

<p>Nombre del programa:</p> <p>“Formación para empleados/estudiantes en intraemprendimiento”</p>
<p>Nombre del módulo: Transmite tu innovación</p>
<p>Descripción del módulo:</p> <p><i>Probablemente, lo más simple que te puede ocurrir en tu aventura intraemprendedora es que algún grupo de interés interno de tu empresa asesine tu proyecto. Aunque, en algunas ocasiones, algunos de estos grupos tienen el potencial y el poder de apoyarte y actuar como patrocinadores cuando tu proyecto es arriesgado. Por ello, la identificación de determinados grupos de interés en tu empresa y la comunicación con ellos es fundamental para el éxito del intraemprendimiento. Este módulo te servirá de ayuda para seleccionar tus grupos de interés y desarrollar la estrategia de comunicación apropiada. A continuación, te introducirá en los conceptos básicos de liderazgo para poder trabajar satisfactoriamente en la empresa con los miembros de tu equipo.</i></p> <p><i>Este módulo te ayudará a alinear actividades y programas de intraemprendimiento e innovación con la estrategia de la empresa, facilitando la notificación de los resultados y del impacto que estos procesos tendrían en los resultados de la empresa y teniendo en cuenta el papel que desempeña cada uno de los inversores de la empresa.</i></p> <p>Objetivos del módulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Fomentar el entendimiento del organigrama de la empresa.</i> • <i>Papel de liderazgo y esfuerzo de trabajo en equipo para promover el nacimiento de la innovación y la comunicación.</i> • <i>Identificar las claves fundamentales para comunicar a los diferentes inversores la cartera de innovación derivada de las actividades intraemprendedoras.</i> • <i>A través de diversas herramientas visuales, alinear el intraemprendimiento y la idea de innovación con la estrategia de la empresa.</i> • <i>Desarrollar las habilidades comunicativas de los programas de intraemprendimiento e innovación.</i> • <i>Hacer posible la creación y mantenimiento de una red empresarial.</i> • <i>Vincular la misión, la visión y los valores a tu proyecto de innovación.</i> <p><i>Para cumplir estos objetivos, se les presentará a los participantes los diferentes conceptos y técnicas que mejorarán los posibles mensajes que describen tu idea: la forma de transmitir un mensaje de forma satisfactoria, la comunicación recíproca y el progreso mediante el networking y el trabajo en equipo, conocer grupos culturales dentro de tu empresa, etc.</i></p>
<p>Resultados de aprendizaje estimados:</p> <p>Resultados de aprendizaje:</p> <p>Tras finalizar con éxito este módulo, los participantes en el programa de formación estarán capacitados para:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alinear el resultado del proyecto intraemprendedor con la estrategia de la empresa. - Asimilar el funcionamiento de la empresa y el beneficio que este crea a través del trabajo en equipo y el liderazgo. - Utilizar herramientas visuales para, de esta forma, ser capaz de comunicar de forma efectiva el impacto de la innovación.

- Ser capaz de estructurar el mensaje, los resultados y el impacto de un proyecto intraempresarial.
- Fomentar habilidades comunicativas y la marca personal.
- Buscar a personas con capacidad de liderazgo y toma de decisiones.
- Reforzar el valor de tu idea innovadora.

Este módulo favorece la adquisición de las siguientes competencias del proyecto SCOPE:

- Comunicación C.E. 5
- Interacción intercultural C.E. 6
- Creación red de contactos C.E. 7

Este módulo favorece la adquisición de las siguientes competencias en el ámbito de la Competencia Emprendedora (EntreComp):

- Identificación de oportunidades (1.1)
- Creatividad (1.2)
- Visión (1.3)
- Autoconciencia y autoeficacia (2.1)
- Motivación y perseverancia (2.2)
- Movilización de recursos (2.3)
- Movilización de otros aspectos (2.5)
- Tomar la iniciativa (3.1)
- Planificación y gestión (3.2)
- Trabajo conjunto (3.4)

Contenido:

Clases presenciales:

- Visualizar y asimilar la estructura y estrategia de la empresa.
- Analizar el impacto que ha tenido la innovación y el intraemprendimiento en los inversores de la empresa.
- Claves para comunicar y presentar un proyecto emprendedor o intraempresarial.
- Elementos principales y estructura que debe tener un argumento de ventas innovador, claro y efectivo.

