



# INNOVACIÓN 1

## Duración

7.75 horas

## Objetivos

Objetivo General del Curso

Capacitar a los ingenieros/as de Ford para diseñar y ejecutar procesos de innovación estructurados, utilizando metodologías y herramientas contrastadas &mdash;desde la exploración de tendencias y la definición de retos hasta la resolución creativa y la gestión del cambio&mdash;;, con el fin de generar valor añadido real para la organización, sus clientes y sus grupos de interés.

Objetivos Específicos del Curso

- Comprender el proceso de innovar como una secuencia estructurada y gestionable, integrando el Modelo EMOI (5F).
- Comprender el proceso de innovar de FORD
- Desarrollar una cultura innovadora, identificando y transformando creencias limitantes en actitudes y comportamientos que potencien la innovación.
- Aplicar herramientas de exploración estratégica: análisis de tendencias, construcción de escenarios de futuro y cuadros de mando para identificar áreas de innovación.
- Identificar y analizar las necesidades, expectativas y obstáculos de los

grupos de interés clave como base para formular retos de innovación relevantes.

- Definir, priorizar y validar retos de innovación bien formulados, alineados con la estrategia de Ford y el valor añadido esperado.
- Aplicar la metodología Design Thinking para resolver retos de innovación de forma creativa, centrada en el usuario y orientada al prototipado y validación.
- Diseñar planes de gestión del cambio vinculados a los proyectos de innovación, utilizando modelos como Kotter, ADKAR, Lewin y Kübler-Ross.

## **Contenido**

TEMA 1 &mdash; El proceso de innovar y la innovación: definición, tipos, fases, factores clave y liderazgo innovador

TEMA 2 &mdash; Creencias, actitudes y comportamientos en el ámbito de la innovación: cultura, diagnóstico y cambio cultural

TEMA 3 &mdash; El Modelo EMOI base del proceso de innovar: estructura, etapas, criterios y metodología 5F

TEMA 4 &mdash; El rol de las tendencias en el proceso de innovar: clasificación, fuentes, mapas y análisis PESTEL

TEMA 5 &mdash; La importancia de los escenarios de futuro: prospectiva, tipos, cono de escenarios y construcción

TEMA 6 &mdash; La voz del cliente y del proceso como impulsores de la innovación: análisis del ayer, aprendizaje organizativo

TEMA 7 &mdash; El cliente de la innovación: necesidades, expectativas y obstáculos &mdash; metodología KANO

TEMA 8 &mdash; Análisis interno y externo para innovar: FODA prospectivo aplicado a tendencias y escenarios

TEMA 9 &mdash; Formulación del reto de innovación: Ocean Blue, fórmula de generación de retos, priorización y validación

TEMA 10 &mdash; Análisis de riesgos en la formulación del reto: apreciación, identificación, análisis y tratamiento