

GRAU EN FISIOTERÀPIA

23100 - EMPRENEDORIA CREATIVA I INNOVADORA

Informació general

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Esther Mur Gimeno
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 10
- Professorat:
 - Màrian Buil Fabregà <mbuil@tecnocampus.cat>
 - Matilde Inés Martínez Casanovas <mmartinezca@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Castellà
- Anglès
- Català

Docència en català o castellà. La majoria de materials en anglès.

Competències que es treballen

Bàsica

- 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

Transversal

- T2_ Demostrar capacitat d'organització i planificació
- T3_ L'estudiant ha de ser capaç de desenvolupar habilitats en les relacions interpersonals i siguin capaços de treballar dins d'un equip intra i interdisciplinari

Descripció

L'objectiu general de l'assignatura és adquirir els coneixements, habilitats i competències bàsiques per desenvolupar projectes creatius i innovadors mitjançant el treball col·laboratiu i eines creatives. Per això es farà una introducció al concepte d'esperit emprenedor i actituds emprenedores que el fan possible, així

com les diverses manifestacions de la iniciativa emprenedora per acabar abordant tot el procés emprenedor complet i la seva planificació. Es farà una anàlisi de la figura de l'emprenedor com a element central del procés emprenedor i les principals habilitats de han de tenir.

Coneixerem les competències necessàries per generar noves iniciatives empresarials per compte propi (emprenedoria) o aliena (intraemprenedor). Les competències emprenedores ajudaran als estudiants a identificar i crear oportunitats de mercat transformant idees en possibles negocis.

Finalment, 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.

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.

Resultats d'aprenentatge

Desenvolupar projectes empresarials enfocats al tractament i prevenció mitjançant la pràctica d'activitat física per a persones amb factors de risc o amb patologia crònica

Metodologia de treball

Classes teòriques. Dirigir-se unilateralment als estudiants. Sessions expositives, explicatives i/o demostratives de contingut (poden ser presentacions dels professors, treballs dels estudiants...)

Seminaris/tallers. Construir coneixement a través de la interacció i l'activitat. Sessions monogràfiques supervisades amb participació compartida.

Classes pràctiques. Mostrar com han d'actuar. Qualsevol tipus de pràctica a l'aula (estudi de casos, anàlisis diagnòstiques, problemes de laboratori, de camp, aula d'informàtica, simulació modelatge....)

Estudi i treball en grup. Fer que aprenguin entre ells. Preparació de seminaris, lectures, recerques, treballs, memòries, obtenció i anàlisi de dades, etc. Per a exposar o lliurar en classe mitjançant el treball dels alumnes en grup.

Estudi i treball autònom, individual. Desenvolupar la capacitat d'autoaprenentatge. Les mateixes activitats que en la modalitat anterior, però fetes individualment. Inclou, a més, l'estudi personal (preparar exàmens, treball a la biblioteca, lectures complementàries, fer problemes, exercicis, etc.) que són fonamentals per a l'aprenentatge autònom.

	TIPOLOGIA ACTIVITAT	HORES
Activitats formatives	Classes teòriques	80 hores
	Seminaris / Tallers	45 hores
	Estudi i treball en grup	30 hores
	Estudi i treball autònom, individual	95 hores
	Total	250 hores

