



UNIVERSIDAD NACIONAL  
“JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN”

VICERRECTORADO ACADÉMICO

SYLLABUS PARA CLASES VIRTUALES EN LA UNJFSC

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**MODALIDAD NO PRESENCIAL**  
**SYLLABUS POR COMPETENCIAS**

**CURSO:**  
**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

**I. DATOS GENERALES**

LÍNEA DE CARRERA	COMPLEMENTARIOS ESPECIALIZADOS	
SEMESTRE ACADÉMICO	2020-I	
CÓDIGO DEL CURSO	1041455	
CRÉDITOS	4	
HORAS SEMANALES	Horas Totales: 5    Teóricas: 3    Prácticas: 2	
CICLO	VIII	
SECCIÓN	A	
APELLIDOS Y NOMBRES DEL DOCENTE	Mg. PAIRAZAMAN RODAS, ALEJANDRO DE LA CRUZ	Mg. TAFUR PITTMAN, TANIA LUZ
CORREO INSTITUCIONAL	apairazaman@unjfsc.edu.pe	ttafur@unjfsc.edu.pe
N° DE CELULAR	945 520 594	992 859 775

## II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

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 DIDACTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	En un entorno cambiante como el actual en el que la capacidad de <b>competir</b> de las empresas responde cada vez más a intangibles como la innovación o el conocimiento, la creatividad se está erigiendo como un elemento de vital importancia para asegurar la competitividad de las empresas.	CREATIVIDAD, INNOVACIÓN EMPRESARIAL. PROCESO CREATIVO.	1-4
UNIDAD II	El mercado competitivo actual exige <b>aplicar</b> los diversos Métodos y Técnicas creativas para definir y generar productos y/o servicios competentes.	DEFINIR IDEA, ELEGIR PRODUCTO Y /O SERVICIO, DESARROLLAR LA IMAGEN.	5-8
UNIDAD III	Las empresas de hoy deben <b>trabajar</b> en desarrollar estrategias para integrar cada una de las áreas funcionales de la organización, aprovechando los aportes y conocimientos del capital humano para ser más competentes en el mercado. Asimismo, conseguir las mejores fuentes de financiamiento para el inicio de operaciones.	DESARROLLAR E INTEGRAR ESTRATEGIAS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES. INTEGRACIÓN DE CAPITAL HUMANO	9-12
UNIDAD IV	Los procesos de innovación de las organizaciones deben ofrecer una respuesta tanto a la impredecibilidad de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. Existen ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta.	INNOVACIÓN, PROCESO DE LA INNOVACIÓN. MODELOS DE INNOVACIÓN.	13-16

#### IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

N°	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	<b>Identifica</b> el entorno altamente competitivo y globalizado, asumiendo una actitud innovadora.
2	<b>Utiliza</b> las Técnicas de Calistenia Mental y la Autoafirmación para su desarrollo profesional.
3	<b>Aplica</b> ideas innovadoras de grupos de personas que se enfrentan a un problema en la empresa, mediante el Brainstorming.
4	<b>Utiliza</b> la técnica de los seis sombreros para resolver problemas desde diferentes perspectivas.
5	<b>Utiliza</b> nuevas ideas creativas que permite mejorar la productividad en base a la utilización más eficiente e intensiva del conocimiento y la tecnología existente.
6	<b>Desarrolla</b> nuevas tecnologías que le permitan abaratar costes y crear nuevos productos.
7	<b>Utiliza</b> nuevas técnicas de ventas o marketing.
8	<b>Rediseña</b> los productos y servicios existentes, de su empaque o imagen.
9	<b>Interpreta</b> las funciones e importancia del área de dirección.
10	<b>Aplica</b> las estrategias de integración para una mejor operación dentro de la empresa.
11	<b>Reconoce</b> las relaciones favorables entre la dirección y el personal con la finalidad de que sean las más adecuadas, conciliando siempre los intereses de ambas partes.
12	<b>Interpreta</b> las tasas de interés más convenientes para la empresa.
13	<b>Observa</b> el entorno desde una perspectiva global, dispuesto a localizar singularidades y patrones, de este modo, obtener percepciones e ideas para nuevas maneras de hacer las cosas.
14	<b>Participa</b> en los debates referentes a las estrategias de innovación social.
15	<b>Aplica</b> métodos de gestión de la innovación que le permitan desarrollar y sostener la creatividad en la organización, tomando en cuenta los diversos contextos.
16	<b>Aplica</b> las herramientas de innovación en su centro de prácticas o empresa.

