



**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**

Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Administración

Asignatura: **CREATIVIDAD E INNOVACION EN LAS ORGANIZACIONES**

Código: 793

***Plan "1997"***

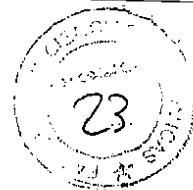
Cátedra: Prof. Titular Eduardo KASTIKA

Carrera: Licenciado en Administración.

**Aprobado por Res. Cons. Directivo  
(F.C.E.)**

**Nro. : 3546/17**

En caso de contradicción entre las normas previstas en la publicación y las dictadas con carácter general por la Universidad o por la Facultad, prevalecerán éstas últimas.



**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**  
**Facultad de Ciencias Económicas**  
2do. Cuatrimestre de 2013

**Materia: Creatividad e Innovación en las Organizaciones (793)**  
**Profesor Titular: Eduardo Kastika**

## **1. ENCUADRE GENERAL**

### **1.1. Fundamentación y Objetivos**

El desarrollo de la creatividad en las organizaciones, y su impacto directo en sus posibilidades de innovación, es un tema de interés para la Administración desde mediados del siglo XX. A su vez, el desarrollo de la creatividad en las organizaciones como un modo de mejorar el clima organizacional y generar mejores condiciones laborales, se agrega, como tema de interés para la Administración desde mediados de la década de 1980.

Disponemos, en la actualidad, de un cuerpo sistemático de conocimiento alrededor de las denominadas "teorías de la creatividad organizacional" y, además, existe numeroso conocimiento práctico acerca del desarrollo de la creatividad y la innovación en las organizaciones desde mediados del siglo XX.

La materia Creatividad e Innovación en las organizaciones es un acercamiento del alumno a los conocimientos, herramientas y técnicas que favorecen la producción de aportes nuevos y valiosos dentro de las organizaciones. Desde la generación de estos aportes (en forma de ideas, propuestas o desarrollos profesionales) hasta el trabajo en busca de adopción de los mismos por parte de los distintos públicos con los que interactúa la organización (personal interno, clientes, sociedad en general).

Tanto el alumno decidido a enfocar su carrera al trabajo dentro de las organizaciones, como el alumno que pretenda desarrollarse como profesional externo a las mismas, o los alumnos que deseen orientar su carrera a la investigación y docencia dentro de la Administración, encontrarán en esta asignatura una perspectiva novedosa a la resolución de problema, toma de decisiones, desarrollo de talentos y vinculación entre la organización y sus contextos.

### **1.2. Ubicación de la asignatura en el currículum y requisitos para su estudio**

Creatividad e innovación en las organizaciones es una asignatura orientada específicamente a las carreras de Ciencias Económicas, en particular la de Licenciado en Administración. Para su desarrollo se exige cumplimentar previamente los requisitos formales que comprenden el primer nivel de la carrera, pudiéndose cursar y rendir en cualquier momento de la carrera una vez aprobado el primer ciclo.

### **1.3. Contenidos mínimos**

- Definición de creatividad e innovación. Diferencias y similitudes. Principios que definen a la creatividad y a la innovación: fluidez, flexibilidad, orientación al objetivo, originalidad, imaginación, impacto y redefinición.
- Evolución de las ideas sobre la creatividad y la innovación en las organizaciones. Los enfoques psicológicos (a partir de 1950). La proliferación de enfoques sobre la creatividad y la innovación a partir de la década de 1980. Los enfoques sistémicos sobre la creatividad y la innovación entre las décadas de 1980 y 2000. La creatividad e innovación organizacional (a partir de fines del siglo XX).

- Prácticas para la creatividad en las organizaciones. La motivación intrínseca y extrínseca. La creatividad enfocada al ingenio, al crecimiento, al desarrollo y a la transformación. La relación entre creatividad e innovación en las organizaciones. Creatividad en grupos y equipos. La capacidad emprendedora. Creación de organizaciones. Emprendimiento de proyectos.
- Técnicas para el desarrollo de la creatividad en las organizaciones: mapas mentales, analogías, matrices combinatorias, técnicas inventivas, pensamiento lateral. Divergencia y convergencia. Resolución creativa de problemas.
- Resolución creativa de problemas. Pensamiento de diseño aplicado a la innovación en las organizaciones.
- Distintas clasificaciones de la innovación: por su área de aplicación, por su grado de impacto, por sus objetivos. Manual de Oslo. Innovación organizacional.
- Prácticas para la innovación en las organizaciones. El concepto de I+D. Investigación básica, investigación aplicada, desarrollo y difusión de innovaciones. Dimensión social y dimensión tecnológica de la innovación. Innovación estratégica
- Redes de innovación. Promoción de la innovación inter organizacional. Innovación y creatividad abiertas.

