

CREIX

Programa de
desenvolupament directiu



1. Lideratge

L'objectiu d'aquest mòdul és aprofundir en el lideratge transformador i emocionalment intel·ligent per aconseguir el compromís dels col·laboradors. També es tractaran les estratègies per a desenvolupar el talent, delegar, formar i reconèixer, així com a millorar les habilitats de comunicació per interactuar amb diverses persones en diferents espais, gestionant conflictes i utilitzant la comunicació verbal i no verbal. Els objectius a desenvolupar en aquest mòdul són els següents:

Continguts:

- Desenvolupament d'Equips d'Alt Rendiment: Introducció als conceptes d'equips d'alt rendiment i els rols que hi intervenen, així com també al concepte del lideratge efectiu i la diferència entre gestionar un grup i liderar un equip.
- Desenvolupament de Lideratge: presentació de les vies per a desenvolupar una visió estratègica per a liderar i motivar l'equip, utilitzar eines de gestió d'equips com ara l'establiment de metes grupals i repartició de rols, i introducció a les habilitats per a la direcció per objectius i el feedback constructiu.
- Intel·ligència Emocional i Comunicació: Aprofundir en el lideratge a través de la intel·ligència emocional, comprendre el comportament humà en la presa de decisions, i millorar les habilitats comunicatives i la gestió de conflictes amb èmfasi en la importància de la comunicació.
- Competències de Comunicació i Impacte: Introducció de les competències de comunicació de qualitat, incloent-hi escolta activa, empatia i assertivitat. Introducció als conceptes de persuasió, negociació i millora de l'impacte de la comunicació en diferents situacions professionals.

Masterclass: Autoconeixement i eficàcia personal

El mòdul de lideratge s'inicia amb un taller pràctic i dinàmic de 2 hores sobre autoconeixement. A través d'aquest taller pràctic, aconseguirem descobrir la nostra pròpia personalitat per conèixer les nostres preferències de comportament.

Objectius:

- Realitzar un autodescobriment personal per conèixer les nostres preferències de comportament
- Integrar els passos per aconseguir l'Eficàcia Personal segons el Model Insights Discovery
- Identificar, reconèixer i valorar les diferències i les aportacions dels altres integrants del meu equip
- Conèixer com puc adaptar la meua estratègia de comportament als diferents perfils preferencials

Continguts:

- Com et veus a tu mateix?
- La meua percepció, creences limitants i potenciadores
- Les preferències junguianes
- Les Energies cromàtiques Discovery
- Descobrint el perfil personal Discovery
- Reconèixer les energies cromàtiques als altres integrants de l'Equip
- Estratègies per adaptar el meu comportament i optimitzar el desenvolupament de l'Equip de Projecte.
- Pla d'acció G-WAVE

Masterclass Lideratge corporatiu:

Objectius:

- Entendre el rol de la innovació i desenvolupar habilitats dirigides a un lideratge innovador.
- Desenvolupar habilitats de lideratge estratègic en l'entorn actuals
- Entendre l'impacte de la transformació digital i disposar de més eines per actuar en els nous entorns digitals

Continguts:

- Cultura de innovació i lideratge: foment de la mentalitat innovadora
- Models de lideratge corporatiu en la gestió de processos d'innovació
- Liderar en temps de canvi i incertesa
- Lideratge d'equips en la era digital; transformació digital i entorns virtuals

2. Estratègia corporativa i creixement

En aquest mòdul es busca que els participants entenguin la importància de l'estratègia corporativa i la seva aplicació en el context empresarial actual. Es posarà èmfasi en la identificació i anàlisi de les variables clau que influeixen en la definició d'una estratègia organitzativa. A més es proporcionaran les eines necessàries perquè els participants puguin desenvolupar plans estratègics efectius per a les seves empreses. També es discutiran els reptes actuals que enfronten les empreses, com la transformació digital i la necessitat d'adaptar-se als canvis en els hàbits de consum i les oportunitats que ofereix l'entorn actual. S'espera que els participants adquireixin una visió global i actualitzada de les tendències i reptes empresarials actuals i puguin aplicar els coneixements adquirits a la presa de decisions estratègiques.

