Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección de Empresas. MBA Executive
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales
Asignatura:	Dirección de Equipos de Trabajo de Alto Rendimiento
Tipo:	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso:	1
Código:	8037
Periodo docente:	Primer-Segundo semestre
Materia:	Área de Habilidades Directivas
Módulo:	Materias Comunes
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Consuelo Verdú Saiz	consueloverdu@gmail.com

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Dirección de equipos de alto rendimiento trata de la gestión del cambio, el uso de tecnologías para equipos virtuales, la gestión competitiva y delegación efectiva de los mismos y de la implantación del proceso de resolución de problemas a través de la creatividad e innovación de estos equipos.

El objetivo del módulo de innovación y creatividad es trasladar al profesor un enfoque de la innovación, la creatividad y el emprendimiento de una manera práctica aplicando metodologías del Design Thinking y Lean startup.

La actitud y capacidad de innovar son claves en el emprendedor, tanto en la concepción de su negocio como a la

hora de anticipar y de afrontar los retos que seguro encontrará en el camino de emprender.

En consecuencia, este módulo de Innovación y Creatividad tiene por Objetivo:

Proporcionar las herramientas necesarias a los formadores para facilitar los procesos creativos basados en los métodos que usan los diseñadores en la creación de soluciones para los clientes.

Alcanzar una comprensión de los conceptos de innovación y creatividad suficientemente inspiradora como para que active en el alumno la motivación para generar innovación, y suficientemente práctica para que (en un entorno de emprendimiento) le permita aplicar directrices y técnicas de base que mejoren sus resultados en sus iniciativas de innovación.

La asignatura de Dirección de equipos de alto rendimiento trata de la gestión del cambio, el uso de tecnologías para equipos virtuales, la gestión competitiva y delegación efectiva de los mismos y de la implantación del proceso de resolución de problemas a través de la creatividad e innovación de estos equipos.
La gestión del tiempo es una tarea inherente a la dirección y a la gestión de personas, de manera que se hace necesario contar con las herramientas apropiadas para poder facilitar la toma de decisiones de gestión. Aspectos como la identificación de tareas críticas y su priorización, son elementos clave en la gestión de equipos. De la misma manera, las organizaciones trabajan cada vez más con una clara orientación a Proyectos, lo que exige el conocimiento de sistemáticas y herramientas de gestión del tiempo y su aplicación al día a día.
Asimismo, la capacidad e impulso y de cambio son uno de los elementos que las organizaciones esperan de todo manager, ya que en su mano está orientar a los equipos y su actuación a los objetivos estratégicos de la compañía. Aspectos como la correcta evaluación de los recursos, la visión de negocio o la gestión de diferentes voluntades s intereses (tanto de forma vertical como horizontal) se vuelven imprescindibles para el desarrollo profesional de cualquier manager, o de cualquier perfil que aspire a serlo.

Establecer unas bases y principios de trabajo sólidos, que permitan cohesionar el trabajo en equipo y el reparto de tareas.
• Generar una dinámica de trabajo en un entorno digital, que sirva de apoyo docente en la ejecución del Máster y que pueda ser trasladado al final del mismo al terreno
profesional y a facetas del entorno personal.
• Conocer las diversas opciones de ecosistemas existentes y construir un ecosistema digital propio en base a la manera
personal de trabajar y de las necesidades concretas en un momento específico.
• Experimentar con herramientas y aplicaciones de última generación e incorpóralas a nuestros modelos de trabajo.

OBJETIVO

Entender al cliente desde la perspectiva de Human Center Design.
Comprender al cliente desde el punto de vista de sus necesidades y problemas que quiere resolver.
Aprender a Observar al cliente en su entorno
Ser capaces de encontrar las oportunidades de negocio en el cliente relacionadas con nuestras capacidades.
Elaborar retos del diseño
Practicar la creatividad e ideación para generar soluciones al reto planteado.
Saber prototipar la solución planteada
Tener una visión práctica sobre las metodologías de Design thinking aplicadas a nuestro modelo de negocio.
Entender que la mejor manera de entregar un valor real al cliente es trabajar de una manera iterativa en la mejora de los prototipos con el feedback del cliente en periodos muy cortos de tiempo.

Los módulos de Time Management y Gestión del Cambio, los principales objetivos de aprendizaje son:
•Sensibilizar a los alumnos con la importancia de la toma de decisiones en materia de planificación y gestión del tiempo
•Dotar a los alumnos de las principales herramientas de gestión del tiempo, tanto de largo plazo como de corto plazo.
•Abordar las principales metodologías de planificación, desde la perspectiva waterfall hasta las metodologías ágiles.
•Concienciar a los alumnos con la importancia del rol del manager en su faceta de impulso e introducción del cambio.
•Trabajar sobre las herramientas necesarias para introducir a los equipos en dinámicas de cambio.
•Reflexionar sobre las palancas a trabajar para gestionar el cambio en los equipos y cuál es el rol del manager en ese objetivo.
•Familiarizar a los asistentes con el aprendizaje continuo como filosofía de trabajo.
Los módulos de Innovación y Creatividad tienen por objeto.
1.Comprender los conceptos de innovación y creatividad y ser conscientes de su utilidad y potencia aplicados a un entorno de emprendimiento.
2.Dotar al alumno de la capacidad de comprender y actuar en todo el ciclo de vida de sus iniciativas de innovación.
3.Dotar al alumno de la capacidad de aplicar procesos y técnicas de creatividad en equipo.