#### **1.4. Objetivos de aprendizaje (Misión de la asignatura)**

El objetivo de la materia es introducir al alumno en los principales conceptos y herramientas que hacen a la creatividad y la innovación dentro de las organizaciones. Se trata de formar al alumno en lo que se refiere a poder comprender, interpretar y aplicar los principios fundamentales que hacen a la generación, gestión y difusión de los aportes nuevos y valiosos en el marco de las organizaciones.

Al ser, el desarrollo de la creatividad y la innovación en las organizaciones, una temática relativamente novedosa en el marco de la Administración, esta materia apunta a que el alumno incorpore prácticas documentadas y conocimientos actualizados y respaldados en investigaciones y autores académicos reconocidos a nivel latinoamericano y mundial.

## **2. PROGRAMA ANALÍTICO**

### **Unidad 1: Creatividad e Innovación: definiciones y alcances**

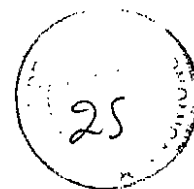
- Qué es la creatividad, qué es la innovación, qué es un invento. Diferencias y similitudes entre los diferentes conceptos alrededor de la innovación y la creatividad.
- El eje de "lo nuevo" y "lo valioso" en la creatividad y en la innovación.
- Los cuatro tipos de definiciones de la creatividad: basadas en la persona creativa, el proceso creativo, el producto de la creatividad y el contexto en el cual se crea.
- Principios básicos de la creatividad: fluidez, flexibilidad, orientación al objetivo, originalidad. Principios secundarios de la creatividad: imaginación, elaboración, impacto, redefinición.
- Principios específicos de la innovación: adopción, difusión y transformación.
- La relación de cada uno de los principios con la definición de creatividad. D e innovación. La adopción y difusión de aportes nuevos y valiosos.

#### Objetivos del aprendizaje

- Identificar las principales similitudes y diferencias entre la innovación y la creatividad.
- Reconocer modelos alternativos para representar a la creatividad y la innovación de posible aplicación en las organizaciones.
- Comprender la ubicación de la creatividad en el ámbito de la organización.
- Relacionar las distintas definiciones posibles de creatividad e innovación profundizando en el significado de cada uno de estos tipo de definiciones en el marco de las organizaciones.

### **Unidad 2: Evolución de las ideas sobre la creatividad y la innovación en las organizaciones**

- Los inicios de los estudios modernos en creatividad: J.P. Guilford en 1950.



- Los inicios de las prácticas para la creatividad y la innovación en el campo de las organizaciones.
- La proliferación de enfoques sobre el tema creatividad e innovación en las décadas posteriores a 1950. La consolidación progresiva de los enfoques cognitivos y la relación creatividad-innovación en el marco de las organizaciones.
- El modelo componencial de creatividad de Teresa Amabile. La psicología social de la creatividad y la creatividad en contexto. El desarrollo de la creatividad entendido a partir de las Inteligencias Múltiples.
- El modelo sistémico de Mihaly Csikszentmihalyi y otros modelos sistémicos y ecológicos de la creatividad y la innovación. A partir de las décadas de 1980 y 1990.
- El desarrollo específico de la creatividad organizacional y la innovación organizacional a partir de comienzos del siglo XXI.

#### Objetivos del aprendizaje:

- Reconocer la evolución de las ideas en el estudio de la creatividad y la innovación, en particular, en lo que refiere a su interés para la administración.
- Comprender la evolución del concepto de "creatividad" e "innovación" a lo largo de las últimas décadas y su relación con la Administración.
- Distinguir las etapas previas al surgimiento de los estudios específicos en creatividad e innovación organizacional.
- Conocer los conceptos particulares de "creatividad organizacional" e "innovación organizacional".

