

CREATIVE ECONOMY

PROGRAMA

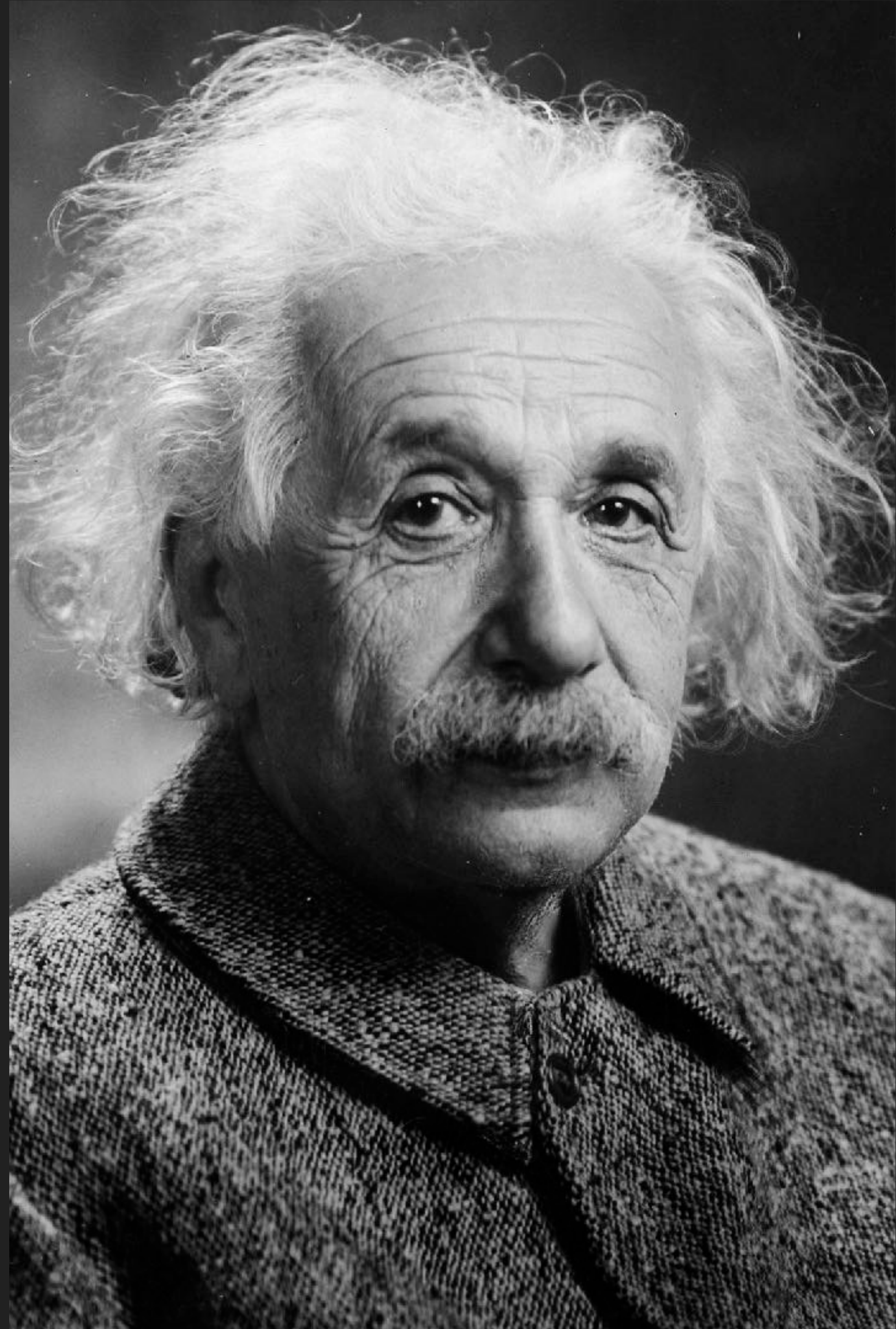
FERNANDO FRANCO, M.SC, M.PHIL

ANA URRUELA

JULIO, 2019

"IMAGINATION IS MORE
IMPORTANT THAN
KNOWLEDGE. FOR
KNOWLEDGE IS LIMITED
TO ALL WE NOW KNOW
AND UNDERSTAND,
WHILE IMAGINATION
EMBRACES THE ENTIRE
WORLD, AND ALL THERE
EVER WILL BE TO KNOW
AND UNDERSTAND"

