TecnoCampus
Escola Superior
de Ciències Socials i de l'Empresa

Centre adscrit a la
Universitat Pompeu Fabra Barcelona

# GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ, DOCÈNCIA EN ANGLÈS

# 1032 - CREATIVITAT I INNOVACIÓ

## Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Núria Masferrer Llabinés
- Curs: Segon
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - Matilde Inés Martínez Casanovas <mmartinezca@tecnocampus.cat>
  - Miquel àngel Oliva Sans <moliva@tecnocampus.cat>

## Idiomes d'impartició

- Català
- Castellà
- Anglès

*Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de classes. Tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes.*

## Competències que es treballen

### Bàsica

- B2_Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements a la seva feina o vocació d'una forma professional i tinguin les competències que cal demostrar per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi
- B3_Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi), per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants de caire social, científic o ètic
- B4_Que els estudiants puguin transmetre informació, idees,problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat
- B5_Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

### Específica

- E10_Reconèixer i comprendre els mecanismes d'innovació i emprenedoria i desenvolupar iniciativa emprenedora a través de models teòrics que s'ajustin a una idea de negoci.
- E11_Analitzar i valorar adequadament l'entorn científico-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organitzacio a aquest entorn.
- E12_Generar habilitats estratègiques contemplant l'entorn operatiu com a un projecte i establint pautes a llarg plaç i a gran escala

- E13_Crear connexions entre persones, col.laboradors i empreses, posant en contacte a gent que en circumstàncies normals no coincidirien.

- E14_Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació empresarial aplicades en aquests sectors i comparar-les entre elles.

- E15_Reunir i interpretar dades significatives per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants en l'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.

- E5_Analitzar contextes empresarials, identificar mercats i clients i establir estratègies de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores.

- E7_Elaborar projectes i propostes d'empreses innovadores establint principis de responsabilitat social en la gestió i integrant la prespectiva de gènere com a indicadors de qualitat i innovació.

## General

- G1_Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements
- G2_Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament

## Transversal

- T1_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dies llengües oficials a Catalunya
- T3_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc

- T4_Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària

## Descripció

L'objectiu general de l'assignatura és adquirir els coneixements, habilitats i competències bàsiques per desenvolupar projectes innovadors mitjançat el treball col·laboratiu i eines creatives.

S'analitzaran els conceptes bàsics relacionats amb la gestió de la innovació, la seva terminologia i les tipologies d'innovacions. A continuació, l'alumne farà un viatge a través del procés creatiu des de la identificació d'oportunitats en el mercat, la generació de noves idees, el prototipatge i el test amb els potencials usuaris i clients.

## Resultats d'aprenentatge

- Sensibilitzar als alumnes sobre la importància de la innovació per a l'empresa.
- Coneixement de algunes guies per crear un clima d'innovació a l'empresa
- Coneixement d'unes eines per descobrir nous 'insghts' dels clients
- Coneixement d'unes eines per descobrir noves oportunitats de mercat
- Coneixement de tècniques per explorar diferents idees de solució als problemes
- Coneixement d'eines per convertir les idees en projectes viables

## Metodologia de treball

**Classes teòriques:**

- **MD1.Clase magistral**: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor a la qual assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura
- **MD3. Presentacions**: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials
- **MD4. Càpsules de vídeo**: Recurs en format vídeo, que inclou continguts o demostracions dels eixos temàtics de les assignatures. Aquestes càpsules estan integrades en l'estructura de l'assignatura i serveixen als estudiants per revisar tantes vegades com calgui les idees o propostes que el professor necessita destacar de les seves classes

**Aprenentatge dirigit:**

- **MD5. Seminaris**: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau
- **MD6. Debats i fòrums**: Converses presencials o online, segons els objectius que el professor responsable de l'assignatura persegueixi. Els debats tenen una data d'inici i fi i estan dinamitzats pel professor
- **MD7. Estudi de casos**: Dinàmica que part de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants
- **MD8. Jocs de rol**: Dinàmica de simulació en què cada estudiant figura un paper especificat pel professor. Com a "rol", tindrà accés a una informació específica i ha de "jugar" les seves bases, segons les regles del joc, per resoldre o vivenciar la situació de referència de la dinàmica.