#### **Unidad 3: Prácticas para la creatividad en las organizaciones**

- Motivación intrínseca y extrínseca en el desarrollo de la creatividad. Creatividad a partir del ingenio, la supervivencia y la competitividad Creatividad enfocada al crecimiento: metas, objetivos, proyectos y desafíos. Creatividad enfocada al desarrollo y la trascendencia
- Formas de desarrollar la creatividad en las organizaciones: sistemas de generación y evaluación de ideas: los buzones de sugerencias en sus diferentes formatos. Los proyectos con el objetivo de "innovar" en las organizaciones. Liderazgo y creatividad. La creatividad desde la perspectiva de los recursos humanos: capacitación, entrenamiento, *coaching*, team building y selección de recursos humanos desde la perspectiva de la creatividad.
- Emprendimiento y creatividad: posibles relaciones. Emprendimiento e innovación: posibles relaciones.
- El "in-prendedurismo" y su relación con la creatividad y la innovación.
- La creatividad grupal en las organizaciones: distintas teorías de la creatividad en grupos y en equipos desde 1980 hasta comienzos del siglo XXI.
- La creatividad en equipos como el resultado de la combinación de distintos perfiles de pensamiento. Los modelos de Ned Herrmann, Min Basadur y otros similares.

#### Objetivos del aprendizaje:

- Comprender con ejemplos reales de organizaciones de nuestro medio las distintas prácticas para el desarrollo de la creatividad.
- Analizar las relaciones entre emprendimiento y creatividad en el marco de las organizaciones.
- Distinguir y relacionar los distintos tipos de prácticas para el desarrollo de la creatividad de acuerdo a los niveles de aplicación: individuales, organizacionales y grupales.
- Familiarizarse con los distintos tipos de enfoques desde los cuales abordar la creatividad en una organización.

#### **Unidad 4: Técnicas para el desarrollo de la creatividad en las organizaciones**

- El balance divergencia-convergencia y la definición precisa de cada uno de estos componentes en el entorno de la innovación y la creatividad. El Torbellino de Ideas como herramienta fundacional de la creatividad en el contexto de las organizaciones. El trabajo de Alex Osborn.
- La técnica de los Mapas Mentales (*mindmapping*) y su utilización inicial en la obra de Tony Buzan.

- Distintas formas de utilización de analogías: explicativas, exploratorias, productivas y expresivas. Del *Benchmarking* a la *sinéctica*. Diferentes niveles de complejidad en el uso de analogías.
- La superposición de planos como matriz para el surgimiento de nuevas ideas. El concepto de bisociación según Arthur Koestler. Las matrices combinatorias como herramienta concreta para generar ideas y encontrar soluciones.
- El surgimiento del pensamiento lateral a partir de la obra de Edward De Bono. Qué es el pensamiento Lateral. Su relación con el denominado "Pensamiento Vertical".  
Distintas herramientas asociadas al pensamiento lateral: "Po", Desafío de Supuestos, Seis Sombreros para el Pensamiento, Seis Zapatos para la Acción.
- Las "listas de chequeo" en creatividad, invención e innovación: el SCAMPER y el TRIZ.

#### Objetivos del aprendizaje:

- Explorar la aplicación de distintas técnicas de creatividad en el marco de las organizaciones.
- Reconocer los impactos de las distintas técnicas en distintas áreas organizacionales y en la organización en su conjunto.
- Comprender las nuevas aplicaciones de las técnicas de creatividad vinculadas a temas como la sustentabilidad y el sostenimiento
- Conocer y comparar las diferentes técnicas de creatividad y comprender su vínculo con los conceptos de descubrimiento, invención e innovación.

#### **Unidad 5: Modelos integrales para la resolución de problemas y la innovación en las organizaciones.**

- La prospectiva y su vínculo con la creatividad y la innovación en la actualidad.
- La reformulación de problemas en el marco de la creatividad y la construcción de disparadores para la innovación.
- La búsqueda de *insights* en la creatividad y en la innovación en las organizaciones. El pensamiento de diseño.
- La administración de gran cantidad de ideas en el marco del proceso de resolución creativa de problemas. Y la gestión del proceso de resolución creativa de problemas.
- La elaboración, el refinamiento, la composición, la edición y el redondeo de ideas como parte del proceso creativo. La matriz de criterios como herramienta para la selección de ideas y construcción de soluciones. Distintas herramientas basadas en la interacción ideas-criterios.
- Los planes de acción en el marco de la creatividad y la innovación. La construcción de prototipos permanentes en el marco de la innovación.