ALBERT EINSTEIN



EL CURSO



La creatividad es una de las ventajas competitivas mas notables en una economía sofisticada. Es evidente que la creatividad es un motor esencial que promueve que las empresas sobresalgan, alcancen éxito comercial y se mantengan relevantes a lo largo del tiempo.

Como resultado, la creatividad es una habilidad cuya demanda aumenta constantemente, por esto, empresas y emprendedores deben encontrar maneras de fomentarla y canalizarla hacia oportunidades comerciales. Reconocemos que no es sencillo mantener flujos creativos constantes, las definiciones de lo que implica ser 'creativo' varían de persona a persona y las condiciones para que la creatividad florezca son complejas de alcanzar.

Sin embargo, parte de promover la creatividad está en mantener viva la imaginación, curiosidad, hacer preguntas constantes, tomar riesgos, plasmar una visión y atreverse a promover algo nuevo. Este curso busca explorar cómo aumentar la creatividad individual y promover prácticas que creen empresas más creativas y competitivas.

'Creative Economy' es una clase dinámica donde los alumnos tendrán la libertad de descubrir y desarrollar sus propios proyectos creativos, explorando los retos y oportunidades a los que se enfrenta un emprendedor que sigue su pasión por la innovación y la creatividad.

OBJETIVOS



El objetivo principal de este curso es explorar y entender la creatividad cómo una ventaja competitiva esencial para la economía del presente y futuro.

Al final del curso los participantes deben dominar los siguientes temas:

- Comprender la importancia de la creatividad cómo ventaja competitiva
- Desarrollar técnicas para fomentar la creatividad individual
- Identificar las características que definen un emprendimiento creativo
- Implementar mecanismos que aumenten la creatividad e innovación dentro de una organización

METODOLOGÍA

The background is a piece of marbled paper with a complex, organic pattern. It features swirling bands of red, pink, and light orange, interspersed with darker, almost black, areas. A prominent dark blue circular spot is visible on the right side. The overall texture is fluid and artistic, typical of traditional marbling techniques.

La metodología del curso se basa en una mezcla de los siguientes elementos: discusión y análisis de contenido (artículos, podcasts, casos de estudio, videos y documentales), actividades grupales y proyectos individuales.

Adicionalmente, los alumnos tendrán un rol activo en definir y dirigir la trayectoria del curso, el catedrático desempeñará principalmente el rol de facilitador.

A dark, grainy, black and white photograph of a hallway. The view is through a camera's viewfinder, with a dark frame around the edges. In the center of the hallway, a person is standing, facing away from the camera. The hallway is dimly lit, with light coming from the far end. The word "CALIFICACIÓN" is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters across the middle of the image.

CALIFICACIÓN

- Participación - 25%
- Ejercicios en clase - 15%
- Reflexiones - 15%
- Examen Parcial - 15%
- Proyecto personal - 30%

A dense, chaotic pile of 3D wooden letters and numbers in various colors (dark blue, light blue, yellow, orange, red) and sizes. The letters are scattered across a dark wooden surface, creating a textured, layered appearance. The word "PROYECTOS" is overlaid in the center in a white, sans-serif font.

