión, relación y explicación de datos, hechos, y premisas conceptuales de modelos de resolución de problemas de manera creativa. Los alumnos conocerán y valorarán la importancia de las herramientas usadas en el proceso creativo en su formación personal y profesional y el uso de diversas técnicas de generación de ideas en su proceso creativo

## IV. Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso el alumno:

- Valora y hace uso de las herramientas para el desarrollo creativo presentadas en el Fab Lab de la Universidad.
- Diferencia y aplica en la construcción de productos creativos las diferentes técnicas de generación de ideas creativas.
- Diseña de forma individual un producto creativo usando la metodología del pensamiento de diseño.
- Diseña de forma grupal un producto creativo usando la metodología del pensamiento de diseño.

## V. Metodología

La metodología promueve la participación activa del estudiante, su aprendizaje autónomo sin descuidar la búsqueda de una participación activa y colaborativa en equipos creativos.

El uso de métodos y técnicas son tanto deductivas como inductivas. Para ello se combina las exposiciones didácticas del docente quien presenta las aproximaciones teórico conceptual relacionado al tema de los procesos creativos y promueve la participación activa, innovadora y responsable del estudiante, guardando un contexto de aceptación de la diversidad, respeto por la individualidad, fomentando paralelamente el aprendizaje colaborativo, participativo.

Las lecturas de los capítulos de textos básicos y del material complementario seleccionado son obligatorias y deberán ser completadas por los alumnos en las fechas previstas.

A lo largo del ciclo, se ha previsto seis controles de lecturas, un trabajo parcial grupal cuya síntesis deberá ser expuesta oralmente por sus miembros y que constituye el Examen Parcial y ejercicios en clase con el objetivo de promover el autoconocimiento de su capacidad creativa, su potencial individual para los procesos creativos que se reflejara en un trabajo final individual y que constituirá su Examen Final.

## VI. Evaluación

El sistema de evaluación es permanente e integral. La nota de la asignatura se obtiene promediando la evaluación permanente (40%), el examen parcial (30%) y el examen final (30%).

La evaluación permanente (PEP) resulta del promedio ponderado de las evaluaciones que corresponden al seguimiento del proceso de aprendizaje del alumno:

- controles de lecturas
- avances de trabajos y presentaciones en el aula.

Las ponderaciones al interior de la evaluación permanente se describen en el cuadro siguiente:

<b>PROMEDIO DE EVALUACIÓN PERMANENTE (PEP) = 40%</b>		
<b>Tipo de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ponderación 100%</b>
Avance de trabajos	Seis entregables (3 antes del parcial y 3 antes del final)	60%
Controles de lectura	Cuatro controles de lectura	40%

El examen parcial será evaluado a través de una exposición del primer trabajo del curso (grupal) donde el profesor del curso y dos jurados invitados evaluarán el trabajo con la siguiente ponderación:

<b>EXAMEN PARCIAL (EP) 30%</b>		
<b>Tipo de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ponderación 100%</b>
Informe final del trabajo (Calificado por el profesor)	Presentación del trabajo en formato digital (Colgado en el Aula Virtual) Exposición al profesor	50%

Exposición del trabajo grupal (En base al informe ya entregado)	Evaluado por dos jurados invitados a la exposición	50%
--	--	-----

El examen final será evaluado a través de una exposición del segundo trabajo del curso (individual) donde el profesor del curso y dos jurados invitados evaluarán el trabajo con la siguiente ponderación:

<b>EXAMEN FINAL (EF) 30%</b>		
<b>Tipo de evaluación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ponderación 100%</b>
Informe final del trabajo (Calificado por el profesor)	Presentación del trabajo en formato digital (Colgado en el Aula Virtual) Exposición al profesor	50%
Exposición del trabajo Individual (En base al informe ya entregado)	Evaluado por 2 profesores invitados a la exposición	50%

