

1.- Asignatura / Course Title

DECIDIR E INNOVAR / Decision taking and Innovation.

1.1.- Código / Course code

31880

1.2.- Tipo / Course type

Formación optativa / Elective subject

1.3.- Materia /Content area

DECIDIR E INNOVAR / Decision taking and Innovation. Contenidos: Toma de decisiones/ Making decisions(2,5 ECTS) y Creatividad e Innovación/ Creativity and innovation (2,5 ECTS)

1.4.- Nivel / Course level

Máster / Master (second cycle)

1.5.- Curso / Year

Primero /First

1.6.- Semestre / Semester

2º /2nd Spring semester

1.7.- Número de créditos ECTS / ECTS allocated

DECIDIR E INNOVAR: 5 ECTS
Contenido: TOMA DE DECISIONES (2,5 ECTS)
Contenido: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (2,5 ECTS)

1.8.- Requisitos previos / Prerequisites

Ninguno

Esta asignatura se imparte en castellano /This course is taught in Spanish.

1.9.- Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales / Minimum attendance requirement

La asistencia es obligatoria al menos en un 90% de las clases/ Attendance at a minimum of 90% of in-class sessions is mandatory

1.10.- Datos del Equipo Docente / Faculty Data

Contenido: Toma de decisiones

Nombre profesor	Asunción López Manjón
Centro	Psicología
Despacho	515
Correo electrónico	asuncion.lopez.manjon@uam.es
Teléfono	914975210
Horario tutoría	mediante petición por correo electrónico.

Contenido: Creatividad e Innovación

Nombre profesor	Manuela Romo
Centro	Psicología
Despacho	511
Correo electrónico	manuela.romo@uam.es
Teléfono	914974690
Horario tutoría	Se indicaran en moodle

1.11.- Objetivos del curso/ Course Objectives

OBJETIVOS:

Toma de decisiones

El objetivo de este curso es analizar cómo se aprende y cómo se pueden mejorar los procesos de toma de decisiones en contextos profesionales dentro de una organización. Analizaremos los enfoques más clásicos y tradicionales y los llamados “naturales” que intentan explicar cómo se decide en contextos reales.

- Promover un cambio en la conceptualización de la toma de decisiones pasando de concebir la toma de decisiones únicamente como un proceso de elección a considerarla también como un proceso de solución de problemas reales.
- Llevar a cabo un análisis cognitivo de las tareas implicadas en la toma de decisiones en diversas situaciones profesionales dentro de una organización para a partir de la misma caracterizar el tipo de decisión implicado y diseñar estrategias de intervención para mejorar la toma de decisiones.
- Concebir las diferentes concepciones de la toma de decisiones como propuestas que han de valorarse de acuerdo a las características de los contextos organizacionales (contenido, complejidad, factores temporales, riesgo, etc.) y del decisor (grado de pericia, tipo de instrucción recibida, concepciones sobre la toma de decisión...).

Innovación y creatividad

- Adquirir competencias para poder desarrollar procesos de consultoría para el desarrollo creativo de productos y servicios en empresas y organizaciones
- Desarrollar procesos formativos dirigidos a los recursos humanos de las empresas y organizaciones en procesos y técnicas creativas.
- Practicar las técnicas y habilidades útiles para estimular la creatividad propia y del equipo y crear actitudes de superación ante los bloqueos personales, culturales o ambientales a la creatividad en las organizaciones.
- Aprender a identificar y desarrollar estrategias para el emprendimiento empresarial y social.

COMPETENCIAS:

Al acabar el curso los estudiantes

(CE3n) Habrán aprendido a convertir un problema de decisión en una oportunidad para satisfacer los objetivos del decisor.

(CE3o) Sabrán organizar la información de forma que se tengan en cuenta todos los intereses del decisor y se compensen adecuadamente.

(CE3p) Serán capaces de reflexionar sobre la importancia y la necesidad de creatividad e innovación en las empresas en un mundo globalizado y una economía sin peso.