PROYECTOS

- **Participación:** esperamos participación activa y dinámica por parte de los alumnos. Tomaremos en cuenta únicamente los aportes que promuevan la discusión y demuestren pensamiento crítico y dominio de los temas asignados para cada clase. Todos los participantes deben estar preparados para abrir la discusión, cada sesión se escogerá a alguien aleatoriamente que introduzca el tema asignado.
- **Ejercicios en clase:** a lo largo del semestre llevaremos a cabo actividades grupales producir que aportarán a la nota de este rubro. Los entregables deben evidenciar pensamiento crítico y dominio de los temas en discusión.
- **Reflexiones:** todas las semanas se deben entregar una reflexión (300 palabras aproximadamente) **acerca del contenido de la primera clase de la semana** (a menos que se diga lo contrario).
- Las reflexiones deben incluir los siguientes elementos:
 - Narrativa - breve síntesis del contenido
 - Percepción y análisis - análisis del contenido, esto incluye brindar opiniones informadas, ejemplos ilustrativos, conexiones con clases anteriores.

- **Parcial:** enviaremos los detalles el día del examen.
- **Proyecto Personal:** proyecto donde exploren y exploten su creatividad, por ejemplo, lanzar un blog, aprender un instrumento musical, realizar un cortometraje, lanzar un nuevo producto, diseñar un prototipo, promover procesos que aumenten la creatividad e innovación en una empresa 'no creativa'.
- El proyecto se divide en los siguientes elementos:
 - 'Rocket-pitch' (15%) - pitch de 3 minutos donde se incluya la articulación de la idea, ¿qué problema / necesidad resuelve?, ¿quién es el cliente?, ¿cuál es la propuesta de valor?, ¿qué recursos son necesarios?
 - Output (30 %) - cada proyecto debe producir resultados tangibles, los detalles quedan a discreción de los alumnos y deben ser aprobados por el catedrático.
 - Trabajo escrito (30%) - reporte de 8 a 10 páginas (1.5) que incluya una descripción del proyecto, los alcances y resultados del mismo, análisis del proceso creativo y una estrategia de comercialización.
 - Presentación (25%) - presentación final de la idea y plan de comercialización.
- Esperamos altos niveles de profesionalismo en sus trabajos y el reporte. Adicionalmente, cada alumno tendrá un 'running partner', la idea es que ambos se apoyen mutuamente para alcanzar los objetivos planteados.

A person wearing a dark, possibly black or dark blue, jacket is holding a camera with a large lens. The camera's lens is prominent in the foreground, showing some internal reflections and a lens flare effect. The background is a blurred city street at night, with various lights and structures visible. The overall mood is dark and artistic.

CALENDARIO

JULIO / AGOSTO

- Semana 1 - Introducción
- (Martes 23) - Introducción al curso, objetivos y enfoque. Definición de grupos y trabajos que se realizarán a lo largo del curso.
- (Jueves 25) - **1) Brian Eno: The John Peel Lecture / 2) Why curiosity matters.**
- Semana 2 - ¿Qué es la creatividad? (1)
- (Martes 30) - **The Creative Economy', Penguin 2001: The First Talent.**
- (Jueves 1) - **Steven Pressfield: The War of Art - Book 1.**

AGOSTO

- Semana 3 - 'Life on your creative terms...' (1)
- (Martes 6) - **1) Steven Pressfield: The War of Art - Book 2.**
- (Jueves 8) - **1) Steven Pressfield: The War of Art - Book 3 / 2) The Tim Ferriss Show: Jason Fried — How to Live Life on Your Own Terms (#329).**
- Semana 4 - Creatividad individual (1)
- (Martes 13) - **1) Why you should work less and spend more time on your hobbies. / 2) Netflix Abstract: Tinker Hatfield.**
- (Jueves 15) - Feriado.