#### Objetivos del aprendizaje:

- Introducirse en dos propuestas relacionadas con la gestión de los procesos de creatividad e innovación en las organizaciones: la resolución creativa de problemas y el pensamiento de diseño.
- Reconocer la importancia de cada una de las etapas de los procesos de creatividad e innovación.
- Vincular cada una de las etapas del proceso de resolución creativa de problemas con las del pensamiento de diseño.
- Reconocer las distintas posibilidades de aplicación de la resolución creativa de problemas y del pensamiento de diseño en las organizaciones.

#### **Unidad 6: Innovación y organizaciones**

- Distintas clasificaciones de la innovación: por su área de aplicación, por su grado de impacto, por sus objetivos.
- Definición de los tipos de innovación según el Manual de Oslo. El lugar de la innovación organizacional.
- Prácticas para la innovación en las organizaciones: de los departamentos de I+D a la innovación abierta. De la invención a la innovación.



- Investigación básica, investigación aplicada, desarrollo y difusión de innovaciones. Dimensión social y dimensión tecnológica de la innovación. Innovación en negocios. Innovación y sustentabilidad. Innovación estratégica.
- El concepto de "terceros lugares" de Ray Oldenburg y su rol en las sociedades y en la innovación. Los espacios altamente accesibles en donde la gente interactúa. Anclas en la vida comunitaria. Diversión, compañía, conversación.
- Redes de innovación. Promoción de la innovación inter organizacional. Innovación y creatividad abiertas.

#### Objetivos del aprendizaje:

- Comprender las distintas formas de la innovación organizacional como fenómenos relacionados con la cultura, la estructura y la estrategia de la organización.
- Reconocer las distintas posibilidades de aplicación de estrategias de innovación en el marco de las organizaciones.
- Conocer la diferencia entre el desarrollo de la innovación desde el punto de vista organizacional y desde el punto de vista de las redes organizacionales.
- Profundizar en la idea de "innovación" más allá de la creación de nuevos productos y servicios.

### **3. BIBLIOGRAFÍA**

#### **3.1. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA POR UNIDAD**

- Amabile, Teresa M. ; Kramer, Steven J. (mayo de 2011). "El Poder de Victorias pequeñas". Harvard Business Review. (Unidad 3)
- De Bono, E. (2006). El pensamiento lateral: manual de creatividad. (Unidad 4)
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós. (Unidad 4)
- Davis, G. A., & Scott, J. A. (Eds.). (1975). Estrategias para la creatividad. Paidós. (Unidad 3)
- Florida, R. (2010). La clase creativa: La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI. Paidós. (Unidad 6)
- Kelley, T., Y Littman, J. (2010). Las diez caras de la innovación. Editorial Paidós. (Unidad 5 y 6)
- Kastika, E., Introducción a la Creatividad, Ed. Innovar, 2003. (Unidad 1 a 2)
- Kastika, E., Usted Puede ser Creativo, Ed Innovar, 2005. (Unidad 1 a 3)
- Kastika, E., Desorganización Creativa Organización Innovadora, Ed. Macchi, 2001. (Unidad 1)
- Paper: Kastika, E., Implicancias éticas de la noción de "creatividad" como sinónimo de "herramienta para sobrevivir ante los cambios permanentes". [http://www.econ.uba.ar/www/institutos/epistemologia/marco\\_archivos/trabajos\\_XV\\_archivos/Kastika-%20IMPLICANCIAS%20%20C9TICAS%20DE%20LA%20NOCI%D3N%20DE%20%93CREATIVIDAD%94%20C.pdf](http://www.econ.uba.ar/www/institutos/epistemologia/marco_archivos/trabajos_XV_archivos/Kastika-%20IMPLICANCIAS%20%20C9TICAS%20DE%20LA%20NOCI%D3N%20DE%20%93CREATIVIDAD%94%20C.pdf) (Unidad 5)
- Paper: El proceso de creatividad aplicada en acción: recomendaciones y ejemplos (Autor: Eduardo Kastika. Paper inédito). Investigación de la Maestría en Dirección de Negocios. Universidad de Concepción del Uruguay. Argentina, 2012. (Unidad 5)
- Paper: Kastika, E., Tres formas de entender la creatividad en el contexto de las organizaciones. Revista FACES. Universidad Nacional de Mar del Plata. [http://nulan.mdp.edu.ar/1283/1/FACES\\_n30-31\\_131-146.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1283/1/FACES_n30-31_131-146.pdf)

