



PROGRAMA ACADÉMICO:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
ASIGNATURA:	DESARROLLO E INNOVACIÓN		
UNIDAD ACADÉMICA O FACULTAD:	ADMINISTRACION Y CONTADURIA		
SEMESTRE:	PRIMERO		
PRERREQUISITO:			
	PRESENCIA	AUTÓNOM	TOTAL
	L	O	96
INTENSIDAD HORARIA:	48	48	
No. CRÉDITOS:	2 (DOS)		

OBJETIVO DE LA ASIGNATURA

Permitir que el estudiante mediante técnicas de autoconocimiento identifique sus habilidades en el contexto de la creatividad e innovación generando procesos de mejora individual que lo conduzcan a la formulación de planes o proyectos de innovación utilizando las distintas metodologías para generar ideas y llevarlas a la acción en forma de soluciones relevantes para el ámbito empresarial, social, económico, académico, científico y personal, entre otros.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Afianzar las habilidades y destrezas de los estudiantes en relación con la gestión del autoconocimiento y su aplicación en procesos de mejoramiento de la realidad observada.
- Identificar la importancia de la innovación en los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Aplicar métodos y herramientas para el diseño de ideas creativas e innovadoras en escenarios profesionales.
- Reconocer los conceptos de I+D+I en la construcción de proyectos de investigación en innovación.
- Desarrollar habilidades relacionadas con la curiosidad y la indagación a través de los escenarios de aprendizaje para potenciar competencias propias de la investigación. Esto a partir del reconocimiento de los problemas sociales en los diferentes campos de acción, incorporando discursos



científicos que impacten en un contexto determinado para el desarrollo social y sostenible en los ámbitos local, regional, nacional e internacional.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO

TEMA No 1. Introducción

Propósito: Comprender los contenidos de la asignatura y su aplicación en los distintos ámbitos: sociales, culturales económicos y políticos, entre otros.

TEMA No 2. EL ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN EN COLOMBIA

Discusión abierta acerca del contexto actual de la investigación en Colombia

TEMA No 3. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Exposición dialógica y taller: Socialización de los conceptos asociados a los objetivos de desarrollo sostenible.

TEMA No 4. CONCEPTO DE CREATIVIDAD

Exposición dialógica Juego de roles y estudios de caso para la aplicación de técnicas en la solución creativa de problemas frente a necesidades de innovación. Construcción argumentando la relevancia de la solución creativa de problemas.

PRUEBA ESCRITA PARCIAL

TEMA No 5. CONCEPTO DE INNOVACIÓN

Exposición del concepto de innovación

Casos de implementación

TEMA No 6. TIPOS DE PRODUCTO EN INNOVACIÓN

Reconocer y Aplicar métodos de gestión de innovación que permitan desarrollar y sostener la creatividad en una organización, en un producto, en procesos, en innovación social y en marketing, tomando en cuenta diversos contextos.

TEMA No 7. COMPETITIVIDAD

Exposición dialógica y taller: Mediante la aplicación del concepto de los estudiantes presentarán un ejemplo pensando en una de las empresas en las que ellos trabajen o en una organización con la que tengan una estrecha relación.

TEMA No. 8. CONSOLIDACIÓN DE FICHAS DE ANÁLISIS



Revisión de ejercicio de análisis.

TEMA No. 9. TEMA DE SESIÓN: PRUEBA ESCRITA PARCIAL

Se evaluarán los avances alcanzados en el corte teniendo en cuenta 3 aspectos: a) el manejo teórico de las temáticas; b) la capacidad de aplicar la teoría a la práctica y c) la disposición para hacerlo como parte de su quehacer profesional.

TEMA No. 10. I+D+I INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

Exposición dialógica y taller:

A partir de revisión de lecturas o videos afines al tema.

Conocer los entes privados y públicos que regulan y apoyan las innovaciones a nivel nacional e internacional.

Diferenciar los tipos de impacto de las innovaciones y su importancia en el desarrollo de un país. Cidei, Colciencias, CEPAL, ANSPE, OCDE...

TEMA No 11. RESPONSABILIDAD SOCIAL

Exposición dialógica y taller:

TRABAJO AUTÓNOMO

1. Diseñar la exposición sobre responsabilidad social la cual debe apoyarse en la entrega de un folleto informativo. Este ejercicio se ejecuta de manera grupal. (tomar como apoyo la información de las sesión 12)

TEMA No 12. DESARROLLO DE EXPOSICIONES GRUPALES ACERCA DE LAS EMPRESAS QUE MANIFIESTAN ACCIONES A FAVOR O EN CONTRA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Mediante exposiciones por grupos determinan el efecto específico que ha tenido la no articulación de los procesos de responsabilidad social.

TEMA No 13. DESARROLLO SOSTENIBLE

Exposición y contextualización del concepto.