AGOSTO

- **Semana 5** - Proyectos personales / La Economía Creativa (2)
- (Martes 20) - Rocket-pitch de proyectos personales.
- (Jueves 22) - **'The Creative Economy', Penguin 2001: The Core Creative Industries.**
- **Semana 6** - 'Creative Entrepreneurs' (2)
- (Martes 27) - **1) The Tim Ferriss Show: Ed Catmull, President of Pixar, on Steve Jobs, Stories, and Lessons Learned (#22) / 2) Creative Independent: Somi.**
- (Jueves 29) - Caso de Estudio 1: **HBR Hamilton an American Musical.**

SEPTIEMBRE

- Semana 7 - Conectividad (2)
- (Martes 3) - Sneakerheadz (2015).
- (Jueves 5) - Caso de Estudio 2: **HBR LEGO® Products - Building Customer Communities Through Technology.**
- Semana 8 - Valor intangible / Parcial (2)
- (Martes 10) - **'The Creative Economy', Penguin 2001: Capital of my mind.**
- (Jueves 12) - Examen parcial.

SEPTIEMBRE

- Semana 9 - La Creatividad Como Ventaja Competitiva (3)
- (Martes 17) - **Great strategy needs creativity.**
- (Jueves 19) - Caso de Estudio 3: **HBR Cirque du Soleil: Cultivating Creativity and Designing to Delight.**
- Semana 10 - 'Create or die' (3)
- (Martes 24) - 1) The Defiant Ones (2017). 2) **What creativity in marketing looks like today.**
- (Jueves 26) - Caso de Estudio 4: **HBR Spotify: Face the Music.**

OCTUBRE

- Semana 11 - Relevancia (3)
- (Martes 1) - **1) The future of human work is imagination, creativity and strategy. 2) The Tim Ferriss Show: How to Optimize Creative Output — Jarvis versus Ferriss (#159).**
- (Jueves 3) - Caso de Estudio 5: **HBR: The Walt Disney Studios.**
- Semana 12 - Interacción (3)
- (Martes 8) - **Is it all a game? Understanding the principles of gamification.**
- (Jueves 10) - **The Tim Ferriss Show: Luis von Ahn on Learning Languages, Building Companies, and Changing the World (#135).**

OCTUBRE/NOVIEMBRE

- **Semana 13** - Experiencias (3)
- (Martes 15) - **1) Augmented reality, designing immersive experiences that maximize consumer engagement. / 2) Netflix Abstract: Es Devlin.**
- (Jueves 17) - Caso de Estudio 6: **HBR Marquee: The Business of Nightlife.**
- **Semana 14** - Administrando la creatividad colectiva (4)
- (Martes 22) - **'The Creative Economy', Penguin 2001: Managing Creativity.**
- (Jueves 24) - **1) Jiro Dreams of Sushi (2012). / 2) How to unlock your team's creativity.**
- **Semana 15** - HR / 'Creativity Inc.' (4)
- (Martes 29) - **1) How Netflix re-invented HR / 2) Survey Monkey on creating a culture of curiosity.**
- (Jueves 31) - **Creativity Inc. (Caps. 2 - 3).**

NOVIEMBRE

- Semana 16 - 'Creativity Inc.' (4)
- (Martes 5) - **Creativity Inc. (Caps. 4 & 8).**
- (Jueves 7) - **Creativity Inc. (Caps. 10 & 11).**
- Semana 17 - Presentaciones finales de proyectos
- (Martes 12) - Presentación 1er bloque.
- (Jueves 13) - Presentación 2do bloque.

RECURSOS ADICIONALES



- EBSCO - http://www.biblioteca.ufm.edu/index.php/Recursos_digitales
- JSTOR
- Google Scholar
- Its Nice That - <http://www.itsnicethat.com/>
- No Film School - <http://nofilmschool.com/>
- Pitchfork - <http://pitchfork.com/>
- BBC6 - <http://www.bbc.co.uk/6music>
- The Creative Independent - <https://thecreativeindependent.com/>
- Richard Branson's Virgin Blog - <https://www.virgin.com/richard-branson>
- Entrepreneur - <https://www.entrepreneur.com/>
- wired.com
- Business Model Canvas - <http://www.businessmodelgeneration.com>
- Canva - canva.com