



UNIVERSIDAD NACIONAL
“JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”
VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

VIII - A

SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO:

**CREATIVIDAD E INNOVACION
EMPRESARIAL**

DOCENTE:

**(Mo) NANCY MARIELA VELASQUEZ
SUSANIBAR**

2025-II



UNIVERSIDAD NACIONAL
"JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN"
VICERRECTORADO ACADÉMICO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

MODALIDAD PRESENCIAL
SÍLABO POR COMPETENCIAS
CURSO:
CREATIVIDAD E INNOVACION
EMPRESARIAL

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Complementarios Especializados.
Semestre Académico	2025 - II
Código del Curso	1041455
Créditos	4
Horas Semanales	Horas Totales: 5 Teóricas: 3 Prácticas: 2
Ciclo	VIII
Sección	A
Apellidos y Nombres del Docente	VELASQUEZ SUSANIBAR, NANCY MARIELA
Correo Institucional	nvelasquez@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	984264770

II. SUMILLA

El curso es de estudios de especialidad, de carácter teórico práctico, obligatorio Su propósito es proporcionar conocimiento de la Creatividad e Innovación en la empresa. El contenido de la asignatura comprende: Creatividad, Innovación empresarial. Proceso Creativo. Técnicas para generar Ideas. Técnicas de Integración de Equipos. Empuje inicial a la creatividad.

Definir idea, elegir producto y/o servicio. Desarrollar la imagen del producto y/o servicio. Desarrollar e Integrar las estrategias de las áreas funcionales. Integración de capital humano y asignación de tareas por áreas. Determinar las fuentes de Financiamiento para inicio de operaciones. Innovación, Proceso de la innovación. Modelos de innovación. Herramientas para la innovación.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Desarrolla la capacidad de comprender y aplicar fundamentos de creatividad e innovación como estrategia competitiva, utilizando metodologías actuales para generar soluciones en entornos empresariales dinámicos.	CREATIVIDAD, INNOVACIÓN EMPRESARIAL. PROCESO CREATIVO.	1-4
UNIDAD II	Aplica métodos creativos para identificar oportunidades de negocio, seleccionar productos o servicios viables y diseñar propuestas de valor diferenciadas que integren identidad visual, marketing digital y experiencia del cliente.	DEFINICIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO, SELECCIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS Y DESARROLLO DE LA IMAGEN.	5-8
UNIDAD III	Propone estrategias que articulen las áreas funcionales de la empresa, fomentando la gestión del talento humano, la cultura innovadora y el uso de herramientas digitales para la gestión organizacional y financiera.	DESARROLLAR E INTEGRAR ESTRATEGIAS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES. INTEGRACIÓN DE CAPITAL HUMANO	9-12
UNIDAD IV	Gestiona procesos de innovación aplicando modelos contemporáneos (innovación abierta, ágil y digital), evaluando factores tecnológicos, sociales y ambientales que permitan crear proyectos sostenibles y competitivos.	INNOVACIÓN, PROCESO DE LA INNOVACIÓN. MODELOS DE INNOVACIÓN	13-16

I. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Nº	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Reconoce el entorno global, competitivo y digital, identificando oportunidades para aplicar creatividad e innovación.
2	Aplica técnicas de creatividad (brainstorming, seis sombreros, design thinking) para la generación de ideas en la empresa.
3	Desarrolla propuestas innovadoras de productos, servicios o procesos que integren marketing digital y experiencia del cliente.
4	Utiliza herramientas tecnológicas (IA, big data, plataformas colaborativas) como apoyo a la creatividad e innovación empresarial.
5	Rediseña productos o servicios considerando calidad, diferenciación y valor agregado para el consumidor.
6	Integra las áreas funcionales de la empresa mediante estrategias de coordinación y trabajo en equipo.
7	Propone mecanismos de gestión del talento humano que fortalezcan la cultura innovadora y colaborativa.
8	Evalúa fuentes de financiamiento y elabora propuestas sostenibles para la puesta en marcha de proyectos empresariales.
9	Diseña y aplica modelos de gestión de la innovación (innovación abierta, ágil, digital) en casos prácticos.
10	Lidera equipos de trabajo fomentando la creatividad, la comunicación efectiva y la toma de decisiones innovadoras.
11	Argumenta y sustenta con pensamiento crítico las ventajas y limitaciones de distintas técnicas creativas.
12	Participa activamente en debates y talleres de innovación social, proponiendo soluciones con impacto comunitario.
13	Evalúa proyectos innovadores considerando criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental.
14	Implementa estrategias de marketing innovador (digital, experiencial, relacional) para mejorar la competitividad empresarial.
15	Propone el uso de herramientas digitales para optimizar la productividad y competitividad de la empresa.
16	Demuestra actitudes de apertura al cambio, resiliencia y liderazgo creativo frente a escenarios complejos e inciertos.

II. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

Unidad Didáctica I: CREATIVIDAD, INNOVACIÓN EMPRESARIAL. PROCESO CREATIVO	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: Desarrolla la capacidad de comprender y aplicar fundamentos de creatividad e innovación como estrategia competitiva, utilizando metodologías actuales para generar soluciones en entornos empresariales dinámicos.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	1	· Conceptos de creatividad e innovación Definiciones, evolución y aplicación de la creatividad y la innovación como base de la competitividad empresarial.	Elaboración de mapas conceptuales sobre creatividad, innovación y competitividad.	Valoración de la creatividad como recurso estratégico en la administración.	Expositiva (Docente/Alumno) Debate dirigido (Discusiones) Lecturas Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos)	Identifica la importancia de la creatividad y la innovación en la administración.
	2	· El proceso creativo y sus fases en la gestión empresarial Etapas de preparación, incubación, iluminación y verificación aplicadas a la solución de problemas en la empresa.	Aplicación de las fases del proceso creativo en la solución de problemas empresariales.	Disposición para asumir el cambio y proponer ideas nuevas.		Aplica las fases del proceso creativo en la solución de casos empresariales.
	3	· La persona creativa y el entorno organizacional Características individuales que impulsan la creatividad y factores del entorno laboral que la favorecen o limitan.	Reconocimiento de características personales y factores del entorno que favorecen la creatividad.	Respeto y apertura frente a diferentes perspectivas en el trabajo grupal.		Reconoce las características personales y factores del entorno que favorecen la creatividad.
	4	· Técnicas de creatividad aplicadas a la empresa Métodos como brainstorming, SCAMPER, seis sombreros para pensar y design thinking integrados a dinámicas grupales y casos reales.	Desarrollo de talleres prácticos utilizando brainstorming, SCAMPER, seis sombreros y design thinking para generar y evaluar propuestas innovadoras.	Compromiso para aplicar técnicas creativas con responsabilidad y entusiasmo.		Utiliza con eficacia técnicas de creatividad como brainstorming, SCAMPER, seis sombreros y design thinking en actividades prácticas.
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	• Estudios de Casos. • Cuestionarios.		• Trabajos Individuales y/o grupales. • Soluciones a Ejercicios propuestos.		• Comportamiento, desenvolvimiento y participación activa en las clases.	

Unidad Didáctica II: DEFINICIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO, SELECCIÓN DE PRODUCTOS O SERVICIOS Y DESARROLLO DE LA IMAGEN	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Aplica métodos creativos para identificar oportunidades de negocio, seleccionar productos o servicios viables y diseñar propuestas de valor diferenciadas que integren identidad visual, marketing digital y experiencia del cliente.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	5	Generación y validación de ideas de negocio Fuentes de ideas y métodos de validación en el mercado.	-Seleccionar y justificar una idea de negocio aplicando técnicas de creatividad.	- Demostrar iniciativa y espíritu emprendedor en la generación de ideas.	Expositiva (Docente/Alumno) Debate dirigido (Discusiones) Lecturas Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos)	Utiliza nuevas ideas creativas que permite mejorar la productividad en base a la utilización más eficiente e intensiva del conocimiento y la tecnología existente. Desarrolla nuevas tecnologías que le permitan abaratar costes y crear nuevos productos. Utiliza nuevas técnicas de ventas o marketing. Rediseña los productos y servicios existentes, de su empaque o imagen.
	6	Definición y clasificación de productos y servicios Categorías según su naturaleza, valor y ciclo de vida.	- Diseñar un esquema comparativo de productos y servicios en función a sus características.	-Valorar la importancia de la calidad y el enfoque al cliente en los productos/servicios.		
	7	Criterios de selección de productos o servicios Factores de viabilidad técnica, económica y comercial.	-Elaborar una matriz de criterios para elegir el producto o servicio más adecuado.	-Asumir responsabilidad en la toma de decisiones para la selección de propuestas.		
	8	Branding e identidad de marca Elementos básicos de identidad y diferenciación empresarial.	- Construir la identidad visual y el prototipo del producto/servicio elegido.	-Reconocer la relevancia de la identidad e imagen empresarial como factor competitivo.		
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	● Estudios de Casos. ● Cuestionarios.		● Trabajos Individuales y/o grupales. ● Soluciones a Ejercicios propuestos.		● Comportamiento, desenvolvimiento y participación activa en las clases.	