- (Unidad 6)
- Kastika, E., Resolver las Crisis, Ed. Innovar, 2016 (Unidad 5 y 6)
- Kastika, E., Nuevas estrategias para la creatividad, Ed. Innovar 2016 (Unidad 1 y 3)

### 3.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Araya, Y. C. (2011). Una revisión crítica del concepto de creatividad. *Revista actualidades investigativas en educación*, 5(1).
- Alexander, T. (1975). Sinéctica: la invención por el método de la locura. *Estrategias para la creatividad*, 65-76. (original en inglés 1965)
- Antolín, M. N., & López, J. E. N. (2003). *Estrategias de innovación y creación de conocimiento tecnológico en las empresas industriales españolas*. Editorial Civitas.
- Clark, C. H. (1975). El aplastamiento de las ideas. *Estrategias para la creatividad*, 142-145. (original en inglés, 1958)
- Comella, T. (1975). Aplicación de la creatividad al planeamiento administrativo. *Estrategias para la creatividad*, 334-343. (original en inglés, 1966)
- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el fluir y la psicología del descubrimiento y la invención*. Paidós.
- Davis, G. A., & Scott, J. A. (Eds.). (1975). *Estrategias para la creatividad*. Paidós.
- De la Torre, S. (2007). *Creatividad aplicada. Recursos para una formación creativa*. Magisterio del Río de la Plata.
- Gear, M., Liendo, E. y Oris de Roa, F., *Drama y Melodrama en la comunicación humana*, (2001). Ediciones Culturales Universitarias.
- Gear, M., Liendo, E. y Scout, L., (1988). *Hacia el cumplimiento del deseo. Más allá del melodrama*, Paidós.
- Goleman, D. (2000). *El espíritu creativo. La revolución de la creatividad y cómo aplicarla a todas las actividades humanas*. Javier Vergara Editor. [Primera edición en inglés, 1992.]
- Gordon W. J. J. (1975). Sinéctica: historia, evolución y métodos. *Estrategias para la creatividad*, 77-94. (original en inglés, 1961)
- Mc. Murry, F. D. y Hamblen, H. T. (1975). La lucha contra el clima anticreativo. *Estrategias para la creatividad*, 146-155. (original en inglés, 1962)
- Merello, A. (1973). *Prospectiva: teoría y práctica*. Editorial Guadalupe.
- Prince, G. M. (1975). El mecanismo operativo de la Sinéctica. *Estrategias para la creatividad*, 95-109. (original en inglés 1968)
- Raudsepp, E. (1975). Pasos para lograr más ideas. *Estrategias para la creatividad*, 204-214. (original en inglés, 1966)
- Repucci, L. C. (1975). Investigaciones sobre la creatividad. *Estrategias para la creatividad*, 30-42. (original en inglés, 1962)
- Sanz de Acedo Lizarraga, M. L., & Sanz de Acedo Baquedano, M. T. (2008). Instrucciones explícitas para la ejecución creativa según dos tests de creatividad teniendo en cuenta la inteligencia.
- Simberg, A. L. (1975). Los obstáculos a la creatividad. *Estrategias para la creatividad*, 123-141. (original en inglés, 1964)
- Steinmetz, C. S. (1975). Entrenamiento de la creatividad: programa de capacitación para vendedores. *Estrategias para la creatividad*, 323-333. (original en inglés, 1965, también publicado en *The Journal of Creative Behavior*, 1968)

## 4. MÉTODOS DE CONDUCCIÓN DE APRENDIZAJE

### 4.1. Consideraciones Generales para los cursos cuatrimestrales:



Las normas de cátedra comunes a todos los cursos son las siguientes:

