

# PROMOWANIE INNOWACJI I INNOWACYJNOŚCI

## 3 dni = poziom 1

### akademia managera

#### Cele szkolenia:

- Promowanie innowacji i postaw innowacyjnych
- Zdobywanie umiejętności wychodzenia ze świeżymi nowatorskimi pomysłami, obserwacjami i propozycjami
- Ulepszanie metod pracy przez wprowadzenie nowych pomysłów
- Wprowadzenie nowych pojęć do codziennej pracy menedżera.
- Nowe wizje i podejścia do pracy, z silnym skupieniem na produktach, projektach i procesach. Rozpoznawanie potrzeb zmian i sugerowanie zmian.
- Promowanie innowacyjności w każdej sytuacji.
- Zwracanie uwagi na innowacje we własnym obszarze działania.
- Generowanie propozycji rozwiązań – nie problemów i ograniczeń – Brain Storming – stałe narzędzie poszukiwania scenariuszy zmian i promowania innowacyjności
  
- Przekonanie, że promowanie innowacji i innowacyjności jest „twardym”, konkretnym i strategicznym elementem biznesu, mimo twórczej nazwy zagadnienia.
- Poznanie poszczególnych etapów promowania innowacji:
- Przystwojenie wiedzy o przeprowadzaniu białego wywiadu gospodarczego / badanie rynku, analizie tego, co zdarza się w różnych środowiskach biznesowych. Poznanie wiedzy o analizie strategicznej otoczenia firmy
  - Analiza otoczenia makro (PEST)
  - Analiza otoczenia mikro („5 sił Portera”)
    - Zdolność do zidentyfikowania efektywnej ścieżki i zasobów (w tym zasobów ludzkich). Analiza strategiczna wewnętrzna
  - Analiza czynnikowa
  - Propozycja zmian innowacyjnych
    - Analiza SWOT – wzajemne oddziaływanie czynników wewnętrznych i zewnętrznych
    - Położenie firmy
      - Nauka jaki powinien być wybór opcji zmian innowacyjnych, (proponowane rozwiązania strategiczne) – dokonany z wykorzystaniem macierzy przestrzennej czteropolowej (metoda portfelowa)
  - Macierz przestrzenna (SPACE)
  - Misja, Wartości, Czas
  - Drogi dojścia
    - Wypromowanie innowacji wewnętrznie i / albo zewnętrznie (strategiczne tworzenie sieci i rozwinięte negocjacje), z silnym skupieniem na biznesie motoryzacyjnym, na obszarze przemysłowym, na materiałach, procesach i produktach.

Ćwiczenia praktyczne. Rozwój kompetencji w świetle przykładów wykorzystywanych przez najskuteczniejszych menedżerów – wyznaczanie kierunków rozwoju.

Identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju zawodowego. Możliwość autentycznej wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.

Doskonalenie umiejętności pracy z klientem stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Idea nieustannego „stawania się kimś więcej niż się jest”, będąca podstawą autentycznego procesu rozwoju, stanowi motyw przewodni szkolenia.

### **Stosowane metody szkoleniowe:**

ćwiczenia zespołowe, indywidualne, dyskusje kierowane, własne metody treningowe, wykład, zajęcia warsztatowe.

Szkolenie będzie realizowane metodami warsztatowymi, angażującymi uczestników, przewidziane są m.in.:

- ćwiczenia w grupie
- ćwiczenia w podgrupach
- dyskusje
- praca indywidualna

### **Udokumentowanie uczestnictwa:**

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia

### **Miejsce:**

Wyznaczone przez zlecającego

### **Termin:**

Do uzgodnienia

### **Czas trwania szkolenia:**

Łączna liczba dni: 3

Łączna liczba godzin: 24

### **Uczestnicy:**

Kadra kierownicza, grupa do 12 osób.

### **Cena:**

3 x 3000zł = 9000zł

## **Program szkolenia**

Powitanie, rozpoczęcie

Generowanie propozycji rozwiązań – nie problemów i ograniczeń – Brain Storming – stałe narzędzie poszukiwania scenariuszy zmian i promowania innowacyjności

Co to jest?

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Promowanie innowacji i postaw innowacyjnych
  - Wychodzenia ze świeżymi nowatorskimi pomysłami, obserwacjami i propozycjami
  - Ulepszanie metod pracy przez wprowadzenie nowych pomysłów
- Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Wprowadzenie nowych pojęć do codziennej pracy menedżera.
- Nowe wizje i podejścia do pracy, z silnym skupieniem na produktach, projektach i procesach. Rozpoznawanie potrzeb zmian i sugerowanie zmian.