Unidad Didáctica III: DESARROLLAR E INTEGRAR ESTRATEGIAS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES. INTEGRACIÓN DE CAPITAL HUMANO	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Propone estrategias que articulen las áreas funcionales de la empresa, fomentando la gestión del talento humano, la cultura innovadora y el uso de herramientas digitales para la gestión organizacional y financiera.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	9	Áreas funcionales de la empresa Reconocimiento de la estructura y funciones básicas de dirección, finanzas, producción, logística y marketing.	Proponer estrategias que conecten las áreas de la empresa.	Valorar el trabajo en equipo y la cooperación entre áreas.	Expositiva (Docente/Alumno) Debate dirigido (Discusiones) Lecturas Uso de repositorios digitales Lluvia de ideas (Saberes previos)	Propone estrategias que integren áreas funcionales de la empresa. Analiza casos de gestión del talento humano y plantea mejoras. Diseña acciones que fomenten la innovación y la cultura organizacional. Aplica herramientas digitales para organizar información y apoyar decisiones.
	10	Integración organizacional Aplicación de procesos de coordinación para mejorar la eficiencia entre áreas de la empresa.	Analizar casos de gestión del talento humano.	Demostrar responsabilidad y compromiso en la gestión del talento humano.		
	11	Gestión del talento humano Valoración del talento humano como recurso clave para la innovación y productividad.	Diseñar acciones que fomenten la innovación y la buena cultura organizacional.	Fomentar la creatividad y la actitud proactiva en la innovación.		
	12	Herramientas digitales para la gestión organizacional y financiera: Concepto general de herramientas tecnológicas que facilitan la coordinación de tareas, la organización de la información y la toma de decisiones en la empresa.	Usar herramientas digitales para organizar información y apoyar decisiones.	Usar de manera ética y responsable las herramientas digitales en la empresa.		
	- EVIDENCIA DE PRODUCTO		- EVIDENCIA DE DESEMPEÑO		- EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	
	● Estudios de Casos. ● Cuestionarios.		● Trabajos Individuales y/o grupales. ● Soluciones a Ejercicios propuestos.		● Comportamiento, desenvolvimiento y participación activa en las clases.	

Unidad Didáctica IV: INNOVACIÓN, PROCESO DE LA INNOVACIÓN. MODELOS DE INNOVACIÓN.	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Gestiona procesos de innovación aplicando modelos contemporáneos (innovación abierta, ágil y digital), evaluando factores tecnológicos, sociales y ambientales que permitan crear proyectos sostenibles y competitivos.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	13	Concepto y tipos de innovación: Definición y principales tipos de innovación en la empresa.	Identificar tipos de innovación aplicables en la empresa.	Valorar la creatividad y la innovación en la empresa.	Expositiva (Docente/Alumno) Debate dirigido (Discusiones) Lecturas • Uso de repositorios digitales • Lluvia de ideas (Saberes previos)	Identifica y clasifica los tipos de innovación en la empresa. Analiza el proceso de innovación y sus fases principales. Compara modelos de gestión de innovación actuales. Aplica herramientas estratégicas para desarrollar proyectos innovadores.
	14	Proceso de la innovación: Etapas desde la generación de ideas hasta su implementación.	Analizar el proceso de innovación y sus fases.	Demostrar iniciativa y proactividad al proponer ideas innovadoras.		
	15	Modelos de gestión de la innovación: Enfoques abiertos, ágiles y digitales para gestionar la innovación.	Comparar modelos de gestión de innovación actuales.	Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo en proyectos innovadores.		
	16	Herramientas estratégicas: Técnicas para planificar y ejecutar proyectos innovadores en la empresa.	Aplicar herramientas estratégicas para desarrollar proyectos innovadores.	Usar herramientas digitales y estrategias de manera ética y responsable.		
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	• Estudios de Casos. • Cuestionarios.		• Trabajos Individuales y/o grupales. • Soluciones a Ejercicios propuestos.		• Comportamiento, desenvolvimiento y participación activa en las clases.	