1. La asignatura tiene 4 VH, que serán de desarrollo teórico práctico con casos y ejemplos concretos que aborden a la creatividad y la innovación desde sus distintas posibilidades de aplicación en las organizaciones.
2. Tanto los ejemplos como los casos sobre los cuales se trabajará incluirán distintos tipos de organizaciones de distintos tipos de contextos (en especial, organizaciones de Latinoamérica).
3. Se estimulará tanto el razonamiento crítico como la generación de ideas y reflexión abierta sobre los diferentes puntos del programa.
4. El programa y la bibliografía así como el cronograma de clases serán distribuidos en las primeras dos semanas de clases. Los alumnos los contarán como ejes temáticos de la materia sin esperar otras instrucciones de los profesores.
5. Cada curso establecerá el calendario y las normas de dictado de clases y toma de exámenes complementarios, dentro del marco de las presentes normas.
6. Se distribuirán en clase elementos bibliográficos cuando fuese necesario.

La metodología en general estará basada en las siguientes premisas básicas:

- Exposiciones dialogadas con utilización permanente del feed-back de los alumnos, fundamental para lograr el aprendizaje gradual, imprescindible en este tipo de temáticas.
- Utilización de casos de organizaciones reales para que el alumno pueda relacionar sus propias ideas y reflexiones y así lograr la real comprensión de la temática en general.
- Estas premisas básicas, no son taxativas, sino indicativas del modo general en el que debe desarrollarse la enseñanza para lograr el aprendizaje real. Este ámbito es esencial para el logro de los objetivos propuestos.

#### **4.2 Métodos/Ejes específicos**

**Casos, Ejercicios de aplicación y Ejemplos:** Los casos, ejemplos y/o ejercicios elegidos para lograr el aprendizaje deberán ser situaciones reales que reflejen las hipótesis, modelos y herramientas teóricas de la asignatura.

**Trabajos prácticos:** Se desarrollarán trabajos de investigación vinculados a la creatividad y la innovación en las organizaciones en general. Dentro de estos trabajos prácticos se incluyen: tests de lectura, análisis de artículos periodísticos, investigaciones por medio de investigación en redes sociales, etc.

**Bibliografía:** Dado que esta materia tiene un abundante desarrollo en papers, journals, revistas especializadas, etc. además de libros; en otros países, fundamentalmente EE.UU, es importante difundirlos entre los auxiliares de cátedra y los alumnos. Se distribuirán en clase los elementos bibliográficos cuando fuese necesario.

**Comunicación virtual:** La implementación de foros virtuales en cada curso propician el debate y análisis de los alumnos. Será necesaria una buena organización, pero resulta un método ideal de comunicación profesor-alumno.

**Fomento de la lectura:** Se fomentará la lectura y análisis haciendo distribución de artículos, libros, journals, papers, actualizados, entre los profesores y ayudantes para discutir en reuniones celebradas a tal efecto y analizar su incorporación en los cursos, y su distribución a los alumnos.

**Invitados del ámbito profesional:** Se invitará a profesionales de distintas disciplinas, relacionados con la temática de la creatividad y la innovación organizacional, en clases





especiales que brinden a los alumnos una perspectiva de la realidad, más abarcadora y con un enfoque diferente.

## **5. MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

El Régimen de Calificaciones se ajustará a la RESOLUCIÓN CD 638/98 y en virtud a su Artículo 1:

En los cursos presenciales y a distancia:

“Los Profesores a cargo de las cátedras, con la conformidad de los Directores de Departamento, establecerán el método y la forma para las pruebas, exámenes o requisitos para determinar la promoción de los alumnos, así como los métodos a emplear para la verificación de la asistencia; esto formará parte de las Normas de Cátedra de la asignatura, las cuales deberán ser distribuidas a los alumnos al iniciarse el curso”

Se tomarán dos exámenes parciales, escritos u orales, pero presenciales y a libro cerrado. La nota final surgirá del promedio de las evaluaciones parciales y estas representan el 100% de la calificación.

### **Requisitos para alumnos libres:**

Los alumnos libres deberán demostrar un amplio dominio en el conocimiento, análisis y comprensión de los temas fundamentales del programa vigente en la asignatura.

