



Nombre del alumno:

Yessica Ibet Vazquez Flores

Nombre del profesor(a)

Diego Loyo Maldonado

Nombre de la materia.

Pensamiento critico y espíritu empresarial

Trabajo:

Mapa conceptual

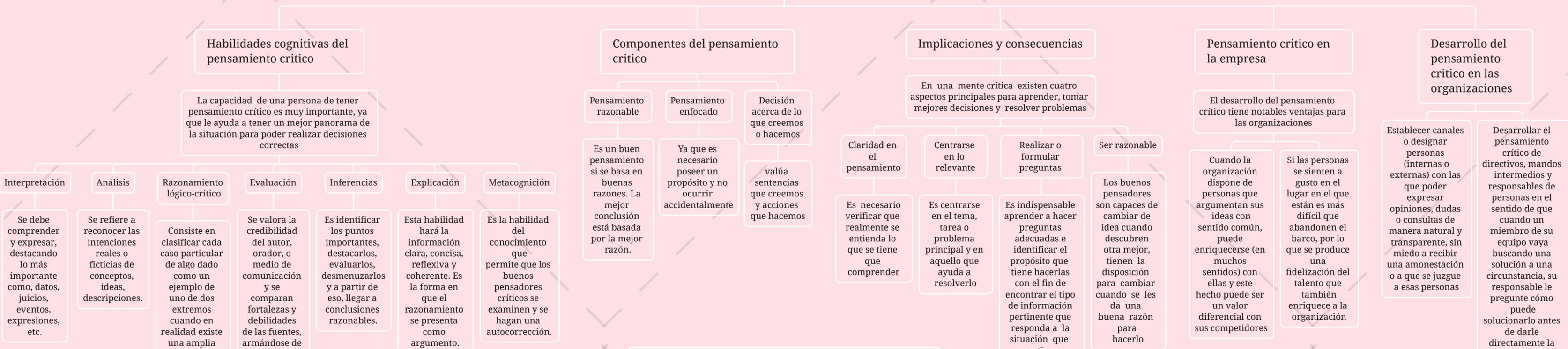
Cuatrimestre:

9no cuatrimestre

Administración y Estrategia de Negocios

Comitán de Domínguez 12 de junio del 2024

Pensamiento crítico empresarial



Interpretación
Se debe comprender y expresar, destacando lo más importante como, datos, juicios, eventos, expresiones, etc.

Análisis
Se refiere a reconocer las intenciones reales o ficticias de conceptos, ideas, descripciones.

Razonamiento lógico-crítico
Consiste en clasificar cada caso particular de algo dado como un ejemplo de uno de dos extremos cuando en realidad existe una amplia gama de probabilidades intermedias

Evaluación
Se valora la credibilidad del autor, orador, o medio de comunicación y se comparan fortalezas y debilidades de las fuentes, armándose de evidencias para determinar el grado de credibilidad que posee.

Inferencias
Es identificar los puntos importantes, destacarlos, evaluarlos, desmenuzarlos y a partir de eso, llegar a conclusiones razonables.

Explicación
Esta habilidad hará la información clara, concisa, reflexiva y coherente. Es la forma en que el razonamiento se presenta como argumento.

Metacognición
Es la habilidad del conocimiento que permite que los buenos pensadores críticos se examinen y se hagan una autocorrección.

Pensamiento razonable
Es un buen pensamiento si se basa en buenas razones. La mejor conclusión está basada por la mejor razón.

Pensamiento enfocado
Ya que es necesario poseer un propósito y no ocurrir accidentalmente

Decisión acerca de lo que creemos o hacemos
valúa sentencias que creemos y acciones que hacemos

Claridad en el pensamiento
Es necesario verificar que realmente se entienda lo que se tiene que comprender

Centrarse en lo relevante
Es centrarse en el tema, tarea o problema principal y en aquello que ayuda a resolverlo

Realizar o formular preguntas
Es indispensable aprender a hacer preguntas adecuadas e identificar el propósito que tiene hacerlas con el fin de encontrar el tipo de información pertinente que responda a la situación que se tiene

Ser razonable
Los buenos pensadores son capaces de cambiar de idea cuando descubren otra mejor, tienen la disposición para cambiar cuando se les da una buena razón para hacerlo

