



TÉCNICO CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN (4ª EDICIÓN)

## 1. DESCRIPCIÓN

---

La **Dirección intencional (DI)** es una filosofía de trabajo que permite medir la contribución de los agentes implicados en el logro de una meta concreta, mediante una focalización de la atención corporativa.

Para que sea efectiva, es necesario definir objetivos globales y específicos, es decir, la aspiración de la organización, el método que utilizará para alcanzar lo que se propone; y, finalmente, los planes de acción que canalizan los deseos y los transforman en resultados: la DI relaciona las habilidades directivas con los resultados esperados por la organización.

Después de la revolución de la productividad, la que nos toca vivir ahora es la del conocimiento. La mayoría de los trabajos que se desempeñan en la actualidad consisten básicamente en gestionar conocimiento.

El **conocimiento** es el conjunto de informaciones, experiencias, valores, actitudes y capacidades de realización, que otorga sabiduría a las organizaciones y a los individuos. En términos de utilidad, el conocimiento es la materia prima que utilizan los gestores de organizaciones para obtener resultados a través de terceras personas; es, en suma, algo que se puede crear, difundir y medir.

La **creatividad** es la base de la innovación y la innovación es el principal activo económico en nuestros días. Para poder innovar hay que disponer de un nivel de inspiración adecuado y conducirlo de manera pragmática hacia logros concretos y materiales

Distinguimos tres elementos: el **proceso creativo**, la **personalidad creadora** y el **producto creativo**. Gestionar la creatividad con confianza es una garantía de crecimiento sostenido.

En este curso además se trabajarán las **habilidades sociales**, una habilidad social es una CAPACIDAD PERSONAL que se desarrolla en el seno de un grupo, para mejorarlo. Es efectiva cuando:

- Responde a objetivos concretos
- Mejora las relaciones
- Se desarrolla en un contexto de asertividad

Las habilidades sociales se desarrollan en contextos determinados. **COMO EL ENTORNO NO PUEDO CAMBIARLO, LO MÁS IMPORTANTE PARA DESARROLLAR HABILIDADES SOCIALES ES EL CRECIMIENTO PERSONAL.**

Embarcarse en la aventura del crecimiento personal significa admitir tres cosas fundamentales:

1. Que tenemos malos funcionamientos que hay que corregir
2. Que tenemos elementos esenciales en nuestras vidas que hay que cuidar
3. Que tenemos cosas positivas que hay que potenciar

## 2. OBJETIVOS

---

- Aprender a diferenciar los distintos públicos de las organizaciones.
- Crear una visión profesional o de organización.
- Crear una misión profesional o de organización.
- Articular una operativa por procesos.
- Comprender el alcance de la revolución del conocimiento en la sociedad actual.
- Aprender a crear, implantar y gestionar un programa sobre gestión del conocimiento.
- Aprender a medir el capital intelectual de una organización.
- Aprender a desarrollar productos de creación.
- Gestionar el proceso creativo con garantías.

## 3. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO

---



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en Clay Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen .presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2.000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

#### 4. FECHAS

---

INICIO	FIN
21/ 09/ 2010	21/ 12/ 2010

#### 5. NÚMERO DE PLAZAS:

---

25 Plazas

#### 6. DESTINATARIOS

---

Directivos y mandos intermedios con responsabilidades en la gestión de equipos de trabajo, directores de recursos humanos, emprendedores, personas interesadas en su desarrollo personal y profesional y responsables de I+D.

#### 7. PRECIO

---

El precio del técnico es de 468 €

#### 8. DURACIÓN

---

125 Horas

#### 9. PROGRAMA COMPLETO DEL CURSO

---

##### Dirección intencional por objetivos

##### Módulo1. Condiciones previas para una dirección intencional

- 1.1. Visión
  - 1.1.1. Identificar una necesidad en el mercado
  - 1.1.2. Identificar una imperfección en el proceso competitivo
- 1.2. Misión
- 1.3. Operativa
- 1.4. La estrategia de la organización
  - 1.4.1. Visión global
  - 1.4.2. Atributos estratégicos
    - 1.4.2.1. Atributos internos
    - 1.4.2.2. Atributos externos
  - 1.4.3. Contextos de relación comunicativa
  - 1.4.4. Mirar hacia dentro
    - 1.4.4.1. Complejidad
    - 1.4.4.2. Estabilidad

- 1.4.4.3. Funcionamiento
- 1.4.5. Estrategia institucional, corporativa y de negocio
- 1.4.6. La percepción del cambio por parte de la organización

## Módulo 2. Objetivos de la dirección intencional

- 2.1. Definición de objetivo
- 2.2. El público objetivo
  - 2.2.1. Ámbito interno
  - 2.2.2. Ámbito externo
- 2.3. Tipología de objetivos
  - 2.3.1. Objetivos internos
    - 2.3.1.1. Reducir incertidumbre y ganar en cohesión
    - 2.3.1.2. Capacitar para adaptarse a las tendencias del entorno
    - 2.3.1.3. Descubrir y desarrollar potenciales ocultos
  - 2.3.2. Objetivos externos
    - 2.3.2.1. Proyectar una imagen coherente y organizada
    - 2.3.2.2. Diferenciarse de la competencia
    - 2.3.2.3. Hacerse querer

## Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)

### La gestión del conocimiento

#### Módulo 1. El conocimiento

- 1.1. Definición
- 1.2. La sociedad del conocimiento

#### Módulo 2. El programa de gestión de conocimiento

- 2.1. Objetivos y destinatarios
- 2.2. Capital intelectual e intangible
- 2.3. Recursos y capacidades
- 2.4. Actividades básicas
- 2.5. Medir el capital intelectual
- 2.6. Gestión por competencias
  - 2.6.1. Técnicas y herramientas
    - 2.6.1.1. La entrevista de incidentes críticos
    - 2.6.1.2. Panel de expertos
    - 2.6.1.3. Cuestionario de competencias
    - 2.6.1.4. Perfil de competencias
- 2.7. Implantación del programa
  - 2.7.1. Áreas clave
  - 2.7.2. Barreras frecuentes

#### Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales

#### Módulo 4. Referencias al capítulo

## Creatividad e Innovación

Introducción

### Módulo 1. Definición de creatividad

- 1.1. Sistemas creativos
- 1.2. Programas creativos

### Módulo 2. La personalidad creativa

### Módulo 3. El proceso creativo

- 3.1. Fases del proceso
  - 3.1.1. El camino organizado
  - 3.1.2. La vía inspirada
- 3.2. Paradojas del proceso creativo
- 3.3. Barreras y factores estimulantes a la creación
  - 3.3.1. Barreras
  - 3.3.2. Estímulos

### Módulo 4. El producto creativo

### Módulo 5. Enfoques para el desarrollo de la creatividad en la organización

- 5.1. Clubes de creatividad y pensamiento
- 5.2. Técnicas de estimulación creativa
  - 5.2.1. Los seis sombreros
  - 5.2.2. Mapas mentales

### Módulo 6. Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)

## Desarrollo personal

### Módulo 1. Definición de desarrollo personal

- 1.1. La sanación
  - 1.1.1. El análisis de las sensaciones
- 1.2. La reeducación
- 1.3. La revitalización o crecimiento en valores

### Módulo 2. Principios de salud

- 2.1. El proceso energético de la salud
- 2.2. El estrés
- 2.3. La salud en el nivel físico
  - 2.3.1. Desintoxicación
  - 2.3.2. Nutrición adecuada

- 2.4. La salud en el nivel emocional
  - 2.4.1. Aceptar emociones propias
  - 2.4.2. Expresar emociones a los demás
  - 2.4.3. Emociones en cuatro dimensiones
- 2.5. La salud en el nivel mental
  - 2.5.1. Dos principios fundamentales
  - 2.5.2. Tres instancias principales
- 2.6. La salud en el nivel relacional
- 2.7. La salud en el nivel espiritual

### Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales

### Módulo 4. Referencias

## 10. METODOLOGÍA

---

Todos nuestros cursos se basan en una metodología encaminada a favorecer un aprendizaje autónomo e interactivo, en la que nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica (“Learning by doing”). Por ello, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros programas formativos **el alumno es el verdadero protagonista** y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Nuestros estudiantes encuentran en sus aulas virtuales todo lo que necesitan para seguir de una forma óptima los cursos: tablón de anuncios, programa del curso, fichas de aprendizaje, material de apoyo, espacios para consultas y reflexión, etc.

Todos estos materiales educativos son desarrollados por un equipo de expertos y pedagogos de acuerdo a una planificación metodológica exhaustiva. Los usuarios disponen de fichas de contenido multimedia, simulaciones, demostraciones, visitas web guiadas, y un gran abanico de actividades que refuerzan su aprendizaje.

Para llevar a cabo esta tarea, nuestro campus, cuenta con una serie de **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, wikis, mensajería interna, correo electrónico, etc.

## 11. EVALUACIÓN

---

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

## 12. CERTIFICACIÓN

---

A la finalización de este curso el alumno recibirá un certificado emitido por la Universidad de Salamanca y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, que garantiza que el mismo se ha desarrollado bajo principios de solidez metodológica, excelencia científica y reconocido prestigio de los expertos, tutores y autores de contenido.

## 13. CALIDAD

---

El Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez es una entidad registrada en AENOR (ER.1052/2007) y certificada por la norma ISO 9001:2000

## 14. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

---

Puede realizar la preinscripción en el curso a través del Campus Virtual de e-lectiva.

Para ello haga clic en el siguiente enlace:

[Formulario de preinscripción del curso](#)

y, posteriormente, rellene el formulario al que será remitido. La preinscripción no le compromete a nada. Para confirmar su plaza deberá hacer efectivo el pago del curso.

## 15. CONTACTO

---

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

e-Lectiva Directo (España): **902 11 26 81**

International Calling: **(34) 923 19 73 30**

Fax: **923 54 14 12**

Mediante el correo electrónico: [cursos@e-lectiva.com](mailto:cursos@e-lectiva.com)