En orden de prioridad y de manera completa deberá demostrar sólidos conocimientos en los siguientes temas:

- Qué es la creatividad, qué es la innovación, qué es un invento.
- Diferencias y similitudes entre los diferentes conceptos alrededor de la innovación y la creatividad.
- El eje de “lo nuevo” y “lo valioso” en la creatividad y en la innovación.
- Los cuatro tipos de definiciones de la creatividad.
- Principios básicos y secundarios de la creatividad
- Principios específicos de la innovación: adopción, difusión y transformación.
- Los inicios de los estudios modernos en creatividad: J.P. Guilford en 1950.
- Los inicios de las prácticas para la creatividad y la innovación en el campo de las organizaciones.
- La proliferación de enfoques sobre el tema creatividad e innovación en las décadas posteriores a 1950.
- El modelo componencial de creatividad de Teresa Amabile. La psicología social de la creatividad y la creatividad en contexto.
- El desarrollo de la creatividad entendido a partir de las Inteligencias Múltiples.
- El modelo sistémico de Mihaly Csikszentmihalyi y otros modelos sistémicos y ecológicos de la creatividad y la innovación.
- El desarrollo específico de la creatividad organizacional y la innovación organizacional a partir de comienzos del siglo XXI.
- Motivación intrínseca y extrínseca en el desarrollo de la creatividad.
- Formas de desarrollar la creatividad en las organizaciones.
- Emprendimiento y creatividad: posibles relaciones. Emprendimiento e innovación: posibles relaciones.
- El “in-preneurismo” y su relación con la creatividad y la innovación.
- La creatividad grupal en las organizaciones: distintas teorías de la creatividad en grupos y en equipos desde 1980 hasta comienzos del siglo XXI.
- La creatividad en equipos como el resultado de la combinación de distintos perfiles de pensamiento. Los modelos de Ned Herrmann, Min Basadur y otros similares.

- El balance divergencia-convergencia y la definición precisa de cada uno de estos componentes en el entorno de la innovación y la creatividad.
- La técnica de los Mapas Mentales (*mindmapping*) y su utilización inicial en la obra de Tony Buzan.
- Distintas formas de utilización de analogías: explicativas, exploratorias, productivas y expresivas. Del *Benchmarking* a la *sinéctica*. Diferentes niveles de complejidad en el uso de analogías.
- La superposición de planos como matriz para el surgimiento de nuevas ideas. El concepto de bisociación según Arthur Koestler. Las matrices combinatorias como herramienta concreta para generar ideas y encontrar soluciones.
- El surgimiento del pensamiento lateral a partir de la obra de Edward De Bono. Las "listas de chequeo" en creatividad, invención e innovación: el SCAMPER y el TRIZ.
- La prospectiva y su vínculo con la creatividad y la innovación en la actualidad.
- La reformulación de problemas en el marco de la creatividad y la construcción de disparadores para la innovación.
- La búsqueda de *insights* en la creatividad y en la innovación en las organizaciones. El pensamiento de diseño.
- La administración de gran cantidad de ideas en el marco del proceso de resolución creativa de problemas. Y la gestión del proceso de resolución creativa de problemas.
- La elaboración, el refinamiento, la composición, la edición y el redondeo de ideas como parte del proceso creativo.
- La matriz de criterios como herramienta para la selección de ideas y construcción de soluciones. Distintas herramientas basadas en la interacción ideas-criterios.
- Los planes de acción en el marco de la creatividad y la innovación. La construcción de prototipos permanentes en el marco de la innovación.
- Distintas clasificaciones de la innovación: por su área de aplicación, por su grado de impacto, por sus objetivos.
- Definición de los tipos de innovación según el Manual de Oslo. El lugar de la innovación organizacional.
- Prácticas para la innovación en las organizaciones: de los departamentos de I+D a la innovación abierta. De la invención a la innovación.
- Investigación básica, investigación aplicada, desarrollo y difusión de innovaciones.
- Dimensión social y dimensión tecnológica de la innovación.
- Innovación en negocios. Innovación y sustentabilidad. Innovación estratégica.
- El concepto de "terceros lugares" de Ray Oldenburg y su rol en las sociedades y en la innovación.
- Redes de innovación. Promoción de la innovación inter organizacional. Innovación y creatividad abiertas.

*Estos temas que resumen los distintos ejes presentes en la materia, se evaluarán de manera total y completa en los exámenes libres.*

*La metodología será teórica con su aplicación en ejemplos de orden práctico.*

*La práctica será la aplicación en situaciones problemáticas de la vida organizacional, en la que deberán aplicar los conceptos y modelos específicos propios de la asignatura.*