**Aprenentatge autònom:**

- **MD9. Resolució d'exercicis i problemes**: Activitat no presencial dedicada a la resolució d'exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor
- **MD10. Recerca i lectura crítica d'articles**. Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que desenvoluparan, seguint les fases de la metodologia d'investigació, entre les quals la lectura crítica d'articles
- **MD11. Tutories no presencials**: per què l'alumne disposarà de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de l'ESCSET

*Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.*

*El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.*

## Continguts

---

**1 Introducció a la Innovació**

1. Concepte d'innovació
2. Aspectes clau en la innovació
3. El procés d'innovació
4. La innovació com a cultura: clima i lideratge
5. Tipus d'Innovació
6. Diferència entre millora continua i innovació
7. Creativitat, invent i innovació

**2. La filosofa de la Innovació des del mercat**

1. La importància per a l'empresa d'entendre a la clientela
2. Les conseqüències de la falta d'orientació al mercat
3. El concepte de 'insight' del client
4. Els mètodes habituals per a descobrir nous 'insights' del client
5. Eines etnogràfiques
6. La observació com a nou enfocament per a descobrir 'insights' i detectar noves necessitats del client
7. Metodologies concretes d'observació

**3. Introducció a la Creativitat**

1. La creativitat individual
2. Mites sobre la creativitat
3. El pensament divergent i convergent
4. Els components de la creativitat individual
5. La creativitat i els grups creatius
6. La creativitat i la innovació a les organitzacions

**4. Tècniques per fomentar la creativitat**

1. El funcionament del pensament creatiu
2. Bloquejos mentals de la creativitat
3. La percepció
4. Mostrari de tècniques més significatives

**5. Avaluació i selecció d'idees**

1. Definició de criteris d'avaluació d'idees
2. Filtratge
3. Ponderació de les idees

**6. Prototipatge**

1. Introducció als tests amb prototips
2. Fases del procés per a planificar i executar una avaluació del prototipatge

3. Determinar els objectius de l'avaluació del prototipatge

7. **Claus per presentar una proposta innovadora**

1. Elements bàsics de la presentació
2. Com presentar de forma efectiva
3. Errades a evitar a la presentació

## Activitats d'aprenentatge

La metodologia de treball combinarà de manera experiencial teories i metodologies en relació a la creativitat i la innovació, la seva aplicació en els diferents àmbits personals, socials i, especialment organitzacionals. Aquesta metodologia experiencial es combinarà amb dinàmiques i exercicis pràctics per tal d'aprendre els detalls de la posada en acció d'aquest tipus d'enfocament per a la innovació i la creativitat. Els alumnes anirà avançant a través de les diferents activitats proposades:

- Dinàmiques experiencials
- Classes pràctiques amb metodologia de cas
- Classes pràctiques amb metodologies de role play, business case...
- Resolució de casos individuals o en grup, exposicions en grup a classe, creació de debats participatius i torns de preguntes
- Treball en grups d'anàlisi i síntesi de temàtiques relacionades amb la matèria.

## Sistema d'avaluació

Sistema d'avaluació:

| | |
|---|---|
| SE1. Participació en les activitats plantejades dins de l'aula | 20% |
| SE2. Treballs individuals i/o en grup | 20% |
| SE3. Exposicions | 20% |
| SE4. Examen final | 40% |

**Avaluació durant el trimestre d' impartició de l'assignatura:**

- 20%: Activitats de participació en les activitats planejades dintre de l'aula d'avaluació continuada programades al llarg del curs (inclosa l'assistència obligatòria a classe i la participació activa i constant). Activitats possibles d'avaluació continuada:
    - presentacions, resolució de casos, preparació de lectures, debats i classes, recerca d'informació, assistència a conferències, museus, participació activa i constant presencial o virtual, fòrum de debat de l'aulari i projecte final. Al començament del curs els docents facilitaran repartiment concret de les valoracions entre les diferents activitats. Els alumnes han d'aprovar de forma satisfactòria i independent cada activitat per poder aprovar l'assignatura sencera.

      Cal superar l'avaluació continuada amb una nota mínima de 5. Els alumnes han d'aprovar obligatòriament l'avaluació continuada poder aprovar l'assignatura sencera

- 20%: Treballs individuals i/o en grup; entregues puntuals. Continguts complerts i ajustat al que s'ha sol·licitat. Qualitat en la presentació. Cal superar els treballs amb una nota mínima de 5. Els alumnes han d'aprovar obligatòriament el projecte final per poder aprovar l'assignatura sencera
- 20%: Exposicions: Distribució equitativa dels temes a presentar entre els membres de l'equip. Cal superar les exposicons amb una nota mínima de 5. Els alumnes han d'aprovar obligatòriament les exposicions per poder aprovar l'assignatura sencera
- 40%: Examen final. Cal superar l'examen amb una nota mínima de 5 per comptabilitzar la part d'avaluació continuada i projecte final. Els alumnes han d'aprovar obligatòriament l'examen per poder aprovar l'assignatura sencera.