(CE3q) Sabrán reconocer el valor de la innovación y la creatividad como activos para hacer compañías más competitivas en el mercado y con un valor añadido en su capital humano.

(CE3r) Serán capaces de dinamizar proyectos de toma de decisiones e innovación empresarial.

(CE3s) Habrán aprendido a identificar y desarrollar estrategias para el aprendizaje empresarial y social.

1.12.- Contenidos del programa / Course contents

Contenido. Toma de decisiones

1. Introducción: concepciones intuitivas sobre la toma de decisiones

¿Qué se entiende por tomar una decisión? ¿Cómo estar seguros de haber tomado una buena decisión? ¿Por qué algunas decisiones son difíciles? ¿Por qué hay personas que evitan tomar decisiones?

¿Qué sabemos sobre la toma de decisiones y qué queremos saber?

2. El enfoque clásico en psicología: ¿Decidir es elegir?

¿Por qué es un enfoque clásico? ¿Qué características tiene? ¿Cómo se concibe al decisor? ¿Se puede aplicar a todo tipo de situación y contexto?

3. El enfoque naturalista: ¿Decidir es solucionar problemas reales o reconocer situaciones pasadas?

¿Por qué surge este enfoque? ¿En qué consiste? ¿Cómo se concibe el sujeto que va a tomar la decisión? ¿Son adecuadas las decisiones intuitivas? ¿Se puede aplicar a todo tipo de situaciones y contextos? ¿Cuáles son sus limitaciones?

4. Toma de decisiones en equipo.

¿Las decisiones en equipo se toman de la misma forma que de manera individual? ¿Qué características tienen las decisiones intuitivas y deliberadas que se toman en equipos de trabajo eficaces?

5. Formación para mejorar la toma de decisiones.

¿Cómo mejorar los procesos de toma de decisiones en los contextos profesionales reales?
¿De qué depende esa mejora? ¿Qué estrategias de intervención se pueden usar para diseñar un plan de formación de mejora de los procesos de toma de decisiones?

TOMA DE DECISIONES EN DIVERSOS CONTEXTOS ORGANIZACIONALES

(Elección de un contexto dependiendo de las preferencias e intereses de los asistentes)

Toma de decisiones en Recursos Humanos en general.

Toma de decisiones en medicina.

Toma de decisiones en aviación: pilotos

Toma de decisiones en Derecho (jueces y jurados).

Toma de decisiones en ingeniería: centrales nucleares, aeronáutica, detección de averías.

Contenido. Creatividad e Innovación

1.- El desafío de la creatividad en la sociedad actual. 1.1.- Complejidad y globalización

1.2.- La era del conocimiento

2.- “Nada especial”: Adiós al mito del genio

3.- Naturaleza sociocultural de la creatividad. 3.1.- El triángulo de la creatividad según Csikszentmihaly. 3.2.- El producto creativo. 3.3.- Las cuatro P' de la creatividad

4.- Los 7 ingredientes de la creatividad

5. ¿Cómo son las personas creativas?

6.- La solución creativa de problemas

7.- El aprendizaje de la creatividad: Técnicas de entrenamiento

8.- ¿Cómo son las organizaciones creativas? 8.1.- Condiciones que favorecen y que obstaculizan la creatividad. 8.2.- Estrategias creativas de las empresas innovadoras. 8.3.- La práctica de la creatividad en las organizaciones

9.- Necesidad de una cultura emprendedora. 8.1. Emprendimiento y creatividad.

1.13.- Referencias de consulta / Course Bibliography

Contenido. Toma de decisiones

Cañas, J.J. (2004) *Personas y máquinas*. Madrid: Pirámide.

Gigerenzer, G. (2007) *Decisiones intuitivas*. Barcelona: Ariel.

Kahneman, D. (2011) *Thinking, Fast and Slow*. Penguin Random House. (Trad. Cast. Joaquín Chamorro, 2012. Barcelona: Penguin Random House).

Klein, G.A, ORASANU, J., CALDERWOOD Y ZSAMBOK, C. E. (Eds.) (1993) *Decision Making in Action: Models and Methods*. Norwood, NJ: Ablex.