El promedio final (PF) se obtiene del siguiente modo:

$$PF = (0,30 \times EP) + (0,40 \times PEP) + (0,30 \times EF)$$

Donde:

**PF** = Promedio final

**EP** = Examen parcial

**PEP** = Promedio de evaluación permanente

**EF** = Examen final

## VII. Contenido programado del curso

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES / EVALUACIÓN
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE I: FUNDAMENTOS DEL PENSAMIENTO DE DISEÑO</b>  <b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valora y hace uso de las herramientas para el desarrollo creativo presentadas en el Fab Lab de la Universidad.</li> <li>• Diferencia y aplica en la construcción de productos creativos las diferentes técnicas de generación de ideas creativas.</li> <li>• Diseña de forma grupal un producto creativo usando la metodología del pensamiento de diseño.</li> </ul>		
<b>1°</b> Del 21 al 27 de marzo	1.1 Introducción a la innovación 1.2 Modelo del <i>design thinking</i>	Exposición del profesor. Dinámica de presentación personal
<b>2°</b> Del 28 de Marzo al 03 de Abril	2.1 Fases de Empatizar – métodos y herramientas 2.2 Fase de definir – métodos y herramientas 2.3 Charla de introducción al FABLAB  <b>Lectura obligatoria</b> Hasso Plattner - Institute of Design at Stanford. Mini guía: una introducción al <i>design thinking</i> .	Formación de grupos para el trabajo grupal Determinación del tema del trabajo grupal Visita al FABLAB (tercera hora)  <b>Control de lectura 1</b> El alumno entregará un resumen, mapa, etc., a mano antes de cada control de lectura
<b>3°</b> Del 04 al 10 de Abril	3.1 Experiencia de fabricación de un objeto en el FABLAB	Taller “Experiencia de Fabricación”
<b>4°</b> Del 11 al 17 de Abril <b>(Feriado 18,19 y 20 de Abril)</b>	4.1 Fase de ideación en el <i>design thinking</i> : técnicas de generación de ideas 4.2 Técnica de análisis morfológico 4.3 Técnica de relaciones forzadas 4.4 Técnica de la sinéctica	Entrega de avance de trabajo grupal: mapa de empatía y definición del problema.  Uso del FABLAB (a discreción previa cita)
<b>5°</b> Del 22 al 27 de Abril	5.1 Fase de ideación en el <i>design thinking</i> : técnicas de generación de ideas: 5.1.1 <i>Brainstorming</i> . 5.1.2 Reversión de supuestos 5.1.3 Estímulo aleatorio	Dinámicas grupales en clase  Uso del FABLAB (a discreción previa cita)
<b>6°</b> Del 29 de Abril al 04 de Mayo	6. Fases del modelo en el <i>design thinking</i> : Prototipar y evaluar: métodos y herramientas	Entrega de avance de trabajo grupal: soluciones creativas al problema