Avaluació en el període de recuperació:

- Només es recuperarà l'examen final.
- Les activitats d'avaluació continuada i projecte final NO es recuperaran i continuaran fent mitja amb l'examen final sempre que aquestes estiguin aprovades.

*Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.*

## Recursos

### Bàsics

Bibliografies


- Amabile, T. (2013). Componential theory of creativity. In E. Kessler (Ed.), Encyclopedia of management theory. (pp. 135-140). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: http://dx.doi.org/10.4135/9781452276090.n42

Amabile, T. M. (1996). The Motivation for Creativity in Organizations. Harvard Business School. Background Note, 396-240.

- Amabile, T.M. (1998). How to Kill Creativity Harvard Business Review 76(5): 76-87
- Assink, M. (2006) “Inhibitors of disruptive innovation capability: A conceptual model”. European Journal of Innovation Management, 9 (2), 215-233.
- Chandy, Rajesh, and Jaideep Prabhu (2011) “Innovation Typologies”, in Wiley International Encyclopedia of Marketing, Barry Bayus (ed.), John Wiley and Sons, forthcoming.
- Kathryn Baker, "Innovation," www.au.af.mil/au/awc/awcgate/doe/benchmark/ch14.pdf
- Kaufman, J. C., & Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The four c model of creativity. Review of general psychology, 13(1), 1.
- Lehrer, J. (2008) “The Eureka Hunt” The New Yorker.
- Miller, P., Brankovic, A. (2011) “Building a creative culture for Innovation.” IESE Insight, No 11, Fourth Quarter 2011, pages 51-58.
- Popadiuka, S., & Wei Choo, C. (2006) “Innovation and knowledge creation: How are these concepts related?” International Journal of Information Management, Vol.26, pp. 302–312.
- Udwadia, F.E. (1990), “Creativity and innovation in organizations”, Technological Forecasting and Social Change, Vol. 38 No. 1, p. 66.
- Varios autores (2010) Manual de la Creatividad Empresarial, Crea Business Idea.
- de Bono, Edward. (1994) El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas. Paidós Ibérica (12ª ed). Barcelona.

## Complementaris

Bibliografies

- Amabile, T. M. (2000) "A Model of Creativity and Innovation in Organizations." In Research in Organizational Behavior. Vol. 22, edited by B. Staw and R. Sutton. Elsevier Science.
- Amabile, T.M. (2012) The componential theory of creativity, Harvard Business School working paper to appear in Kessler, E.H. (Ed.) Encyclopedia of Management Theory, in press (Sage Publications, 2013)
- Brown, Tim (2008) Design Thinking: Thinking like a designer can transform the way you develop your products, services, processes- and even strategy. Harvard Business Review.
- Chesbrough, Henry William (2003) Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business School Press. Boston.
- Christensen, Clayton (1997) The Innovator’s Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Harvard Business Press. Boston.
- Csikszentmihaly, M. (1996) Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention, Harper Perennial.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (1998) Creatividad. El fluir y la psicología del descubrimiento y la invención. Paidós. Barcelona.
- Fernández Romero, A. (2005) Creatividad e Innovación en empresas y organizaciones. Técnicas para la resolución de problemas. Díaz de Santos. Madrid.
- Johnson, Steven (2010) Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation. Riverhead Books. Nueva York.
- Kim, K.H. (2006) Can we trust creativity tests? A review of the Torrance Test of Creative Thinking (TTCT), Creativity Research Journal, 18(1): 3 –14.
- Osborn, A.F. (1957) Applied Imagination: Principles and procedures of creative problem-solving, (Revised Ed.). New York: Charles Scribner's Sons.
- Torrance, E. P. (1966) The Torrance Tests of Creative Thinking-Norms-Technical Manual Research.
- de Bono, Edward. (1999) Lateral Thinking: Creativity Step by Step. New York, NY: Harper and Row.

Enllaços web

- IDEO. Human Centered Design Toolkit. http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/
- Miziolek, John. Design Thinking Starts At The Top. Fast Company, 2 de noviembre de 2012. http://www.fastcompany.com/3002635/design-thinking-starts-top