León, O. (2000) *Tomar decisiones difíciles*. Madrid: McGraw Hill.

- León, O. (1997) *Análisis de decisiones*. Mac-Graw Hill.
- Lehrer, J. (2011) *Cómo decidimos y cómo tomar mejores decisiones*. Madrid: Paidós.
- Montgomery, H., Lipshitz, R. & Brehmer, B. (2004) *How Professionals Make Decisions*. Londres: LEA.
- Salas, E. y Klein, G. (Eds.) (2001) *Linking Expertise and Naturalistic Decision Making*. Mahwah, N.J.: Lawrence.
- Schraagen, J.M., Militello, L.G., Ommmerod, T. y Lipshitz, R. (2008) *Naturalistic Decision Making and Macrocognition*. Aldershot, U.K.: Ashgate

Contenido. Creatividad e Innovación

- Amabile, T. (1996) *Creativity in context*. Colorado. Westview Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1998) *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona. Paidós.
- Gallego, F. (2002) *Aprender a generar ideas: innovar mediante la creatividad*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica
- Harvard Business Review (2005) *Creatividad e Innovación*. Barcelona. Ed. Deusto
- Kaufman, J. y Sternberg, R. (Ed.) (2010) *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.
- Pastor Bustamante, J. (2013) *Creatividad e Innovación. Factores clave para la gestión e internacionalización*. Madrid. ICEX
- Ponti, F. y Ferras, X. (2006) *Pasión por innovar*. Barcelona. Ed. Granica.
- Puccio, G. y Cabra, J. (2010) *Organizational creativity: A systems approach*. En Kaufman, J. y Sternberg, R. (Ed.) *The Cambridge Handbook of Creativity*. Cambridge University Press.
- Rickards, T. (2008) *The Routledge companion to creativity*. Routledge
- Romo, M. (1997). *Psicología de la creatividad*. Barcelona: Paidós.
- Roth, G. (2001) *El lado humano del cambio: la innovación y el aprendizaje en la organización*. Editorial Oxford University Press, 2001.
- Seltzer, K y Bentley, T. (2000) *La era de la creatividad*. Madrid. Santillana
- Sternberg, R. J. y Lubart, T. (1997) *La creatividad en una cultura conformista*. Barcelona. Paidós.
- Sawyer, R.K. (2012) *Organizational creativity*. En Sawyer, R.K. *Explaining Creativity*. Oxford University Press.
- Shalley,C.; Hitt,M.A. & Jing Zhou (2016) *The Oxford Handbook of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship*. Oxford University Press.

1.14.- Métodos docentes / Teaching methodology

Contenido. Toma de decisiones.

Las clases como actividad presencial estarán dedicadas a la activación y reflexión sobre los conocimientos que los estudiantes ya poseen sobre el tema. Se plantearán tareas y actividades y dinámicas específicas para realizar en pequeños grupos. Los diferentes modelos

serán expuestos mediante clases magistrales debido a que muchos de los textos se encuentran en inglés. En conjunto la metodología de enseñanza-aprendizaje se basará en la actividad de los alumnos junto con el desarrollo de exposiciones. Con este fin se prepararán un conjunto de lecturas y actividades que permitan la activación de diferentes niveles de conocimiento y propicien la discusión entre puntos de vista diferentes. También, los estudiantes deberán desarrollar un trabajo de análisis e intervención en contextos profesionales y organizacionales a elegir por los estudiantes para la mejora de la toma de decisiones realizado en pequeños grupos.

Contenido. Creatividad e Innovación

Metodología activa y participativa que incluye dinámicas, ejercicios de entrenamiento en las técnicas de creatividad, aplicación de pruebas de creatividad y presentaciones de casos por parte de los estudiantes. Prácticas individuales y en grupo. Materiales audiovisuales de apoyo y lecturas obligatorias que serán objeto de presentación y debate en clase.

