



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### A) Datos informativos

<b>Facultad:</b>	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	<b>Dominio:</b>	DESARROLLO LOCAL Y EMPRENDIMIENTO SOCIOECONOMICO SUSTENTABLE					
<b>Carrera:</b>	LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA							
<b>Asignatura:</b>	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	<b>Código:</b>	224	<b>Unidad de organización curricular:</b>	UNIDAD DE FORMACION BASICA	<b>Campo de formación:</b>	PRAXIS PROFESIONAL TEÓRICOS METODOLÓGICOS	
<b>Semestre:</b>	2DO	<b>Paralelo:</b>	A. MER_MA_2-1 B. MER_SVE_2-3 C. MER_SNO_2-5		<b>Horario:</b>	A. JUEVES 09H30-12H30 B. MIÉRCOLES 14:30-17:30 C. MIÉRCOLES 19H30-21H30/ VIERNES 21H30-22H30		
<b>Plan de estudios:</b>	<b>Nº. Créditos:</b>	2	<b>Horas componente docencia:</b>	16	<b>Horas componente de práctica y experimentación:</b>	8	<b>Horas componente trabajo autónoma:</b>	72
<b>Prerrequisitos:</b>	FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA							
<b>Período académico:</b>	2021-2022					<b>Ciclo:</b>	II	
<b>Docente:</b>	ING. ROSA INÉS CARRASCO, MAE			<b>Título de posgrado:</b>	MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS			

#### B) Justificación del conocimiento del syllabus en el campo de formación

En la actualidad el entorno competitivo, las economías globales y del conocimiento implican la incorporación de la innovación para que las empresas se mantengan vigentes en el mercado. Desde el campo de la mercadotecnia, la asignatura de creatividad e innovación permitirá iniciar a los estudiantes al proceso innovador el cual consiste en la aplicación práctica de la creatividad a través de la generación de soluciones a problemas actuales del entorno

Aportes teóricos	Aportes metodológicos	Aporte a la comprensión de los problemas del campo profesional	Contextos de aplicación
Esta asignatura provee al estudiante con los fundamentos teóricos de la creatividad e innovación. Transitando por las características y aptitudes de la personalidad creadora, el conocimiento del proceso innovador y sus etapas desde el problema hasta la aplicación de la solución. La asignatura permitirá comprender la influencia del ambiente físico, psicológico y sociocultural en la creatividad y la innovación.	La creación de nuevos e innovadores productos y servicios se sustentan en ventajas competitivas; que implican procesos de prototipado de ideas hasta su implementación. La asignatura provee al estudiante de metodologías imprescindibles y herramientas para desarrollar el proceso innovador.	El entorno competitivo actual requiere de las organizaciones una orientación al mejoramiento constante de sus productos y servicios. La creatividad e innovación son pilares esenciales para el éxito al ser habilidades para diagnosticar y desarrollar propuestas de mejora "	La Creatividad e Innovación son competencias genéricas esenciales en el ejercicio profesional del futuro Licenciado en Mercadotecnia, ya que necesitará de su aplicación en el contexto empresarial tanto dentro de la organización como fuera de ella.



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### C) Propósitos y aportes al perfil de egreso