## V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

<b>Unidad Didáctica I: CREATIVIDAD, INNOVACIÓN EMPRESARIAL. PROCESO CREATIVO</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I:</b> En un entorno cambiante como el actual en el que la capacidad de <b>competir</b> de las empresas responde cada vez más a intangibles como la innovación o el conocimiento, la creatividad se está erigiendo como un elemento de vital importancia para asegurar la competitividad de las empresas.					
	<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS</b>			<b>ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL</b>	<b>INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD</b>
		<b>CONCEPTUAL</b>	<b>PROCEDIMENTAL</b>	<b>ACTITUDINAL</b>		
	<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conceptos básicos de Creatividad e Innovación Empresarial.</li> <li>Proceso Creativo. La creatividad como estrategia competitiva en la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Construye mapas conceptuales para graficar la Creatividad e innovación empresarial</li> <li>Estructura un organizador visual en PPT de las fases del proceso creativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participa en las conclusiones de la exposición valorando la creatividad.</li> <li>Debate las fases del Proceso Creativo</li> </ul>	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Uso de Google Meet</li> </ul> <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Foros, Chat</li> </ul> <b>Lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Uso de repositorios digitales</li> </ul> <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Foros, Chat</li> </ul>	<b>Identifica</b> el entorno altamente competitivo y globalizado, asumiendo una actitud innovadora.  <b>Utiliza</b> las Técnicas de Calistenia Mental y la Autoafirmación para su desarrollo profesional.  <b>Aplica</b> ideas innovadoras de grupos de personas que se enfrentan a un problema en la empresa, mediante el Brainstorming.  <b>Utiliza</b> la técnica de los seis sombreros para resolver problemas desde diferentes perspectivas.
	<b>2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de Calistenia Mental y de Autoafirmación.</li> <li>La persona y su entorno creativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejemplifica la Calistenia mental y Autoafirmación a través de talleres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participa en los talleres para dinamizar su autoafirmación.</li> </ul>		
	<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejercicio del Tic Toc - Taller de aplicación.</li> <li>Técnica del Brainstorming</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejecuta las técnicas del Tic Toc , en base a un taller.</li> <li>Ejecuta las Técnicas de Brainstorming en base a una lluvia de ideas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acepta las bondades de las técnicas del Tic Toc</li> <li>Participar mediante la dinámica grupal n estos talleres.</li> </ul>		
	<b>4</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Técnica 6 sombreros para pensar.</li> <li>Técnica SCAMPER</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ejemplifica la técnica de los 6 sombreros en talleres virtuales</li> <li>Ejecuta la técnica del SCAMPER</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valora la importancia de estas técnicas en el pensamiento humano.</li> <li>Justifica los diferentes usos a un mismo producto</li> </ul>		
	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>					
	<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de Casos referente al tema.</li> <li>Cuestionarios en base a los exámenes escritos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a cuestionarios sobre el tema</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> <li>Participación efectiva en la conferencia</li> </ul>	