Sesión	Duración	Contenido
Introducción	0,25 h	Calentamiento
Trabajo de aprendizaje en línea	0,5 h	Presentación de la tarea de aprendizaje en línea del Módulo 3 (herramientas para intraempresariales): validación
Canvas de Análisis Estratégico	0,5 h	Canvas de Análisis Estratégico: presentación de una herramienta para analizar y visualizar el impacto de la innova-

		ción en la empresa	
Ejemplo práctico de un Canvas de Análisis Estratégico	0,75 h	Actividad práctica usando estudios de caso	
Oportunidad de comunicar y transmitir tu innovación	0,5 h	Los 4 factores esenciales para analizar y comunicar una oportunidad de innovación	
Presentación de un proyecto de innovación	0,5 h	Estructura cuando se presenta un proyecto de innovación: equipo, visión, problemas, ventaja competitiva y soluciones, modelo empresarial e impacto en la empresa	
Factores fundamentales en la comunicación de un proyecto de innovación	0,5 h	Factores fundamentales en la comunicación de un proyecto de innovación: comunicación no verbal, expresiones que se usan normalmente y elementos gráficos y visuales	
Exposición de los argumentos finales	1,25h	Presentación de un proyecto de innovación. <i>Feedback</i> y elección de las 3 mejores ideas (la recompensa será la participación en el futuro en un evento multiplicador SCOPE)	
Conclusiones	0,25 h	Ultimando conceptos	

Bibliografía y fuentes de internet relevantes

Bibliografía recomendada y lectura adicional:

- Organizaciones Exponenciales, Salim Ismail, Michael S. Malone y Yuri Van Geest. Bubok Editorial, 2016.
- La estrategia del océano azul, W. Chan Kim. Profit Editorial, 2015.
- La Clave es el POR QUÉ (Start With Why), Simon Sinek. Ediciones Península, 2013.
- El manual del estratega, Rafael Martínez Alonso. Gestión 2000, Grupo Planeta, 2013.
- *The Art of Opportunity*, Marc Sniukas, Parker Lee y Matt Morasky. John Wilwy y Sons, Inc., 2016.

- Decídete, cómo tomar mejores decisiones en la vida y en el trabajo, Dan Heath y Chip Heath. Gestión 2000, Grupo Planeta, 2014.
- Joseph A. DeVito, *Essentials of Human Communication*, 5ª ed., Allyn y Bacon, 2001.
- Kathleen M. German, *Principles of Public Speaking*, 18ª ed., Allyn & Bacon, 2010.
- Frances Kay, *Successful Networking: How to Build New Networks for Career and Company Progression*, Kogan Page Publishers, 2010.
- Rafael Perez-Uribe, Carlos Salcedo-Perez y David Ocampo-Guzman, *Handbook of Research on Intrapreneurship and Organizational Sustainability in SMEs*, IGI Global, 2018.
- Paul Burns, *Corporate Entrepreneurship: Innovation and Strategy in Large Organizations*, 3ª ed., Macmillan International Higher Education, 2012.
- Michael H. Morris, Donald F. Kuratko y Jeffrey G. Covin, *Corporate Entrepreneurship & Innovation*, 3ª ed., Cengage Learning, 2010.
- Hoegl, M. (2008). *Teamwork and innovation. Paper presented at PMI® Research Conference: Defining the Future of Project Management*, Warsaw, Poland. Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Esta bibliografía puede ser modificada cuando se completen las diapositivas.

Criterios de evaluación:

- Participación en clase (20 %)
- Trabajo de aprendizaje en línea (20 %)
- Trabajo de caso en clase (40 %), que supondrá la preparación de una presentación en la que transmitas tus ideas
- Presentación en clase (20 %)

Mínimo de asistencia: 90 %

Instructores:

Creador de este Módulo: Centro Universitario EUSA

Se incluirá el perfil del instructor español antes del 15/01/2019 para la versión final del plan de estudios. EUSA e INCOMA se pondrán de acuerdo para decidir quién será el instructor que impartirá este módulo y, tras la decisión, se facilitará la descripción de su perfil.