Propósitos del aprendizaje del syllabus relacionados con el campo de estudio y objetivos de la carrera:	Aportes al perfil de egreso: Capacidades integrales y/o competencias, logros o resultados de aprendizaje			
	Genéricas de la Universidad de Guayaquil	Específicas de la carrera	Logros de aprendizaje	Ámbito
Desarrolla en los estudiantes sus capacidades intuitiva y reflexiva para la formulación de propuestas creativas e innovadoras a partir de conceptos originales que satisfagan necesidades no cubiertas por las formas tradicionales.	Implementa las herramientas de la profesión, maneja protocolos científicos con capacidad de gestión en su ámbito profesional, con capacidades cognitivas y meta cognitivas en el desarrollo de intervención profesional, investigación, innovación y emprendimientos. Resuelve los problemas o prevenir los problemas que se relacionen con el ámbito de su profesión y los ejes relacionados a su profesión, identificando los diversos contextos socio-culturales y ambientales que intervienen, así como los enfoques y valores implicados en función de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo.	Realiza investigaciones de mercado tanto cualitativas, como cuantitativas, a partir de conocimientos e interpretación de las tendencias actuales, predominantes de la economía global. Elabora planes de marketing y toma de decisiones estratégicas en todas las áreas relacionadas con el desarrollo de proyectos de marketing. Analiza adecuadamente la gestión integral del cliente y entiende el comportamiento del consumidor. Fortalece los componentes orientados al Marketing Internacional. Maneja la comunicación integral de marketing: publicidad, promoción, branding, merchandising, relaciones públicas e imagen corporativa.	Integra conocimientos de otras disciplinas en forma apropiada para establecer estrategias empresariales  Sabe consultar y concertar pertinentemente en la toma de decisiones con profesionales de otras áreas y disciplinas.	Conocimientos
Reconoce la importancia del conocimiento personal y su incidencia en los procesos creativos Identifica nuevas necesidades y propone soluciones utilizando modelos de innovación Discernir entre las posibilidades de propuesta de solución e implementar la más idónea	Mantener un compromiso constante en el aprendizaje continuo en la búsqueda de su auto superación, en función de su crecimiento profesional y como ciudadano. Expresarse escrita, oral y digitalmente de manera adecuada, con capacidad de diálogo y comunicación, reconociendo y respetando los diversos enfoques y posiciones, presentando habilidades para su integración en el proceso de construcción de soluciones en su ámbito de acción.	Maneja de forma eficiente las aplicaciones y los softwares en el campo de la mercadotecnia. Diseña estrategias para la construcción de marcas, discierne y evaluar las actividades relacionadas al desarrollo, innovación y lanzamiento de productos. Desarrolla capacidad de reflexión crítica analítica ante la realidad de los negocios en entorno competitivo global.	Sabe enfocar un problema desde distintas perspectivas.  Evalúa posibilidades, limitaciones y alternativas con sentido crítico y realista  Utiliza el pensamiento crítico, creativo y sistémico en la solución de problemas y en la toma de decisiones	Habilidades
La asignatura promueve valores asociados al conocimiento como recurso clave para la generación de ideas, la Cooperación como filosofía sobre la que se asienta el trabajo y las relaciones entre los agentes sociales y la apertura al cambio a través de la actitud necesaria para promoverlo	Desarrollar la autonomía en su práctica profesional de manera reflexiva y crítica, de conformidad con los postulados del Buen Vivir para la formación de valores, emociones y actitudes, con equidad y conciencia social. Liderar con responsabilidad social a partir de la conciencia y reconocimiento de su rol profesional, propiciando el empoderamiento, la participación ciudadana en el ejercicio de sus derechos humanos y democráticos, el compromiso con el entorno social y ambiental.	Armoniza lo teórico-práctico con habilidades y actitudes éticas, responsabilidad y sensibilidad social, consciente del derecho nacional e internacional. Diseña y ejecuta acciones relativas al marketing estratégico de negocios y organizaciones con sólidos fundamentos humanísticos, sociales y éticos ante el consumidor, cliente interno, y la comunidad en general.	Establece y/o valora que los valores compartidos se encuentren alineados a la propuesta estratégica de los negocios.	Valores y actitudes



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### D) Unidades temáticas o de análisis:

#### UNIDAD #1: DEFINIENDO A LA INNOVACIÓN

**OBJETIVO:** Comprender las diferencias entre idea, invento e innovación, identificar los tipos de innovación y su impacto en el entorno de los negocios

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.				Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
Innovación: generalidades y definiciones Schumpeter y la Destrucción Creativa	Introducción general a la asignatura Perspectiva del rol de la innovación en el desarrollo empresarial y social	Lluvia de ideas grupal sobre qué entendemos por innovación	Introducción general a la asignatura Perspectiva del rol de la innovación en el desarrollo empresarial y social Timeline: evolución de productos a través de la innovación	Leer el código de ética y realizar actividad autónoma en la plataforma	6 h	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Diferencia entre idea, invento e innovación	conferencia, introducción de contenidos e interacción didáctica	debate grupal: cual es el mejor invento de la historia?	muro virtual: las características del sujeto innovador	Investigar la diferencia entre idea, invento e innovación. Seleccionar dos inventores famosos y realizar un ensayo sobre su importancia en la historia	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Por qué, para qué y para quien innovar?	videoconferencia	debate grupal sobre la importancia de la innovación para las organizaciones	identifique cómo, porqué y para qué innovaron marcas de su elección	Indagación: cómo las tecnologías han desplazado industrias. Ejemplo: Netflix versus DVDs	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Tipos de Innovación: según su naturaleza, su grado y su nivel tecnológico	Exposición de casos de innovación, puesta en común, asociación y determinación de tipos encontrados de innovación según lo expuesto. Construcción de conceptos	Elaboración de video grupal sobre distintos tipos de innovación: incremental, radical, technology push and pull	lluvia de ideas y generación de innovaciones	Seleccionar emprendimientos ecuatorianos innovadores y clasificarlos según su grado, naturaleza y nivel tecnológico	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Innovación, competitividad y ciclo de vida	Presentación de conceptos, análisis y comprensión de la importancia de la innovación para la competitividad en las organizaciones	Diálogo grupal	estudios de caso	Lecturas de texto guía y video	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