Cuando la organización dispone de personas que argumentan sus ideas con sentido común, puede enriquecerse (en muchos sentidos) con ellas y este hecho puede ser un valor diferencial con sus competidores

Si las personas se sienten a gusto en el lugar en el que están es más difícil que abandonen el barco, por lo que se produce una fidelización del talento que también enriquece a la organización

Establecer canales o designar personas (internas o externas) con las que poder expresar opiniones, dudas o consultas de manera natural y transparente, sin miedo a recibir una amonestación o a que se juzgue a esas personas

Desarrollar el pensamiento crítico de directivos, mandos intermedios y responsables de personas en el sentido de que cuando un miembro de su equipo vaya buscando una solución a una circunstancia, su responsable le pregunte cómo puede solucionarlo antes de darle directamente la solución

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Alfredo Muñoz Adánez, «Métodos Creativos para Organizaciones», Cap.6, págs 73-75, Ed. Eudema, Madrid, 1994.

Betancourt, D. (2022, 23 agosto). Diagrama de Ishikawa PASO a PASO + ejemplos prácticos. Ingenio Empresa. <https://www.ingenioempresa.com/diagrama-causa-efecto/>.

Boisvert, Jacques, La formación del pensamiento crítico: teoría y praxis, México, Fondo de Cultura Económica, 2004.

Bono, Edward de, Sep95, "Serious creativity", Journal for Quality & Participation, 18(5).

Carlos Ornelas, C. E., Contreras González, L. E., Silva Olvera, M. D., & Liquidano Rodríguez, M. D. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. Conciencia Tecnológica, (49), 46-51.

Corbalán, F.J, et al. (2003). CREA Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad. Madrid: TEA Ediciones. Premio I+D.

Creatividad definición. Real Academia Española. Consultado el 28 de abril de 2023. Fundación Neuronilla para la Creatividad e Innovación. [En línea]. 2011. http://www.neuronilla.com/index.php?option=com_content&view=article&id=84/70.

INNOVAFORUM. "Técnicas de creatividad: Scamper". [en línea]. 31 de agosto de 2003. http://www.innovaforum.com/tecnicas/scamp_e.htm.

Julían Sancristan. "Método Scamper". [en línea]. 1 de setiembre de 2012. [30 de junio de 2013]. <http://reddeinnovacion.org/category/izquierdo/>.

La fábrica de la creatividad. "SCAMPER". [en línea]. 17 de febrero de 2010. <http://www.proyectateahora.com/tecnicas-creativas/scamper/>.

Longoria, R. (2004). Pensamiento creativo. En Pensamiento creativo (pp. 128-133). México: Compañía Editorial Continental.

Mackay Castro, R., Franco Cortázar, D. E., & Villacis Pérez, P. (2018). El pensamiento crítico aplicado a la investigación. Universidad y Sociedad, 10(1), 336-342. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.

Mackinnon, D.W. (1980). Estrategias para la creatividad. Buenos Aires: Paidós.

Martin, A. (2013). Créate. Da vida a tu capacidad creativa. Bloomington: Palibrio.

Matussek, P. (1984). La creatividad: desde una perspectiva psicodinámica. Barcelona: Herder.

Michalko, Michael. (2007). Thinkertoys: como desarrollar la creatividad en la empresa. Barcelona: Ediciones Gestión 2000. Foster, Jack. (2003). Cómo Generar ideas. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.

UNIVERSIDAD DEL SURESTE 98

MINDTOOLS. "SCAMPER Improving Products and Services". [en línea]. http://www.mindtools.com/pages/article/newCT_02.htm.

Paul, R., Elder, L. (2005). Una guía para los educadores en los estándares de competencia para el pensamiento crítico. Fundación para el Pensamiento Crítico. California, E. U.

Paul, Richard. (2005) Estándares de competencia para el pensamiento crítico. Fundación para el Pensamiento Crítico.

Ponti Franc, Ferràs Xavier. (2008). Pasión por Innovar. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Ricarte, J. M. (1998). Creatividad y comunicación persuasiva. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Sánchez Burón, A. y De la Morena Taboada, M. (2002). "Pensamiento Creativo". En Enciclopedia de la Pedagogía. (Vol. 1, pp. 161-172). España: Universidad Camilo José Cela.

Waisburd, G. (2004). El poder de tu creatividad. Manual para desarrollar la creatividad. México: American Books.