- Promowanie innowacyjności w każdej sytuacji.
  - Zwracanie uwagi na innowacje we własnym obszarze działania.
- Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Generowanie propozycji rozwiązań – nie problemów i ograniczeń – Brain Storming – stałe narzędzie poszukiwania scenariuszy zmian i promowania innowacyjności
  - Przekonanie, że promowanie innowacji i innowacyjności jest „twardym”, konkretnym i strategicznym elementem biznesu, mimo twórczej nazwy zagadnienia.
- Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Poznanie poszczególnych etapów promowania innowacji:  
- Zaczynając od szacowania aktualnej wewnętrznej sytuacji;

- Charakterystyka firmy
  - Historia
  - Zarządzanie
  - Klienci
  - Asortyment

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- myślenie linearne a kreatywne / twórcze – przeramowanie percepcji

- kwestionowanie założeń – krytyczny stosunek do spraw i ludzi – podstawa innowacyjności

- technika odwrócenie ról, pozycji – a gdybyśmy my byli rynkiem?

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Przystwojenie wiedzy o przeprowadzaniu białego wywiadu gospodarczego / badanie rynku, analizie tego, co zdarza się w różnych środowiskach biznesowych. Poznanie wiedzy o analizie strategicznej otoczenia firmy

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Analiza otoczenia makro (PEST)
- Analiza otoczenia mikro („5 sił Portera”)

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Bycie zdolnym do zidentyfikowania efektywnej ścieżki i zasobów (w tym zasobów ludzkich). Analiza strategiczna wewnętrzna

- Analiza czynnikowa
- Podsumowanie analizy wewnętrznej
- Propozycja zmian innowacyjnych

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Analiza SWOT
- Zestawienie mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń.
- Analiza SWOT wewnątrz firmy Mocne strony (Strengths)
- Analiza SWOT wewnątrz firmy – Słabe strony (Weaknesses)

- o Analiza SWOT: otoczenie firmy – Szanse (Opportunities)
- o Analiza SWOT: otoczenie firmy – Zagrożenia (Threats)
- o Analiza SWOT – wzajemne oddziaływanie czynników wewnętrznych i zewnętrznych
- o Położenie firmy

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Wybór opcji zmian innowacyjnych, (proponowane rozwiązania strategiczne) – dokonany z wykorzystaniem macierzy przestrzennej czteropolowej (metoda portfelowa)
- o Macierz przestrzenna (SPACE)
- o Macierz przestrzenna (SPACE) – formularz
- o Macierz przestrzenna (SPACE) – wykres

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- o Misja, Wartości, Czas
- o Drogi dojścia

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Wypromowanie innowacji wewnętrznie i / albo zewnętrznie (strategiczne tworzenie sieci i rozwinięte negocjacje), z silnym skupieniem na biznesie motoryzacyjnym, na obszarze przemysłowym, na materiałach, procesach i produktach.

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

Ćwiczenia praktyczne. Rozwój kompetencji w świetle przykładów wykorzystywanych przez najskuteczniejszych menedżerów – wyznaczanie kierunków rozwoju – odgrywanie ról przez każdego z uczestników – nagrywanie kamerą – ocena grupy i prowadzącego.

- Proces decyzyjny - jak przebiega i jak go usprawnić (krótki przegląd narzędzi):

Grupa 1

- analiza SWOT
- określanie celów

Grupa 2

- diagram Pareto
- diagram ości

Grupa 3

- zasada SMART
- burza mózgów
- plan działania

Ćwiczenie – praca w 3 podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Techniki udoskonalania, dopracowywania pomysłów
- piramida potrzeb Maslowa

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady zastosowania wiedzy z badań Maslowa, prezentacje, dyskusja.

- technika drogowskazy (zorientowanie na amerykański styl podejmowania decyzji)
- technika znaki ostrzegawcze (zorientowanie na japoński styl podejmowania decyzji)

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Jak przekonać do własnych pomysłów innowacyjnych - elementy kultury promowania innowacji

- język korzyści, zalet, cech
- technika "co myślisz i dlaczego?"

Ćwiczenie – praca w podgrupach. Przykłady, prezentacje, dyskusja.

- Podsumowanie
- Zakończenie – wypełnienie ankiet - dyplomy

## **Inne:**

### **Potrzebne będą:**

wygodna, cicha, duża sala na 3-4 osoby więcej (powierzchniowo) niż będzie uczestników szkolenia

Ponadto: ekran lub biała (jasna) ściana, flip chart, napoje.

### **Wykorzystywane narzędzia:**

projektor multimedialny z prezentacją PowerPoint, kamera cyfrowa, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, przywieszki, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.