<b>Unidad Didáctica II: DEFINIR IDEA, ELEGIR PRODUCTO Y /O SERVICIO, DESARROLLAR LA IMAGEN.</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II:</b> El mercado competitivo actual exige <b>aplicar</b> los diversos Métodos y Técnicas creativas para definir y generar productos y/o servicios competentes.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Define la idea creativa y como se genera.</li> <li>La generación de ideas aplicada a la creación de empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplica intensivamente el conocimiento para la puesta en marcha de procesos innovadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colabora con ideas creativas para la solución de problemas en la organización.</li> </ul>	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Uso de Google Meet</li> </ul> <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Foros, Chat</li> </ul> <b>Lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Uso de repositorios digitales</li> </ul> <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Foros, Chat</li> </ul>	<b>Utiliza</b> nuevas ideas creativas que permite mejorar la productividad en base a la utilización más eficiente e intensiva del conocimiento y la tecnología existente.
	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de producto</li> <li>Definición de servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseña un esquema mencionando los diferentes tipos de productos y/o servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Justifica la calidad de los productos y/o servicios.</li> </ul>		<b>Desarrolla</b> nuevas tecnologías que le permitan abaratar costes y crear nuevos productos.
	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Criterios para elegir productos y/o servicios a ofertar.</li> <li>Estrategia de desarrollo de nuevos productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustenta cada uno de los criterios para elegir adecuadamente productos y/o servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Decide la elección de un producto y/o servicios en base a los criterios estudiados.</li> </ul>		<b>Utiliza</b> nuevas técnicas de ventas o marketing.
	8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar la imagen del producto y/o servicio.</li> <li>El rol de la marca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura la imagen de del producto y/o servicio siguiendo las estrategias del marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Percibe el resultado de los mensajes del público sean estos una opinión negativa o positiva de los mismos.</li> </ul>		<b>Rediseña</b> los productos y servicios existentes, de su empaque o imagen.
	<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>					
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de Casos referente al tema.</li> <li>Cuestionarios en base a los exámenes escritos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a cuestionarios sobre el tema</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> <li>Participación efectiva en la conferencia</li> </ul>		

<b>Unidad Didáctica III: DESARROLLAR E INTEGRAR ESTRATEGIAS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES. INTEGRACIÓN DE CAPITAL HUMANO</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III:</b> Las empresas de hoy deben <b>trabajar</b> en desarrollar estrategias para integrar cada una de las áreas funcionales de la organización, aprovechando los aportes y conocimientos del capital humano para ser más competentes en el mercado. Asimismo, conseguir las mejores fuentes de financiamiento para el inicio de operaciones.					
	SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
		CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
	9	<ul style="list-style-type: none"> <li>Define las áreas funcionales de una empresa y su importancia.</li> <li>Área de dirección</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora Organigramas para explicar las áreas funcionales de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valora la importancia de las áreas funcionales para la optimización de las actividades dentro de la organización.</li> </ul>	<b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de Google Meet</li> </ul> <b>Debate dirigido (Discusiones)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Foros, Chat</li> </ul> <b>Lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de repositorios digitales</li> </ul> <b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> Foros, Chat	<b>Interpreta</b> las funciones e importancia del área de dirección.  <b>Aplica</b> las estrategias de integración para una mejor operación dentro de la empresa.  <b>Reconoce</b> las relaciones favorables entre la dirección y el personal con la finalidad de que sean las más adecuadas, conciliando siempre los intereses de ambas partes.  <b>Interpreta</b> las tasas de interés más convenientes para la empresa.
	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las estrategias de integración en la empresa.</li> <li>Área de logística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza críticamente como aumentar una mayor presencia en el mercado, en un resumen entregable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acepta el trabajo integrado en cada una de las áreas funcionales.</li> </ul>		
	11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Integración de Capital Humano.</li> <li>Área de producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconoce la importancia del proceso de integración mediante la buena selección del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explica la importancia de mantener relaciones favorables entre la dirección y el personal con la finalidad de que sean las más adecuadas, conciliando siempre los intereses de ambas partes.</li> </ul>		
	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar fuentes de financiamiento</li> <li>Ventas Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora un cuadro de Excel de las fuentes de financiamiento y sus tipos de interés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escoge las mejores fuentes de financiamiento para la empresa.</li> </ul>		
	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA					
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS		EVIDENCIA DE PRODUCTO		EVIDENCIA DE DESEMPEÑO	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de Casos referente al tema.</li> <li>Cuestionarios en base a los exámenes escritos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a cuestionarios sobre el tema</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> <li>Participación efectiva en la conferencia</li> </ul>	