Continguts:

- Entorn de l'estratègia corporativa: Anàlisi de l'entorn empresarial i el seu impacte en l'estratègia, introducció d'eines d'anàlisi de l'entorn

- Anàlisi intern i alineament amb l'estratègia corporativa: Anàlisi intern empresarial, identificació dels recursos i les capacitats empresarials i el seu alineament amb l'estratègia, cultura empresarial i la relació amb l'estratègia
- Desenvolupament de plans estratègics de la organització: planificació estratègica i relació amb el pla de negoci, definició de l'estratègia, selecció d'objectius i formulació estratègica pel seu assoliment i seguiment de plans estratègics
- Coneixent els reptes actuals i de transformació digital corporativa: Identificació de les tendències i canvis al mercat i el seu impacte a la organització, oportunitats de la transformació digital i com integrar-la a l'estratègia empresarial

Masterclass en estratègia corporativa

Objectius:

- Comprendre els elements clau d'un pla estratègic i la seva aplicació
- Donar les eines per conèixer i entendre el procés de construcció d'un pla estratègic
- Adquirir habilitats d'implementació de plans estratègics
- Fomentar la mentalitat orientada a l'aprenentatge, que faciliti avaluar els resultats, aprendre i fer ajustos oportuns als plans estratègics

Continguts:

- Els elements clau d'un pla estratègic
- Procés de construcció d'un pla estratègic
- La implementació del pla estratègic

3. Innovació i Design Thinking

L'objectiu d'aquest mòdul és dotar al participant dels coneixements, habilitats i competències bàsiques per desenvolupar projectes innovadors mitjançant el treball col·laboratiu i eines creatives.

S'analitzaran els conceptes bàsics relacionats amb la gestió de la innovació, la seva terminologia i les tipologies d'innovacions. Amb aquest mòdul es guiarà als participants a través del procés creatiu, des de la identificació d'oportunitats en el mercat fins a la generació de noves idees, i el prototipatge.

Continguts:

- Conceptes bàsics de gestió de la innovació: introducció als principis fonamentals i a la importància de la innovació en l'entorn empresarial actual.
- Tipologies d'innovació: exploració de les diferents formes d'innovació: innovació incremental, innovació disruptiva i innovació social.

- Identificació d'oportunitats i generació d'idees: tècniques de pensament divergent i pràctiques per generar idees noves i creatives.
- Prototipatge i prova: introducció al procés de construcció de prototips ràpids i a les metodologies per provar-los amb potencials usuaris i clients per a una millor iteració i validació.

4. Finances corporatives

L'objectiu d'aquest mòdul és desenvolupar les competències necessàries que permetin als treballadors de diferents àrees, conèixer i comprendre el llenguatge, les tècniques i els documents que conformen la informació comptable-financera de la organització, estant en disposició de participar en els anàlisi, deliberacions i presa de decisions de totes aquelles accions de caràcter financer del negoci, i sobretot poder donar una resposta eficient i ràpida a les necessitats del servei financer de l'entitat: pressupost, informes de tancament comptable, etc.

En aquest sentit, el mòdul permetrà comprendre el significat i l'abast dels conceptes econòmics més usuals i facilitar una visió integrada dels conceptes i instruments clau de comptabilitat i finances imprescindibles per l'anàlisi, planificació i control de les activitats i resultats de la gestió de la organització.