Fuentes de innovación: crowdsourcing I+d+ i	Presentación de conceptos, análisis y comprensión del tema	taller crowdsourcing en Ecuador y América Latina		Investigación	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
El proceso innovador	Se presentan los pasos que componen el proceso innovador	interacción a través de preguntas y respuestas	ejercicio prácticos	caso de estudio	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

## EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 1

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.	
Gestión formativa		a) Trabajo participativo en clase,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Controles de lectura,	<input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma	50%	a) Exposiciones individuales y grupales,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red,	<input type="checkbox"/>
		c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios,	<input type="checkbox"/>
		d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica,	<input type="checkbox"/>
		e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios,	<input type="checkbox"/>
		f) Trabajos de Campo,	<input type="checkbox"/>
		g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación,	<input checked="" type="checkbox"/>
		h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia,	<input type="checkbox"/>
		i) Lectura crítica y análisis comparado de casos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		j) Asistencia y reporte de Eventos académicos.	<input type="checkbox"/>
		k) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Acreditación y validación	50%	a) Exámenes orales y escritos teóricos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Exámenes orales y escritos prácticos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos.	<input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

UNIDAD # 2: CREATIVIDAD: TECNICAS PARA SU DESARROLLO

OBJETIVO: Desarrollar habilidades de pensamiento creativo a través de técnicas de pensamiento divergente

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.				Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
Introducción a la creatividad: los hemisferios cerebrales y el rol en la creatividad	Presentación de contenido	interacción: cual crees que es tu hemisferio cerebral predominante?	The Silly Cow exercise: Desarrollo de un modelo de negocios innovador	test de hemisferio cerebral	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Características del pensamiento creativo	Presentación de contenido	actividad grupal sobre pensamiento divergente	taller	Desarrollo de ejercicios del texto guía	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Tipos de pensamiento: divergente y convergente, lateral, vertical	Presentación de contenido	actividad grupal sobre pensamiento divergente	Desarrollo de ejercicios del texto guía	Desarrollo de ejercicios del texto guía	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Procesos cognitivos asociados a la creatividad: observación, asociación	Introducción a contenido	Taller: Actividad para refuerzo de temas	ejercicios prácticos planteados en texto guía	ejercicios prácticos planteados en texto guía	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

## EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 2

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.	
Gestión formativa		a) Trabajo participativo en clase,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Controles de lectura,	<input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma	50%	a) Exposiciones individuales y grupales,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red,	<input type="checkbox"/>
		c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios,	<input type="checkbox"/>
		d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica,	<input type="checkbox"/>
		e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios,	<input type="checkbox"/>
		f) Trabajos de Campo,	<input type="checkbox"/>
		g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación,	<input checked="" type="checkbox"/>
		h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia,	<input type="checkbox"/>
		i) Lectura crítica y análisis comparado de casos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		j) Asistencia y reporte de Eventos académicos.	<input type="checkbox"/>
		k) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Acreditación y validación	50%	a) Exámenes orales y escritos teóricos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Exámenes orales y escritos prácticos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos.	<input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



## FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

### CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

#### UNIDAD # 3: TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD

**OBJETIVO: APLICAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PENSAMIENTO DIVERGENTE Y CONVERGENTE PARA LA IDENTIFICACIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS**