<b>Unidad Didáctica IV: INNOVACIÓN, PROCESO DE LA INNOVACIÓN. MODELOS DE INNOVACIÓN.</b>	<b>CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV:</b> Los procesos de innovación de las organizaciones deben ofrecer una respuesta tanto a la impredecibilidad de los mercados como a las oportunidades existentes en la actualidad. Existen ahora una serie de factores externos que obligan a las organizaciones a gestionar sus procesos de una forma diferente, de una forma mucho más abierta.					
	<b>SEMANA</b>	<b>CONTENIDOS</b>			<b>ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL</b>	<b>INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD</b>
		<b>CONCEPTUAL</b>	<b>PROCEDIMENTAL</b>	<b>ACTITUDINAL</b>		
	<b>13</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación tecnológica.</li> <li>Un modelo de gestión de la innovación: El proceso de innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrolla y presenta las propuestas de innovación con claridad e identificando la ventaja competitiva que obtendrá la organización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Expresa la importancia de la innovación tecnológica en la empresa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Expositiva (Docente/Alumno)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de Google Meet</li> </ul> </li> <li><b>Debate dirigido (Discusiones)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Foros, Chat</li> </ul> </li> <li><b>Lectura</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de repositorios digitales</li> </ul> </li> <li><b>Lluvia de ideas (Saberes previos)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Foros, Chat</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Observa</b> el entorno desde una perspectiva global, dispuesto a localizar singularidades y patrones, de este modo, obtener percepciones e ideas para nuevas maneras de hacer las cosas.</li> <li><b>Participa</b> en los debates referentes a las estrategias de innovación social.</li> <li><b>Aplica</b> métodos de gestión de la innovación que le permitan desarrollar y sostener la creatividad en la organización, tomando en cuenta los diversos contextos.</li> <li><b>Aplica</b> las herramientas de innovación en su centro de prácticas o empresa.</li> </ul>
	<b>14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación social.</li> <li>La gestión de la innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora un cuadro resumen con sus conclusiones sobre innovación social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colabora en las estrategias sociales en el entorno de la empresa</li> </ul>		
	<b>15</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Líderes empresariales innovadores.</li> <li>Práctica de implementación del modelo de gestión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustenta mediante mapa conceptual las características de los líderes innovadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propone modelos de liderazgo empresarial basado en experiencias.</li> </ul>		
	<b>16</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Herramientas para la innovación empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elabora un cuadro comparativo indicando las diferencias que existen entre las diferentes herramientas para la innovación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Justifica el uso de las herramientas para la innovación que permite crear valor.</li> </ul>		
<b>EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</b>						
<b>EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</b>		<b>EVIDENCIA DE PRODUCTO</b>		<b>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de Casos referente al tema.</li> <li>Cuestionarios en base a los exámenes escritos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrega de Trabajos individuales y/o grupales</li> <li>Soluciones a cuestionarios sobre el tema</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento en clase virtual y chat</li> <li>Participación efectiva en la conferencia</li> </ul>		

## 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
- Google Meet
- Repositorios de datos

### 2. MEDIOS INFORMÁTICOS

- 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.

### 1. 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 cómo 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.

### 2. 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 cómo el estudiante aplica los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva.

### 3. Evidencias 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 se evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos mensuales 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.

Los promedios de las unidades didácticas se determinarán con base al siguiente cuadro:

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	30 %	El ciclo académico comprende 4 Módulos
Evaluación de Producto	35 %	
Evaluación de Desempeño	35 %	



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 Y REFERENCIAS WEB

### 8.1. Fuentes Bibliográficas

- DE BONO, E. (2009). El Pensamiento Creativo. Buenos Aires. Argentina: Paidós.
- GERVILLA, M. (2011). Creatividad e Inteligencia Emocional: Dimensiones Básicas del Mundo Empresarial. España: DYKINSON.
- MOREAL, C. (2013). Qué es la Creatividad. España: Biblioteca Nueva.
- CHIAVENATO, I. (2010). Innovaciones de la Administración. Tendencias y estrategias. Los nuevos paradigmas (5ta Ed.). México: Me Graw Hill / Interamericana Editores.
- FISCHMAN, D. (2011). El Camino del Líder (1ra Ed.). Perú: UPC- El Comercio.
- MICHALKO, M. (2010). ThinkerToys, Cómo Desarrollar la Creatividad en la Empresa (25 Ed.).

Huacho, Junio de 2020.

  
*Universidad Nacional*  
*"José Faustino Sánchez Carrión"*  
  
.....  
Mg. PAIRAZAMAN RODAS, ALEJANDRO  
DC 1652

  
*Universidad Nacional*  
*"José Faustino Sánchez Carrión"*  
  
.....  
Mg. TAFUR PITTMAN, TANIA LUZ  
DC 1534