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. MEDIOS Y PLATAFORMAS VIRTUALES

Casos prácticos
Pizarra interactiva
Proyectores
Repositorios de datos

2. MEDIOS INFORMATICOS:

Computadora
Tablet
Celulares
Internet.

VII. EVALUACIÓN:

La Evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

a. Evidencias de Conocimiento.

La Evaluación será a través de pruebas escritas y orales para el análisis y autoevaluación. En cuanto al primer caso, medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver como identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.

En cuanto a la autoevaluación permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.

Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

b. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

c. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	20 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	40%	
Evaluación de Desempeño	40%	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Unidad I: Creatividad e Innovación Empresarial. Proceso Creativo

De Bono, E. (2021). *El pensamiento creativo: El poder del pensamiento lateral para crear nuevas ideas*. Paidós.

Michalko, M. (2020). *Thinkertoys: Cómo desarrollar la creatividad en la empresa*. McGraw-Hill.

Runco, M. (2020). *Creativity: Theories and Themes*. Academic Press.

Artículo: Amabile, T. (2021). *Creativity in Context: Update on Creative Work*. Harvard Business School Working Paper.

Unidad II: Definir idea, elegir producto y/o servicio, desarrollar la imagen

Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Dirección de marketing* (15.ª ed.). Pearson.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.

Blank, S., & Dorf, B. (2021). *El manual del emprendedor*. Kogan Page.

Artículo: McKinsey & Company (2022). *Branding in the digital age*.

Unidad III: Desarrollar e integrar estrategias de las áreas funcionales. Integración de capital humano

Chiavenato, I. (2021). *Administración: Teoría, proceso y práctica*. McGraw-Hill.

Robbins, S., & Coulter, M. (2021). *Administración* (14.ª ed.). Pearson.

Werther, W., & Davis, K. (2020). *Gestión del talento humano*. McGraw-Hill.

Artículo: Deloitte Insights (2022). *The future of human capital: rethinking work, workforce, and workplace*.

Unidad IV: Innovación, proceso de la innovación y modelos de innovación

Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Gestión de la innovación: Integrando el cambio tecnológico, de mercado y organizativo* (7.ª ed.). Wiley.

Christensen, C. (2020). *El dilema del innovador*. Harvard Business Review Press.

Fagerberg, J. (2021). *Innovation studies: Evolution and future challenges*. Oxford University Press.

Artículo: OECD (2022). *Innovation in the digital era: New models and policies*.

IX. PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERÁ AL FINALIZAR EL CURSO:

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCION METRICA DE VINCULACION	CONSECUENCIA METRICA VINCULANTE DE LA ACCION
Dificultades para aplicar el proceso creativo en la identificación de oportunidades de negocio en un entorno cambiante y competitivo.	Aplicar técnicas de creatividad e innovación en casos reales.	Generación de propuestas viables de emprendimiento e innovación empresarial.
Limitaciones para diseñar productos o servicios innovadores que respondan a las necesidades reales del mercado.	Utilizar métodos de análisis de mercado y validación de ideas.	Desarrollo de productos o servicios innovadores y orientados al cliente.
Carencia de estrategias que integren las áreas funcionales y gestionen adecuadamente el talento humano en la empresa.	Elaborar propuestas de integración organizacional y de gestión del capital humano.	Fortalecimiento de la eficiencia, el liderazgo y la cultura innovadora.
Desafíos en la aplicación de modelos de innovación que incorporen sostenibilidad, tecnología y responsabilidad social en la gestión empresarial.	Diseñar estrategias basadas en modelos de innovación abiertos, ágiles y sostenibles.	Mejora de la competitividad empresarial y adaptación al cambio tecnológico y social.

Huacho, Agosto de 2025.



Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión"

.....
M (o) Nancy Velásquez Susanibar
Docente