Contenidos: Conocimientos a desarrollar.	Métodos, técnicas e instrumentos en función de las actividades de organización del aprendizaje.				Tiempo de aprendizaje.	Escenarios en función de los ambientes de aprendizaje.	Recursos didácticos.
	Componentes de docencia.		Componentes de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes.	Componentes de aprendizaje autónomo.			
	Actividades de aprendizaje asistido por el profesor.	Actividades de aprendizaje colaborativo.					
El método Davinci Técnicas las 5 Cs y porqué Lluvia de ideas Bloc de notas colectivo Conexiones forzadas	Técnicas del Pensamiento Creativo 1: presentación y aplicación de herramientas para el desarrollo de la creatividad	Taller: Actividad para refuerzo de temas	ejercicios prácticos sobre las técnicas aprendidas	Test de creatividad de Guilford	9	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Técnicas: Invertir suposiciones Collage Storyboard Mapa de empatía Método Scamper	Técnicas del Pensamiento Creativo 2: presentación y aplicación de herramientas para el desarrollo de la creatividad.	Taller: Actividad para refuerzo de temas	ejercicios prácticos sobre las técnicas aprendidas	completar un storyboard con un plot creativo	9	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Matriz de evaluación Técnica Plus, minus, interesting Seis sombreros de pensar de De Bono	Presentación de Técnicas del Pensamiento Creativo convergente	Taller: Actividad para refuerzo de temas	Ejercicios prácticos de evaluación de ideas	Ejercicios prácticos de evaluación de ideas	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos
Introducción al pensamiento de Diseño (Design Thinking)	Construcción de conceptos en base a la práctica Uso de Design Thinking para solucionar un problema de la carrera	Design thining workshop	Aplicar Design Thinking para desarrollar un producto innovador	ejercicios prácticos	6	aula virtual	plataformas online, recursos digitales, wikis, moocs, pizarra virtual, foros, videos





# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES UNIDAD # 3

Sistema de evaluación de los aprendizajes en función de:		Actividades.	
Gestión formativa		a) Trabajo participativo en clase,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Reportes de talleres y equipos colaborativos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Controles de lectura,	<input type="checkbox"/>
		d) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Gestión práctica y autónoma	50%	a) Exposiciones individuales y grupales,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Demostración de uso directo de los acervos bibliotecarios o en red,	<input type="checkbox"/>
		c) Trabajo de laboratorio, talleres, seminarios,	<input checked="" type="checkbox"/>
		d) Ejercicios Orales y Escritos de técnica jurídica,	<input type="checkbox"/>
		e) Prácticas Diversas, incluyendo la de los laboratorios,	<input type="checkbox"/>
		f) Trabajos de Campo,	<input type="checkbox"/>
		g) Trabajos individuales de lectura, análisis y aplicación,	<input checked="" type="checkbox"/>
		h) Uso creativo y orientado de nuevas TICs y la multimedia,	<input type="checkbox"/>
		i) Lectura crítica y análisis comparado de casos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		j) Asistencia y reporte de Eventos académicos.	<input type="checkbox"/>
		k) Otros: (Detallar) _____	<input type="checkbox"/>
Acreditación y validación	50%	a) Exámenes orales y escritos teóricos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		b) Exámenes orales y escritos prácticos,	<input checked="" type="checkbox"/>
		c) Sustentación de proyectos de investigación y casos prácticos.	<input type="checkbox"/>



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA: LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

## F) BIBLIOGRAFIA

	No	Título de la obra.	Existencia en biblioteca.	Número de ejemplares.
Básica	1	Instituto Andaluz de Tecnología (IAT). (2012). La respuesta está en la innovación. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. <a href="https://elibro.net/es/ereader/uguaquail/53578?page=60">https://elibro.net/es/ereader/uguaquail/53578?page=60</a>	SI	VIRTUAL
	2	Beltrán Veraza, M. (2014). Desarrollo de habilidades del pensamiento y creatividad. Grupo Editorial Exodo. <a href="https://elibro.net/es/ereader/uguaquail/153623?page=1">https://elibro.net/es/ereader/uguaquail/153623?page=1</a>	SI	VIRTUAL
	3			
	4			
Complementaria	1	Carrasco, Inés (2016). Creatividad y Marketing: Revisión de teorías, tipos e importancia de la creatividad en el campo del Marketing. Palermo Business Review No.14	No	0
	2	De Bono, Edward (2000). El Pensamiento Lateral: Manual de Creatividad	No	0
	3	Goleman, Daniel (2000). El Espíritu Creativo	No	0
	4	Martin, Roger (2008). Ideas Opuestas, Soluciones Creativas. Editorial Norma	No	0
	5	Schutz, Martin (2011). El desafío Starbucks	No	0
Sitios web	No	Dirección electrónica / URL		
	1			
	2			
	3			

## F) FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Responsabilidad.	Nombre del responsable.	Firma.	Fecha entrega.
Elaborado por:	Ing. Rosa Inés Carrasco, MAE		12/11/2021
Revisado por:	Econ. Viviana Coello Tumbaco, MsC		
Aprobado por:	Econ. Mauricio Villacreses Cobo, Mf		
Secretaría de la facultad:	Ab. Elizabeth Coronel Castillo		