4.Aplicar herramientas del diseño para la búsqueda y elaboración de modelos de negocios para sus proyectos.
5.Detectar oportunidades usando herramientas de análisis antropológico procedente del desgin research.
6.Dibujar de manera rápida y sencilla conceptos con herramientas procedentes del visual thinking
El módulo de transformación digital plantea el significado de comunicar en Tiempos de web 2.0.
• Conocer metodologías de aplicación practica para la comunicación de reuniones y presentaciones efectivas.
• Usar el Storytelling Digital en la comunicación, para fortalecer la permanencia de las ideas a desarrollar.
• Experimentar con herramientas y aplicaciones de última generación e incorpóralas a nuestros modelos de comunicación 2.0. y visibilidad web.
• Talleres prácticos: Prezi, Powertoon,Piktochart
• Uso de apps: Visualize.me,Esael.ly

CONOCIMIENTOS PREVIOS

No son necesarios conocimientos previos

CONTENIDOS

1. GESTIÓN DEL CAMBIO Y TIME MANAGEMENT
•1.1 Introducción y reflexiones
•1.2 Los hábitos a suprimir
•1.3 La importancia de la priorización
•1.4 Los escenarios para la gestión del tiempo y los horizontes temporales del manager
•1.5 Caso de la bandeja de entrada
•1.6 Mapa mental de tareas
•1.7 Algunas referencias de estándares de gestión del tiempo:PMI®
•1.8 Metodologías Ágiles Scrum®

2. GESTIÓN DE EQUIPOS IMPACTADOS POR LA VIRTUALIDAD

2.1. Construyendo un Marco Conceptual
2.2. Diferentes Aproximaciones
2.3. ¿Qué es trabajo en Equipo?
2.4. Elementos Fundacionales de Equipos
2.5. Comprobando la Salud del Equipo; Signos Vitales
2.6. La Gestión de Equipos Geográficamente Dispersos; The Virtual Teams
2.7. La Curva de Rendimiento de los Equipos
2.8. Los Equipos Virtuales y la Organización de Alto Rendimiento

3. EQUIPOS COMPETITIVOS Y DELEGACIÓN EFECTIVA

3.1. El valor de los equipos en épocas de cambio.
3.2. Sistemas de trabajo de alto desempeño.
3.3. Cómo pasar de un grupo a un equipo.
3.4. Evolución del rol del gerente como líder de un equipo.
3.5. Cómo integrar los distintos roles de los miembros de su equipo de trabajo.
3.6. Características y conductas de cada rol.
3.7. Los comportamientos negativos para el equipo.
3.8. Etapas de desarrollo de un equipo.
3.9. Reuniones de análisis de gestión.
3.10. Elementos claves.
3.11. Responsabilidades del líder del equipo.

4. CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

4.1. La creatividad y la innovación empresarial para desarrollar las compañías.
4.2. Respuestas a demandas de cambio constantes.
4.3. La creatividad como proceso.
4.4. Desarrollo de personas creativas para obtener empresas innovadoras.
4.5. La innovación como estrategia empresarial.
4.6. El valor de la innovación en los actuales procesos de negocio.
4.7. Los modelos mentales y la creatividad.
4.8. El tiempo y la creatividad.
4.9. Desarrollo de culturas innovadoras.

4.10. Taller de Design thinking.
4.10.1. Introducción a la Innovación y Diseño de Modelos de Negocio.
4.10.2. Design Thinking aplicado al diseño de negocio: Business Design.
4.10.3. Design Research: Herramientas para entender a tu segmento de clientes. Técnicas de Observación, Mapa de Empatía y ficha persona
4.10.4. Formulación de Retos. Fórmula HMW
4.10.5. Técnicas de Creatividad aplicadas a la evaluación y análisis de modelos de negocio: Habilidades de Convergencia y Divergencia y las Reglas de IDEO para un 4.10.6. Brainstrorming. Scamper, palabras al azar, provocación operativa , pensamiento lateral.
4.10.7. Herramientas de prototipado y testing de solucion.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Se combinará una metodología expositiva para la explicación de los aspectos teóricos y metodología prácticas en cuanto al desarrollo de actividades, proyectos y/o trabajos. Se profundizará en los conocimientos teóricos y análisis casuístico de los mismos mediante el "método del caso", la metodología de transferencia y/o simuladores de la realidad empresarial. El Aula Virtual estará a disposición del alumno y los profesores. El profesor estará a disposición de los alumnos a través de tutorías.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
41 horas	109 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Poseer las habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudios.

Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

Saber comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias generales

Ser capaz de aplicar conocimientos y desarrollar habilidades directivas para la gestión eficiente de los recursos en la empresa, a diferentes niveles geográficos y plazos temporales

Ser capaz de comprender y utilizar herramientas de intercomunicación personal y de obtención y tratamiento de información.

Ser capaz de integrarse en equipos de trabajo y de dirigirlos.

Ser capaz de obtener información relevante, analizarla y aplicarla a situaciones empresariales concretas.

Competencias específicas

Ser capaz de construir o acrecentar los niveles de liderazgo..

Diagnosticar el nivel de desarrollo de los miembros del equipo y desarrollar un plan de trabajo para promover la construcción de un equipo de trabajo.

Ser capaz de planificar los procesos de cambio organizacional y de gestionarlos ordenada y positivamente.

Adquirir destrezas para ejercitar las habilidades directivas aprendidas en entornos empresariales reales.

Definir misión y objetivos estratégicos y gestionar su comunicación corporativa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer las herramientas que nos permiten gestionar y dirigir equipos virtuales de trabajo.

Comprender e identificar las diferentes técnicas de creatividad para la resolución de problemas

Realizar de manera efectiva un brain storming

Reconocer los principios de design thinking a través de su aplicación en su día a día

Elaborar experimentos para validar sus prototipos

Conocer las métricas más importantes que le permitan valorar

Aprender el concepto del job to be done para encontrar soluciones efectivas para las necesidades del cliente

Al finalizar con éxito la asignatura el alumno será capaz de:

Comprender la importancia del líder en las organizaciones.

Conocer y aplicar que es la productividad, la gestión del tiempo y la necesidad d conciliar.

Reconocer la importancia de la cultura y la gestión del cambio.

Aprender la importancia del gestor de proyectos. Roles y conductas.

Identificar la importancia de construir un buen equipo.

Reconocer los keypoints más importantes y sentar bien las bases del trabajo en equipo.

Saber realizar retrospectivas. Lecciones aprendidas de equipos y próximos pasos en la corrección de errores.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Evaluación por asignatura individual: Será de tipo presencial. En función de la asignatura, consistirá en la realización de un examen, unos ejercicios, un trabajo, un multiplechoice o una combinación de varias de estas pruebas. En cada guía docente vendrá establecido el método de evaluación. Para superar la asignatura deberá obtenerse una nota mínima de 5 (65%)

Evaluación de Trabajos Grupales: De carácter grupal, y consistirá en la resolución de un caso que planteará la Dirección académica comprensivo de la totalidad de las asignaturas que componen el Programa correspondiente. Existirán dos casos integradores diferentes. Para superar la prueba, deberá obtenerse una nota mínima de 5 (25%).

Evaluación de los Talleres de simulación (5%): De carácter grupal y consistirá en la resolución de las diferentes cuestiones que plantee el profesor para la resolución de las opciones trabajadas. El profesor, al final de la sesión, otorgará una valoración respecto al grado de participación del grupo. En el caso de la que la asignatura no tenga Taller de simulación el 5% de evaluación pasará a la evaluación de Trabajos Grupales.

Evaluación continua (5%): Sólo se realizará un sistema de evaluación continua para aquellos alumnos que asistan al 80% de las clases y hayan tenido una actitud positiva y un comportamiento adecuado[1]. La evaluación continua podrá ser la resolución de ejercicios en clase, trabajos en equipo, o cualquier otro medio que permita hacer un seguimiento sobre el desarrollo del alumno el cual se detallará en la guía docente

(1) Actitud positiva y comportamiento adecuado implica entre otras variables: puntualidad, uso limitado de dispositivos móviles, participación activa en clase y otros criterios que establezca el profesor en el aula.

No se repetirán las pruebas si el alumno no asiste al día fijado al efecto. Excepcionalmente la Dirección académica, si el alumno hubiera comunicado la imposibilidad de realizar la prueba durante el tiempo señalado ordinariamente para su realización, y la Dirección estima que son circunstancias o razones de fuerza mayor, podrá habilitar otro día para la realización del mismo.

Cuando se suspenda alguna asignatura, en convocatoria ordinaria, se tendrá derecho a la convocatoria extraordinaria. El examen de recuperación será el que consideré más oportuno el profesor responsable de cada asignatura a efectos de demostrar el total de conocimientos y competencias valorables en cada asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review.

Cornella, A. (2013). Cómo innovan los mejores. ideas x valor = resultados. Editadopor Zero Factory SL

Gestión del tiempo: El time management y su aplicación en la empresa actual. isbn 9788493455323. Ideas propias editorial., 2005

Kelley, T., & Littman, J. (2005). The ten faces of innovation: IDEO s strategies for beating the devil s advocate & driving creativity throughout your organization.

Managing Virtual Teams, Second Edition. by Debbie D. DuFrene, Carol M. Lehman

Martin, R. (2009). The design of business: why design thinking is the next competitive advantage. Boston Mass.: Harvard Business Press.

Michalko Michael (1991). Thinkertoys: Cómo desarrollar la Creatividad en la Empresa. Gestión 2000.com