



## COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA ADMÓN. PÚBLICA

### MÓDULO 6: DIRIGIR UN BRAINSTORMING

#### Objetivos

---

El brainstorming es, probablemente, la técnica creativa más utilizada en el ámbito empresarial y, no cabe duda, que es de aplicación en el campo de las organizaciones públicas.

Es muy habitual que, ante un problema de difícil solución, siempre surja alguien que proponga hacer un brainstorming. Pero, curiosamente, hay pocas personas que conozcan con la suficiente profundidad esta técnica como para que sea realmente útil.

Al finalizar la formación a través de las distintas unidades, el usuario será capaz de:

- ◆ Poner en práctica un brainstorming de forma estructurada y rigurosa sin olvidar ningún paso ni requisito que pudiera reducir su eficacia
- ◆ Conocer y aplicar los principios y condiciones que favorecen su funcionamiento
- ◆ Crear un grupo capaz de funcionar eficazmente
- ◆ Realizar un brainstorming
- ◆ Estimular la producción de ideas
- ◆ Seleccionar las mejores ideas del proceso creativo

#### Duración

---

10 horas (formación online + material complementario)

#### Plazo

---

El alumno dispondrá de un plazo máximo de 6 semanas para la realización del curso.

#### Diploma

---

Al finalizar el curso, el alumno obtendrá un Diploma acreditativo de CONDUCTA FORMACIÓN de la realización del curso.

#### Observaciones

---

El curso dará comienzo cuando el alumno formalice la matrícula.

**COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA ADMÓN. PÚBLICA****MÓDULO 6: DIRIGIR UN BRAINSTORMING****Contenidos**

---

- ◆ **Conocer y aplicar los principios del brainstorming**
  - ü Principios básicos
  - ü ¿Por qué la cantidad genera calidad?
  - ü Aplazar el juicio o suspender la crítica
  - ü Efectos producidos por el aplazamiento del juicio
  - ü Ventajas del trabajo en grupo
  - ü Condiciones favorables para la generación de ideas
- ◆ **Crear un grupo eficaz**
  - ü Preparación del grupo
  - ü Frases asesinas
  - ü Frases suicidas
  - ü Funciones a desempeñar
  - ü Número de participantes
  - ü Funciones del director
  - ü Funciones del director de un brainstorming en las distintas fases
  - ü Funciones del secretario
  - ü Funciones de los participantes
- ◆ **Producir las ideas**
  - ü Fases del brainstorming
  - ü Orientar al grupo
  - ü Producir las ideas
  - ü Solucionar problemas
  - ü Incubar las ideas
  - ü Aprovechar las ideas fuera de la sesión
  - ü Recoger las ideas
  - ü Categorizar las ideas
  - ü Puntos fuertes y débiles del brainstorming
  - ü Efectos saludables
  - ü Consecuencias negativas



## COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EN LA ADMÓN. PÚBLICA

### MÓDULO 6: DIRIGIR UN BRAINSTORMING

#### Contenidos

---

- ◆ **Estimular la producción de ideas**
  - ü Identificar el bloqueo
  - ü Lista de control
  - ü Estimular las ideas
  - ü Situaciones que favorecen el bloqueo
  - ü Favorecer la producción
  - ü Técnica de la idea más disparatada
- ◆ **Seleccionar las ideas**
  - ü Clasificar las ideas
  - ü Selección y utilidades de criterios
  - ü Método de la ponderación