

sílabo

CREATIVIDAD 2 AA-AI

I. Datos Informativos

Código	: 5275
Carrera	: Arquitectura, Arquitectura de interiores
Semestre	: 2019-1
Ciclo	: 2°
Categoría	: Formación Básica
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Creatividad I
Docente	: Mario Gomez, Eduardo Diestra, Olga Canales

II. Sumilla

Para este curso de formación básica, la creatividad es una conducta, un proceso y un producto que se manifiesta en la experiencia y en la práctica. Desde el arte, la ciencia y la empresa, la creatividad es una necesidad para el comunicador y diseñador, cuya actividad transita desde la idea a la realización, desde el proceso a la elaboración, desde la necesidad hacia la innovación.

El objetivo de la materia es potenciar la personalidad creativa del alumno, tomando como eje la personalidad creadora y la motivación intrínseca, logrando formar un profesional sensible, flexible, abierto al cambio y a la exploración, incorporando la creatividad a su vida cotidiana, haciendo que las herramientas de la creatividad fluyan y trasciendan.

III. Competencias

▪ General:

Aplica la creatividad a los procesos de investigación, conceptualización, desarrollo, validación y producción, de propuestas originales de comunicación y diseño.

▪ Específicas:

- Selecciona información valiosa y relevante a partir de la observación, detectando situaciones o problemas para iniciar el proceso de creación.
- Amplía su base de conocimientos a partir de la investigación.
- Desarrolla la capacidad de conceptualizar.
- Produce ideas y acciones a partir de la observación e investigación para fundamentar sus proyectos creativos de forma organizada.
- Integra fundamentos teóricos de la creatividad, en propuestas originales de comunicación y diseño.
- Experimenta la dinámica del trabajo en equipo en un proyecto creativo comunicacional y/o de diseño.
- Detecta necesidades de comunicación y de diseño en problemáticas sociales y la resuelve con creatividad y coherencia.
- Genera estrategias comunicacionales y de diseño, para resolver una necesidad de manera flexible y creativa.

IV. Contenidos

1ª Semana

- La visión clásica de la inspiración y la invención en el origen de las ideas.
- ¿Qué es creatividad?

2ª Semana

- El arte de pensar: Creatividad e inteligencia.
- Cómo ser más creativos.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Naturaleza de la creatividad.
- El proceso creativo y la incertidumbre.

4ª Semana

- Fundamentos de la teoría de la creatividad.
- Buscando la sinergia. La Creatividad vista por místicos y sabios

5ª Semana

- Aptitudes y actitudes para la creatividad. Desenmascarando motivaciones.
- El escuchar.
- La Creatividad y el impulso.
- El fluir. Creatividad, el arte del riesgo.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- La personalidad creativa

7ª Semana - Examen Parcial

- El Problema No Estructurado
- Técnicas creativas.

8ª Semana

- El equipo de alto desempeño creativo.

9ª Semana

- Conocimiento, análisis y manejo del entorno.
- Técnicas de observación creativa- Pensamiento lateral.

10ª Semana

- Las fases del proceso creativo.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Investigación y observación para la creación de propuestas creativas.

12ª Semana

- Conceptualización y Creatividad.

13ª Semana

- Bloqueos perceptivos y emocionales.
- Estrategias coherentes y aplicables a diversas realidades del ámbito comunicacional.
- El humor y la creatividad.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Ayudas creativas: insight, visualización y conceptualización
- Principios metodológicos (análisis y síntesis)

15ª Semana - Examen Final

- Presentación de propuestas creativas para solucionar necesidades de comunicación y diseño

16ª Semana – Entrega de Notas

V. Metodología

- Exposición con presentaciones multimedia.
- Dinámicas grupales e individuales en clase.
- Análisis de casos.
- Métodos de proyectos.
- Metodologías de investigación y observación.
- Auto aprendizaje.
- Ejercicios prácticos en clase y en campo.
- Trabajo en equipo y colaborativo.
- Trabajo individual.
- Prácticas de campo.
- Visitas a espacios y muestras donde se desarrollen elementos de creatividad.
- Investigación bibliográfica y aplicación a sus trabajos prácticos.
- Clases maestras con profesionales relacionados al medio.
- Aprendizaje interactivo e interpersonal.
- Aprendizaje basado en un proyecto final.
- Lluvia de ideas.
- Método Proceso.
- Auto evaluación y co evaluación.