TRABAJO AUTÓNOMO

TEMA No 14. DESARROLLO DE EXPOSICIONES GRUPALES ACERCA DE LAS EMPRESAS QUE MANIFIESTAN ACCIONES A FAVOR O EN CONTRA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.



Exposiciones y evaluación.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y DIDÁCTICA

En las sesiones de aprendizaje se considera la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas, dentro y fuera del aula, contando con la dirección estratégica del docente.

El profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los alumnos; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de conocimientos de sus alumnos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa.

El estudiante asume responsabilidad de participación activa durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignado y en la exigencia del cumplimiento del silabo

EVALUACIÓN

Evaluación sumativa: de acuerdo con la exigencia de la institución para cualificar el nivel de competencias y está compuesta por tres cortes, Primer corte 30%, segundo corte 35% y tercer corte 35% y la escala de las mismas es de 0.0 a 5.0.

Lo anterior debe estar directamente relacionado con la metodología ABP, los acuerdos pedagógicos logrados al inicio del curso y lo consagrado en el reglamento estudiantil.

BIBLIOGRAFÍA

(BACCA, 2000) (Chiavenato, 2012) (Flórez Uribe, 2004) (ICONTEC, 2004)
(ITIInformática, 2016) (Malhotra K., 2008) (Padilla, 2011)
Ali, I (2018). Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life.

Journal of Innovation & Knowledge. Recuperado de
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.11.002>

Barker, Joel. (1999) Los Paradigmas. [Cinta cinematográfica]. E.E.U.U: Star Thrower. Recuperado de: <http://www.dailymotion.com/video/xm11pgBarker, Joel>.

(1999) Los Paradigmas. [Cinta cinematográfica]. E.E.U.U: Star Thrower.
Recuperado de:<http://www.dailymotion.com/video/xm11pg>

Creswell, J.W. & Plano-Clark (2007). Designing and conducting mixed methods research. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.



Goleman, Daniel. (2008). Leadership that gets results. En: Daniel Goleman. Best of Harvard Business Review on Emotionally Intelligent, Leadership. 2nd Edition. Boston: Harvard.

Goleman, Daniel. (2008). What makes a leader? En: Daniel Goleman. Best of Harvard Business Review on Emotionally Intelligent, Leadership. 2nd Edition. Boston: Harvard.

Goleman, Daniel. (2011) ¿Qué hace a un líder? En: Harvard Business Review, Diciembre. Recuperado de https://www.falconi.com/wpcontent/uploads/2015/11/artigo_04.pdf

Hessamoddin Sarooghi, Dirk Libaers & Andrew Burkemper (2014) Examining the relationship between creativity and innovation: A meta-analysis of organizational, cultural, and environmental factors.

Hinestroza, E; Preston, C & Redhiben, L. (1997). Diseño de Software educativo o de software escolar. En: Informática Educativa Vol. 10, No. 1. Universidad de los Andes.

Instituto Tecnológico de Monterrey (2016). EduTrends – Gamificación. Observatorio de Innovación Educativa. En: <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/edutrends-gamificacion.pdf>

Jiménez Arenas, S. (2014). Gamificación, generando compromiso con la cultura. En: Anuario AC/E de Cultura Digital. Disponible en: https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/3Gamificacion_SJimenez.pdf

Larizadeh, Avid. (2013). Forget Business School: Why An Emotional Education Is Indispensable. En: Forbes 7/08/2013. Recuperado de: <http://www.forbes.com/sites/avidlarizadeh/2013/07/08/forget-business-schoolwhy-an-emotional-education-is-indispensable/>

López, D.C et al (2004). “Los inhibidores personales como principal obstáculo para el desarrollo de la creatividad a nivel empresarial”. En: Revista Creando Año 2 No. 3. Universidad Nacional de Colombia. Sede Manizales. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693414>

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos OCDE (2006). Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Tercera Edición. Disponible en: <http://www.dgi.ubiobio.cl/dgi/wpcontent/uploads/2010/07/manualdeoslo.pdf>

Ponti, F. (2009). La empresa creativa: metodologías para el desarrollo de la innovación en las organizaciones. Ediciones Granica. <https://elibro.net/es/lc/intep/titulos/94010>



Murcia Cabra, H. H. (2011). Creatividad e innovación para el desarrollo empresarial. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/intep/titulos/70958>

Raya González, P. y Raya González, P. (2018). Investigación, desarrollo e innovación universitarios. McGraw-Hill España. <https://elibro.net/es/lc/intep/titulos/50340>

Varela Villegas, R. (Ed.) y Moreno Barragán, J. A. (Ed.). (2017). Desarrollo, innovación y cultura empresarial. Volumen 5: Financiación, desarrollo y educación empresarial. Editorial Universidad Icesi. <https://elibro.net/es/lc/intep/titulos/120378>
