fundación
para el desarrollo
y la innovación

INNOVACION2

Centro de Formación Ford España Polígono Industrial Almussafes, s/n 46440 Almussafes (Valencia) fdiformacion.com

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 —desde la exploración de tendencias y la definición de retos hasta la resolución creativa y la gestión del cambio—, 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 — El proceso de innovar y la innovación: definición, tipos, fases, factores clave y liderazgo innovador

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

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

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

TEMA 5 — La importancia de los escenarios de futuro: prospectiva, tipos, cono de escenarios y construcción

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

TEMA 7 — El cliente de la innovación: necesidades, expectativas y obstáculos — metodología KANO

TEMA 8 — Análisis interno y externo para innovar: FODA prospectivo

aplicado a tendencias y escenarios

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

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