

sílabo

CREATIVIDAD 2 AA-AI

I. Datos Informativos

Código	: 9902008
Carrera	: Arquitectura, Arquitectura de interiores
Semestre	: 2020-2
Ciclo	: 2°
Categoría	: Formación Básica
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Creatividad 1 AA-AI
Docente	: 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

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje.

Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, lectura reflexiva, trabajos en equipos pequeños, producción de ensayos en forma individual y de temas particulares, conversación, exposición, práctica guiada y práctica autónoma, investigación de repositorios y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas estandarizadas con estrategias de cada docente, videos seleccionados para reforzamiento, etc.

Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook, Zoom, Whats app, entre otras conforme a las necesidades y requerimientos.

VI. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

Entrega de portafolios.

Sustentación de trabajos.

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=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#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=Jmxhbmc9ZX Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#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=Jmxhbmc9ZXMMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#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. |