Continguts

1. ELS BÀSICS DE L'EMPRENEDORIA

1.1 Tendències

1.2 Emprenedoria i intraemprenedoria

1.3 Models de negoci sostenibles

1.4 Els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS)

2. COMPETÈNCIES EMPRENEDORES

2.1. La mentalitat emprenedora

2.2. Significat d'Ikigai

2.3. Quines són les principals competències emprenedores?

2.4. Emprenedors innovadors

2.5. Dimensions en emprenedoria

3. INTRODUCCIÓ A LA INNOVACIÓ

3.1. Concepte d'innovació i la importància per l'emprenedor

3.2. El procés d'innovació

3.3. La innovació com a cultura empresarial

3.4. Tipus d'Innovació

3.5. Diferència entre millora continua i innovació

3.6. Creativitat, invent i innovació

4. LA IMPORTÀNCIA DE LA INNOVACIÓ DES DEL MERCAT

4.1. La orientació al mercat com factor d'èxit en el procés d'innovació

4.2. La importància per a l'empresa/emprenedor d'entendre a la clientela

4.3. Les conseqüències de la falta d'orientació al mercat

4.4. El concepte de 'insight' del client

4.5. Els mètodes habituals per a descobrir nous 'insights' del client

4.6. Eines etnogràfiques per entendre que desitgen els clients

4.7. La observació com a nou enfocament per a descobrir 'insights' i detectar noves necessitats del client

4.8. Metodologies concretes d'observació

5. INTRODUCCIÓ A LA CREATIVITAT I PRINCIPALS TÈCNiques CREATIVES

5.1. La creativitat i la importància per a l'emprenedor

5.2. Mites sobre la creativitat

5.3. Bloquejos mentals de la creativitat

5.4. La percepció

5.5. El pensament divergent i convergent

5.6. El funcionament del pensament creatiu

5.7. Mostrari de tècniques més significatives

5.8. Definició de criteris d'avaluació d'idees

6. PROTOTIPATGE

6.1. Introducció als tests amb prototips

6.2. Fases del procés per a planificar i executar una avaluació del prototipatge

6.3. Determinar els objectius de l'avaluació del prototipatge

7. EL PROCÉS EMPRENEDOR

7.1. El model de procés emprenedor de Timmons

7.2. El procés emprenedor complet

7.3. El " Business Model Canvas" , el " Lean Canvas", el Business Model Canvas Social

7.4. El pla d'empresa

Activitats d'aprenentatge

- Mètode expositiu o lliçó magistral: transmetre coneixements i activar els processos cognitius de l'estudiant mitjançant un aprenentatge unidireccional
- Estudi de casos: adquirir aprenentatge mitjançant l'anàlisi de casos reals o simulats
- Resolució d'exercicis i problemes: exercitar, assajar i posar en pràctica els coneixements previs
- Aprenentatge basat en problemes (ABP): desenvolupar coneixements actius a través de la resolució de problemes
- Aprenentatge orientat a projectes: realització d'un projecte per a la resolució d'un problema, aplicant habilitats i coneixements adquirits
- Aprenentatge cooperatiu: fomentar coneixements actius i significatius de manera cooperativa

Sistema d'avaluació

Exposició oral. Presentació clara i estructurada d'idees sobre un tema determinat amb la finalitat d'informar i/o convèncer a un públic específic.

Examen. Instrument d'avaluació basat en unes preguntes que s'han de respondre o unes activitats que s'han de fer per a demostrar el nivell d'aprofitament de l'aprenentatge.

Autoavaluació. Avaluació feta pel mateix subjecte o col·lectiu objecte de l'avaluació. Engloba l'autoconeixement i el conjunt de valoracions que cada individu fa de la seva tasca i, si escau, de la seva persona i permet orientar l'activitat cap a les metes desitjades (funció d'autoregulació).

Avaluació entre iguals (2P2) o coavaluació. Manera d'avaluar col·laborativa en la qual els participants fan una valoració sobre el procés o producte d'aprenentatge de tots o d'algun estudiant o grup d'estudiants. Promou la col·laboració i la cooperació entre els estudiants.

La còpia total o parcial en qualsevol de les activitats d'aprenentatge significarà un "No Presentat" en l'assignatura, sense opció a presentar-se a la prova de recuperació i sense perjudici de l'obertura d'un expedient per aquest motiu.

	Sistema d'avaluació	Ponderació
Sistemes d'avaluació	Exposició oral	20%
	Examen	40%
	Autoavaluació	20%
	Avaluació entre iguals (2P2) o coavaluació	20%

Recursos

Bàsics

Bibliografies

•

Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in organizational behavior*, 10(1), 123-167.

•

Amabile, T.M. (1998). How to Kill Creativity Harvard Business Review 76(5): 76-87.

•

Varios autores (2010) *Manual de la Creatividad Empresarial*, Crea Business Idea.

- Leydesdorff, L. (2012). The Triple Helix, Quadruple Helix,..., and an N-tuple of helices: Explanatory models for analyzing the knowledge-based economy?. *Journal of the Knowledge Economy*. vol. 3, no 1, p. 25-35.
- Liñán, F.; Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*. vol. 11, no 4, p. 907-933.
- Miller, P., Brankovic, A. (2011) "Building a creative culture for Innovation." *IESE Insight*, No 11, Fourth Quarter 2011, pages 51-58.
- Ostelwalder A. & Peigner, Y. (2010) *Business Model Generation: a handbook for visionaries, game changers and challengers*. Wiley published.
- Tang, J. Kacmar, M. Busenitz, L. (2012) Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing* 27: 77-94
- Upward, A., & Jones, P. (2016). An ontology for strongly sustainable business models: Defining an enterprise framework compatible with natural and social science. *Organization & Environment*, 29(1), 97-123.
- Van Der Pijl, P., Lokitz, J., & Solomon, L. K. (2016). *Design a better business: New tools, skills, and mindset for strategy and innovation*. John Wiley & Sons.
- de Bono, Edward. (1994) *El pensamiento creativo: el poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*. Paidós Ibérica (12ª ed). Barcelona.

Enllaços web

- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

Complementaris

Bibliografies

- Amabile, T. M. (1996). The Motivation for Creativity in Organizations. *Harvard Business School*. Background Note, 396-240.
- Csikszentmihalyi, Mihaly (1998) *Creatividad. El flujo 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.
- Abrams and E. Kleiner (2010). *The Successful Business Plan: Secrets and Strategies*
- 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>
- 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.
- Christensen, Clayton (1997) *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Harvard Business Press. Boston.
- Csikszentmihalyi, M. (1996) *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*, Harper Perennial.
- Johnson, Steven (2010) *Where Good Ideas Come From. The Natural history of Innovation*. Riverhead Books. Nueva York.
-

Miziolek, John. Design Thinking Starts At The Top. Fast Company, 2 de noviembre de 2012. <http://www.fastcompany.com/3002635/design-thinking-starts-top>

- Nueno, P. (2009). *Emprendiendo hacia el 2020. Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas*. Barcelona: Deusto SA Ediciones.
- Osborn, A.F. (1957) *Applied Imagination: Principles and procedures of creative problem-solving*, (Revised Ed.). New York: Charles Scribner's Sons.
- Trías de Bes. F. (2007). *El libro negro del emprendedor: No digas que nunca te lo advirtieron*. Empresa activa.