Continguts:

- **Introducció a la comptabilitat i les finances empresarials:**
 - Introducció a la comptabilitat
 - Conceptes clau dels Estats financers; el Compte de Pèrdues i Guanyos i el Balanç de Situació
 - Interpretació, anàlisi, i les principals ràtios financeres
- **Pressuposts:**
 - Elaboració d'un pressupost d'una organització
 - Les diverses àrees d'activitat
 - El seguiment i el control del pressupost anual de l'empresa
 - Anàlisi de les desviacions pressupostàries
- **Gestió de tresoreria:**
 - Planificació de tresoreria
 - El control del flux de caixa
 - Establiment de necessitat o excedents de tresoreria
 - Gestió del finançament

Masterclass: Tendències en desenvolupament econòmic del macroentorn

A partir d'una visió global del desenvolupament econòmic actual, aquesta masterclass té per objectiu preparar els estudiants per prendre decisions informades en un món empresarial cada vegada més globalitzat i dinàmic, fomentant una visió crítica i estratègica del desenvolupament econòmic, així i com dotar als estudiants d'eines analítiques per comprendre els desafiaments i oportunitats en l'entorn macroeconòmic.

Contingut:

- Introducció als principals indicadors econòmics, com el PIB, l'inflació, l'ocupació i l'índex de desenvolupament humà, amb èmfasi en les economies emergents.
- Tendències de desenvolupament econòmic: principals factors que influeixen en el desenvolupament econòmic i anàlisi de les tendències actuals
- Anàlisi de casos pràctics: estudi de casos reals que il·lustren els desafiaments i les oportunitats en l'entorn macroeconòmic actual, amb un enfocament especial en els països en desenvolupament i en el context regional.
- Estratègies de desenvolupament econòmic: exploració de les estratègies de desenvolupament econòmic adoptades per diferents països i regions, incloent-hi polítiques de foment empresarial, innovació i desenvolupament sostenible.

5. Objectius OKR i indicadors KPI

En aquest mòdul es presenten els Objectius i Resultats Clau (OKR, per les seves sigles en anglès) i els indicadors clau o KPI's (Key Performance Indicators). Ambdós, eones per facilitar a empreses i organitzacions a establir i assolir els seus objectius. Dins els OKR s'explicarà els elements que componen aquesta eina i la manera com fomenta la transparència la accountability i la col·laboració.

Els KPIs al seu torn, són una unitat bàsica per comprendre què passa a la organització. Són les dades mètriques que van una mica més enllà i que reflecteixen les línies estratègiques de valor de cada àrea en concret i en general del negoci. A part d'oferir una visió global del negoci, en aquest mòdul s'exposarà perquè els KPI's són dades imprescindibles per millorar la presa de decisions en l'empresa i poder reconduir o optimitzar les futures estratègies.

Continguts:

- Introducció als Objectius i Resultats Clau (OKR): Definició i característiques clau dels OKR, com establir OKR efectius i com mesurar els resultats dels OKR
- Introducció als Indicadors Clau de Rendiment (KPI): Definició i característiques clau dels KPI, Com establir KPI efectius i com mesurar els resultats dels KPI
- OKR i KPI's; complementarietats : Com els OKR i KPI es complementen mútuament en la gestió estratègica, com determinar quins tipus d'objectius requereixen OKR i quins requereixen KPI.
- Implementació d'OKR i KPI en l'organització: Estratègies per a la implementació efectiva d'OKR i KPI , identificació dels desafiaments i obstacles comuns a la implementació d'OKR i KPI .

6. Màrqueting, Comunicació i vendes

Des del punt de vista d'organització es important conèixer el concepte de màrqueting, investigació de mercats, funció comercial i en el seu conjunt el Pla de Màrqueting.

Igualment, la competència comunicativa és clau per transmetre amb èxit un missatge utilitzant el mitjà adequat. En aquest mòdul, també es tractaran les habilitats de parlar en públic, com transmetre i donar importància al missatge, quins són els millors canals per fer-ho i també saber quan és necessari i quan no comunicar.