VI. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.
El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%) → Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VII. Fuentes

N	Código CIDOC	FUENTE
1	153.35/S21	Sánchez Manzano, Esteban. (2010). La inteligencia creativa. Málaga. Editorial: Ediciones Aljibe
2	153.35/M77	Monreal, Carlos. (2000). Qué es la creatividad. Madrid. Editorial: Editorial Biblioteca Nueva
3	746.6/B84	Brown, Tim. (2009). Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York. Editorial: Ideo
4	EBSCO: Art Source	Ramos Carranza, Amadeo. (2013). CONSTRUYENDO FORMAS DEL PENSAMIENTO. Revista Proyecto, Progreso, Arquitectura; may2013, p14-17. http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=9d1998fa-8d89-4f8e-a978-8c3c969b0a63%40sessionmgr4008&vid=0&hid=4207&bdata=Jmxhbm9Zc1laG9zdC1saXZl#AN=88942978&db=asu

5	EBSCO: Art Source	González-Capitel, Antón. (2015). LA ARQUITECTURA COMO MODO DE ENTENDER EL MUNDO. NOTAS DE UN PROFESOR VETERANO. Revista Proyecto, Progreso, Arquitectura; may2015, Issue 12, p18-23. http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=fe3079b6-c61f-4d1d-9c40-f06e7e08d7b1%40sessionmgr4006&vid=0&hid=4206&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=108981611&db=asu
6	EBSCO: Art Source	Díaz Caro, Esther. (2016). SENSING CITIES. ENTRE LOS LÍMITES DIFUSOS DEL ARTE Y LA ARQUITECTURA. Revista Proyecto, Progreso, Arquitectura; may2016, Issue 14, p28-39. http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=357fe3ab-b90f-47c3-b97f-f11976036ba7%40sessionmgr104&vid=0&hid=115&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=119793741&db=asu
7	Repositorio Institucional	De Rivero, Manuel; Ricci, Mario; Giese Salazar, Rudolf. (2015). Repensando la arquitectura. Revista Arkinka. 238, 20-21. http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/156

VIII. Fuentes complementarias

AMABILE, Teresa M. (1983).	<i>The social psychology of creativity</i> . Nueva York, Estados Unidos: Ed.Springer-Verlag.
BAYLES, D. y ORLAND T. (2002).	<i>Art and Fear. Observations on the perils and rewards of artmaking</i> . Minnessota, Estados Unidos: Editorial The image continuum press.
CAMERON, Julia. (2002).	<i>The artist way</i> . Nueva York, Estados Unidos: Penguin Group
CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. (2011).	<i>Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención</i> . Barcelona: Editorial Paidós.
DE BONO, Edward. (2010).	<i>El Pensamiento Lateral</i> . Bogotá, Colombia: Ed. Paidós.
GARDNER, Howard. (2010).	<i>Mentes Creativas. Una anatomía de la creatividad</i> . Bogotá, Colombia: Ed. Paidós.
GARDNER, Howard. (2011).	<i>Las Inteligencias múltiples. Estructura de la mente</i> . Barcelona Ed. Paidós.
MUÑOZ, Joseph. (2008).	<i>El pensamiento creativo</i> . Barcelona: Ed. Octaedro, 2008.
PARRA, Diego. (2003).	<i>Creativamente. Secretos para pensar de maneras impensables</i> . Bogotá, Colombia: Grupo editorial Norma.