Se realizarán tareas prácticas en los temas 1, 5, 6, 7 y 9 para consolidar los conceptos teóricos de cada tema y en especial, comprender la forma en que los procesos de innovación se pueden implementar en las organizaciones.

1.15.- Tiempo de trabajo del Estudiante / Student workload

Contenido. Toma de decisiones

Actividades presenciales	Nº Horas
Asistencia a clases presenciales carácter teórico: discusión lectura de textos, análisis de casos, realización de actividades prácticas, etc.	18
Tutorías grupales	2
Total horas presenciales	20
Trabajo personal del/la estudiante	35
Total horas no presenciales	35
TOTAL HORAS	55

Contenido. Creatividad e Innovación

		Nº de horas	Porcentaje
Presencial	Clases teóricas	16h	33% (mínimo) = 26 horas
	Clases prácticas		
	Tutorías programadas a lo largo del semestre	8h	
	Realización del examen final	2	
No	Realización de actividades prácticas	8	36 horas

presencial	Estudio semanal	3x6
	Preparación del examen	10 h
Carga total de horas de trabajo: 25 horas x 2,5 ECTS		62

1.15.- Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final/ Evaluation procedures and weight of components in the final grade

La calificación final de la asignatura se calculará utilizando la media de las calificaciones de cada uno de los contenidos, ponderándose cada módulo con un 1/2 del total.

Contenido: Toma de decisiones

ACTIVIDAD	PORCENTAJE:
Participación activa, aportaciones y realización de las actividades propuestas en clase	50%
Realización de un trabajo en pequeños grupos tutorizado consistente en elegir un contexto concreto de interés para analizar y caracterizar el proceso de toma de decisiones y proponer una intervención para mejorar dichos procesos	50%
TOTAL	100 %

Contenido: Creatividad e innovación

ACTIVIDAD:	PORCENTAJE:
Ejercicio final de preguntas a desarrollar, con los materiales presentados en clase y las lecturas obligatorias	entre 40% y 60%
Informes y presentación pública de trabajos en grupo (voluntaria)	entre 30% y 40%
Participación activa en la dinámica de la asignatura.	entre 10% y 20%
TOTAL	100 %

1.15.- Cronograma/ Course calendar

Contenido: Toma de decisiones

Tema	Contenido	Horas presenciales estudiantes	Horas no presenciales estudiantes
1	Presentación. Concepciones intuitivas sobre la toma de decisiones.	3	7
2	El enfoque clásico en psicología: ¿Decidir es elegir?	3	7
3	El enfoque naturalista: ¿decidir es solucionar problemas reales y/o reconocerlos?	3	7
4	Toma de decisiones en equipo. Tutorías grupales	3	7
5	Formación para mejorar la toma de decisiones. Tutorías grupales	3	7

Contenido. Creatividad e Innovación

Semana	Contenido	Horas presenciales de estudiantes	Horas no presenciales de estudiantes
1	1.- El desafío de la creatividad en la sociedad actual. 1.1.- Complejidad y globalización 1.2.- La era del conocimiento 2.- “Nada especial”: Adiós al mito del genio	3	6
2	3.- Naturaleza sociocultural de la creatividad 3.1.- El triángulo de la creatividad según Csikszentmihaly 3.2.- El producto creativo. 3.3.- Las cuatro P’ de la creatividad 4.- Los 7 ingredientes de la creatividad	3	6
3	5.- ¿Cómo son las personas creativas?	3	6
4	6.- La solución creativa de problemas 7.- El aprendizaje de la creatividad: Técnicas de entrenamiento	3	9
5	8.- ¿Cómo son las organizaciones creativas? 8.1.- Condiciones que favorecen y que obstaculizan la creatividad 8.2.- Estrategias creativas de las empresas innovadoras 8.3.- La práctica de la creatividad en las organizaciones	3	9
6	9.- La necesidad de una cultura emprendedora 9.1. Emprendimiento y creatividad	3	6

* Este cronograma tiene carácter orientativo y podrá verse alterado en función de la marcha de la asignatura en los distintos grupos.