Els objectius d'aquest mòdul són introduir als participants al món del màrqueting, la comunicació i les vendes i com s'apliquen en l'organització. Familiaritzar als participants amb les tècniques de màrqueting, comunicació i vendes més efectives per a la promoció dels serveis i productes oferts per la seva organització. Finalment, es pretén proporcionar als participants les habilitats i coneixements necessaris per a dissenyar campanyes de màrqueting, comunicació i vendes efectives en les seves organitzacions.

Continguts:

- **Màrqueting:**
 - Introducció al pla de màrqueting. Composició del pla de màrqueting, presentació dels conceptes d'estratègia de posicionament i segmentació i pla operatiu
 - El màrqueting mix: producte, preu, promoció i distribució: Accions sobre productes, preus, comunicació i distribució
- **Comunicació i vendes**
 - Gestió de la marca corporativa: components de la identitat corporativa i gestió de marca.
 - Comunicació i publicitat: Presentació de accions de publicitat, màrqueting directe i relacions públiques
 - Eines i tècniques de vendes: la presentació, negociació, tancament de vendes
 - Gestió del cicle de vida del client: Bases de dades i processos de captació de nous clients
 - Accions de manteniment i millora de les relacions amb el client
 - Màrqueting digital:
 - Màrqueting en buscadors
 - Xarxes socials: introducció a plataformes i publicitat en xarxes socials

Masterclass en operacions en vendes

Objectius:

- Desenvolupar habilitats de vendes efectives per millorar els resultats comercials
- Optimitzar els processos operatius per agilitzar les vendes i el servei als clients
- Millorar la gestió de relacions amb els clients per generar fidelitat i satisfacció a llarg termini

Continguts:

- Introducció a les vendes i operacions
- Tècniques de vendes efectives
- Optimització de processos operatius
- Gestió de relacions amb els clients
- Ús de tecnologies en vendes i operacions

7. Màrqueting Digital

L'objectiu principal del mòdul és que els participants adquireixin les habilitats i coneixements necessaris per a una eficaç presència digital i l'èxit en les estratègies de màrqueting digital, tenint en compte el context emergent de la Intel·ligència Artificial (IA). Amb un enfocament als motors de cerca i a les xarxes socials, els participants podran tenir una visió global de quines eines digitals es disposen actualment, així com les principals estratègies de màrqueting digital per aplicar en l'empresa i les vies d'integració de la IA.

Continguts:

- Introducció al màrqueting digital i la intel·ligència artificial
- Aplicacions de l'IA imprescindibles a les estratègies de contingut (text, vídeo i imatges) per a xarxes socials, blocs i altres eines digitals
- Optimització de continguts per a les cerques i SEO digital amb IA
- Automatització del màrqueting i personalització mitjançant IA
- Anàlisi de dades i presa de decisions intel·ligents amb intel·ligència artificial
- IA aplicada a publicitat digital (Social Ads)
- Casos d'Èxit i Bones Pràctiques
- Tendències i Futur del Màrqueting Digital amb IA

Masterclass: La marca personal

Objectius:

- Construir una marca personal autèntica i coherent amb els objectius professionals
- Aprendre a utilitzar estratègies de posicionament i visibilitat per promoure la marca personal en l'àmbit professional
- Desenvolupar habilitats de comunicació persuasives i utilitzar tècniques de storytelling
- Adquirir coneixements i eines per mantenir una presència digital positiva

Contingut:

- Descobriments personal i definició de la marca
- Estratègies de posicionament i visibilitat
- Comunicació i storytelling personal
- Construcció i gestió de la reputació en línia
- Desenvolupament de xarxes professionals efectives
- Gestió de la carrera professional

8. Gestió de projectes

La gestió de projectes s'ha anat convertint en un estàndard de qualitat a la majoria de les organitzacions. L'èxit radica en un cúmul d'eines que ens ajuden a gestionar més eficientment els recursos, planificar curosament les tasques, definir correctament els objectius i en definitiva, dissenyar un projecte adequat a les necessitats. Fer-ho bé, però requereix determinades habilitats que acumulades, ens permeten dur a terme projectes eficaços i eficients amb les garanties de generar impacte.