	<b>Lectura obligatoria</b> Vianna M, et al (2012) . <i>Design Thinking: Innovación en negocios</i> . Rio de Janeiro: MJV Press (Hasta la primera mitad del texto)	Asesoría del profesor a cada grupo sobre su trabajo grupal.  <b>Control de lectura 2</b>
<b>7°</b> Del 06 al 11 de Mayo	7. Presentación de prototipos del trabajo grupal	Entrega del trabajo al profesor (Colgarse en el Aula Virtual)
<b>8°</b> Del 08 al 13 de octubre	<b>EXÁMENES PARCIALES</b> <b>Exposición al jurado</b>	
<b>UNIDAD DE APRENDIZAJE II: PENSAMIENTO DE DISEÑO APLICADO AL DESARROLLO INDIVIDUAL</b>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE:</b> Diseña de forma individual un producto creativo usando la metodología del pensamiento de diseño.		
<b>9°</b> Del 20 al 25 de Mayo	9.1 Innovación en el mundo 9.2 Innovación en el Perú	Exposición del profesor Determinación del tema del trabajo individual Exposición del profesor Dinámicas sobre los nuevos métodos y herramientas.
<b>10°</b> Del 27 de Mayo al 01 de Junio	10. Nuevos métodos y herramientas para las fases: Empatizar, definir e idear  <b>Lectura obligatoria</b> Vianna M, et al (2012) . <i>Design Thinking: Innovación en negocios</i> . Rio de Janeiro: MJV Press (La segunda mitad del texto)	Entrega de avance de trabajo grupal: mapa de empatía, definición del problema y soluciones creativas <b>Control de lectura 3</b>
<b>11°</b> Del 03 al 08 de Junio	11.1 Nuevos métodos y herramientas para las fases: 11.1.1 Prototipar 11.1.2 Evaluar	
<b>12°</b> Del 10 al 15 de Junio	12. Desarrollo de prototipo del trabajo final  <b>Lectura obligatoria</b> Creative Commons (s/f) Diseño centrado en las personas – Kit de herramientas	<b>Control de lectura 4</b>
<b>13°</b> Del 17 al 22 de Junio	13. Modelo Lean Canvas Model	Catedra del docente
<b>14°</b> Del 24 al 29 de Junio	14. Presentación de trabajo individual	<b>Exposición al docente</b> Exposición de soluciones creativas
<b>15°</b> Del 01 al 06 de Julio	15. Presentación de prototipos del trabajo individual al jurado -Examen final - día 1	<b>Exposición</b> Exposición de los trabajos finales al jurado. (El docente determina que alumnos tendrán su evaluación final el día 1 y 2)

## VIII. Referencias

### Bibliografía básica

- Creative Commons (s/f) Diseño Centrado en las Personas – Kit de herramientas. Recuperado de: [https://hcd-connect-production.s3.amazonaws.com/toolkit/en/spanish\\_download/ideo\\_hcd\\_toolkit\\_final\\_combined\\_lr.pdf](https://hcd-connect-production.s3.amazonaws.com/toolkit/en/spanish_download/ideo_hcd_toolkit_final_combined_lr.pdf)
- Hasso Plattner - Institute of Design at Stanford. ( s/f) Mini guía: una introducción al Design Thinking. Recuperado de: <https://dschool-old.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/31fbd/attachments/027aa/GU%C3%8DA%20DEL%20PROCESO%20CREATIVO.pdf?sessionID=8af88fee76ecd1fb7879c915073461486c425622>
- Vianna M, Vianna Y, Adler B, Russo,L. (2012) . *Design Thinking: Innovación en negocios*. Rio de Janeiro: MJV Press

### Bibliografía complementaria

- Amabile, T. (2005). Harvard Business Review: *Creatividad e innovación*. Barcelona: Deusto
- Buzan, T. (2004). *Cómo crear mapas mentales: el instrumento clave para desarrollar tus capacidades mentales que cambiará tu vida*. Barcelona: Urano
- De Bono, E. (1970). *Pensamiento Lateral*. Recuperado de: <http://www.holista.es/spip/IMG/pdf/El-Pensamiento-Lateral.pdf>
- Romo, M. (1997) *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Sternberg, R. (1997). *La creatividad en una cultura conformista: un desafío a las masas*. Barcelona: Paidós.

## IX. Profesores

Yabed Contreras	<a href="mailto:ycontreras@esan.edu.pe">ycontreras@esan.edu.pe</a>
Julián Gallardo	<a href="mailto:jgallardo@esan.edu.pe">jgallardo@esan.edu.pe</a>
Walter Luna Flores	<a href="mailto:wluna@esan.edu.pe">wluna@esan.edu.pe</a>
Domingo Natteri	<a href="mailto:dnatteri@esan.edu.pe">dnatteri@esan.edu.pe</a>
Miguel Palacios	<a href="mailto:mpalaciosb@esan.edu.pe">mpalaciosb@esan.edu.pe</a>