Per dur a terme una gestió de projectes amb èxit, cal comptar amb habilitats i competències específiques, que permetin dissenyar i executar projectes adequats a les necessitats de l'organització. Entre aquestes habilitats destaquen la capacitat de lideratge, la planificació estratègica, la gestió de recursos, la comunicació efectiva, la resolució de conflictes, la presa de decisions i la capacitat d'adaptació als canvis.

En aquest mòdul de formació en gestió de projectes, es busca proporcionar als participants les eines i tècniques necessàries per dissenyar, planificar i executar projectes eficaços i eficients i assolir l'èxit en els seus projectes. S'abordaran temes com la planificació i el disseny de projectes, la identificació i gestió de riscos, la gestió de recursos i temps, la presa de decisions i la gestió de canvis, entre d'altres. A més, es fomentarà el treball en equip i el lideratge efectiu, així com l'ús d'eines tecnològiques que permetin una gestió més àgil i eficient.

Continguts:

- Innovació aplicada als reptes empresarials mitjançant el Design thinking i Lean Startup.
 - Analitzar un repte mitjançant el mapa del context del repte
 - Idear solucions aterrades mitjançant conceptes creatius
 - Presentar les idees en format Elevator Pitch
- Role Play de Metodologies àgils aplicades a la gestió de projectes mitjançant Lego Serious Play:
 - SCRUM
 - Kanban
 - Roleplay de Sprint Planning, Dailies, Sprint Reviews i Retrospectives

Masterclass en networking:

Objectius:

- Dotar als participants de les habilitats necessàries per establir contactes professionals de forma efectiva
- Fomentar la col·laboració i la cooperació entre professionals i empreses
- Millorar la capacitat dels participants per construir relacions duradores i significatives en el món professional
- Identificar oportunitats de negoci i col·laboració per als participants

Continguts de la Masterclass:

- Introducció al Networking en xarxes socials i entorns digitals
- Creació i optimització de perfils professional

- Estratègies per connectar amb professionals clau
- Participació activa en comunitats i grups
- Iniciació de converses significatives i relacions sòlides
- Gestió de contactes i seguiment efectiu

WORKSHOPS

Workshop 1. Cuinant cap a la col·laboració: Gestió d'equips i superació de reptes.

Durant aquest curs de 4 hores, els participants tindran l'oportunitat de practicar i aprendre sobre la gestió d'equips dins d'un entorn gastronòmic. Durant la jornada, es presentaran diversos desafiaments i situacions que requeriran una comunicació clara, on els participants hauran de treballar de manera coordinada i eficient per aconseguir els objectius establerts. La jornada s'acabarà amb la revisió dels aprenentatges i les experiències viscuts durant la sessió degustant els resultats del treball en equip. Aquesta sessió permetrà consolidar els aprenentatges i explorar com aplicar-los en el seu treball en equip a la vida professional.

Workshop 2. Sprint estratègic: Desxifrant reptes empresarials en un entorn innovador.

Aquest workshop pretén dotar als participants d'habilitats pràctiques per afrontar reptes estratègics i de gestió en un entorn empresarial canviant. A través de proves dinàmiques distribuïdes al campus, els participants experimentaran situacions que simulen desafiaments reals, promovent la innovació, la presa de decisions, la gestió òptima de recursos i la col·laboració.

El workshop de resolució de reptes empresarials té una durada de 4 hores i es realitza a les diverses instal·lacions innovadores del Tecnocampus. Es formaran equips i cada un dels equips es desplaçarà a diferents espais del Tecnocampus, en cada espai cal resoldre un repte empresarial utilitzant la col·laboració i el plantejament de solucions innovadores. Al finalitzar la sessió, els equips presentaran les seves solucions als reptes empresarials davant dels altres participants i els facilitadors del workshop.