

ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_10**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

<i>Nº de acción formativa</i>	<i>Denominación de las acción formativa</i>	<i>DATOS POR EDICIÓN</i>			
		<i>Modalidad Impartición</i>	<i>Ediciones previstas</i>	<i>Nº alumnado mínimo</i>	<i>Nº Horas</i>
19051	IDENTIDAD CORPORATIVA (E-BRANDING) EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	On-line	1	75	40
OBJETIVOS: <ol style="list-style-type: none"> Entender las bases del marketing para marcas, productos y servicios de las administraciones públicas. Integrar las bases de la comunicación integral y de la gestión de la marca pública. Dominar los conceptos básicos relacionados con el branding estratégico 					
PROGRAMA: <ol style="list-style-type: none"> Planificación estratégica de la marca pública Introducción al Social Media Marketing Las redes sociales como herramientas de marketing público. Planificación, objetivos y optimización de la marca pública. 					



ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_10**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
19053	EL PENSAMIENTO CREATIVO Y LA INNOVACIÓN SOCIAL COMO FACTOR DE MEJORA DEL SECTOR PÚBLICO	On-line	2	75	55
OBJETIVOS: <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las características de la creatividad y de los procesos creativos • Identificar organizaciones que desarrollan e incentivan la creatividad de sus empleados • Aplicar herramientas y técnicas creativas para generar nuevas ideas y enfoques en la solución de los problemas profesionales cotidianos. • Analizar los principios de la creatividad y su relación con las diversas técnicas creativas. • Comprender los distintos enfoques sobre innovación social y sus implicaciones en la vida de los ciudadanos. • Valorar la importancia de la innovación social como herramienta del desarrollo de los pueblos 					
PROGRAMA: <p>MÓDULO 1. LA CREATIVIDAD 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aproximación al concepto de creatividad • Diferencias entre creatividad e innovación • Tipos de creatividad y necesidad de su estudio <p>MÓDULO 2. EL PROCESO CREATIVO: SUS ETAPA 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza del proceso creativo • Fases del proceso creativo <p>MÓDULO 3. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPLEADOS CREATIVOS 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actitudes básicas de las personas creativas • ¿Cómo se puede potenciar la creatividad? • Creatividad e inteligencia <p>MÓDULO 4. BLOQUEOS Y BARRERAS A LA CREATIVIDAD EN LAS ORGANIZACIONES 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las resistencias al cambio • Los bloqueos a la creatividad • Setenta formas de matar una idea • Cuarenta frases asesinas de la creatividad <p>MÓDULO 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ORGANIZACIONES CREATIVAS 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perspectivas de la creatividad dentro de las organizaciones • El ambiente en las empresas creativas • Fuentes de creatividad en las empresas <p>MÓDULO 6. PRINCIPIOS Y TÉCNICAS CREATIVAS 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principios de la creatividad • Las técnicas creativas • Descripción, tipos y ventajas de las técnicas creativas <p>MÓDULO 7. LA INNOVACIÓN SOCIAL 10 horas</p>					



<i>Nº de acción formativa</i>	<i>Denominación de las acción formativa</i>	<i>DATOS POR EDICIÓN</i>			
		<i>Modalidad Impartición</i>	<i>Ediciones previstas</i>	<i>Nº alumnado mínimo</i>	<i>Nº Horas</i>
	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto de innovación social • Tipos de innovación social y sus principales características • Modelos de innovación social • La innovación social en Europa • La innovación social en el ámbito público <p>MÓDULO 8. ENFOQUES DE LA INNOVACIÓN SOCIAL 10 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teoría de Recursos y capacidades • Perspectiva integradora de Cajaiba-Santana • La teoría de los grupos de interés • El enfoque de clúster de Poter • Desarrollo sostenible y transformación industrial <p>MÓDULO 9. INNOVACIÓN: RESULTADOS Y CREACIÓN 5 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La innovación social y los resultados organizativos • La innovación social y la creación de valor 				



Instituto Andaluz de Administración Pública
 CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA,
 ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR

ANEXO I: FICHA DE ACCIONES FORMATIVAS

Plan de Formación Continua de la FAMP 2019

Ref.: **FC FAMP 2019_10**

Los contenidos básicos de cada acción formativa incluida en esta licitación, están previstos en las siguientes **Fichas**. No obstante, éstos pueden ser desarrollados y/o ampliados a sugerencia de la entidad ofertante. En este caso, deberán ser incluidos y justificados en las propuestas de ofertas.

Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
19054	GOBIERNO ABIERTO Y COMUNICACIÓN DIGITAL	On-line	1	75	30
<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> Al finalizar el curso el alumno estará en condiciones de • Sabrá definir qué es el Open Data • Podrá identificar los formatos para publicar en Open Data • Entenderá y podrás explicar las razones para llevar a cabo una política activa de Open Data • Sabrá distinguir los elementos a tener en cuenta en una iniciativa de Open Data • Verás cómo promover iniciativas Open Data como agentes del cambio • Fundamentos básicos del open government o gobierno abierto, gobernanza en datos e investigaciones • Cómo analizar y discutir los beneficios, barreras, potenciales efectos negativos de un gobierno abierto • Análisis de casos • Cómo analizar los valores públicos y las mejores prácticas relacionadas con el gobierno abierto • Cómo aplicar los principios de la gobernanza abierta en diferentes situaciones • Cómo enfrentar los potenciales efectos negativos y positivos de los gobiernos abiertos 					
<p>PROGRAMA:</p> <p>TEMA 1. A MODO DE INTRODUCCIÓN: LA INNOVACIÓN PÚBLICA COMO GERMEN DEL GOBIERNO ABIERTO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación abierta, crowdsourcing y pensamiento de diseño: Hacia un nuevo paradigma de colaboración, co-diseño y co-creación de código abierto para las organizaciones del sector público local. 2. Innovación abierta y crowdsourcing aplicado a las organizaciones y servicios públicos locales 3. Pensamiento de diseño y co-creación/co-producción de servicios: Hacia un nuevo ecosistema para promover la innovación en el sector público <p>TEMA 2. GOBERNANZA INTELIGENTE, GOBIERNO ABIERTO Y TECNOLOGÍAS SOCIALES EN UNAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS COLABORATIVAS.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción 2. De la administración pública tradicional a la gobernanza pública inteligente 3. TIC y gestión pública. ¿Qué hay de nuevo? 4. Marco analítico <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Sobre la innovación y el cambio institucional 4.2. Innovación, cambio institucional y tecnología <ol style="list-style-type: none"> 4.2.1. Dos ejemplos <ol style="list-style-type: none"> 4.2.1.1. La experiencia de la Comunitat de Recursos Humans (CORH) 4.2.1.2. La experiencia de InnoGent 4.2.1.3 ¿Cambio institucional en ciernes? 4.3. Conclusiones sobre las experiencias citadas 4.4. Conclusiones generales. LA NUEVA FUNCIÓN PÚBLICA Y EL CAMBIO EN LA ADMINISTRACIÓN. <ol style="list-style-type: none"> 4.4.1. LOS NUEVOS RETOS Y DESAFÍOS PARA LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS 4.4.2. TENDENCIAS ACTUALES DE NUESTRA FUNCIÓN PÚBLICA <ol style="list-style-type: none"> 4.4.2.1. Modelo de gestión de personal. 4.4.2.2. La planificación de recursos humanos. 4.4.2.3. Selección de personal. 4.4.2.4. Carrera administrativa. 4.4.2.5. Retribuciones. 4.4.2.6. Formación. 					



Nº de acción formativa	Denominación de las acción formativa	DATOS POR EDICIÓN			
		Modalidad Impartición	Ediciones previstas	Nº alumnado mínimo	Nº Horas
	<p>4.4.2.7. La función pública directiva.</p> <p>4.4.2.8. La ética de la función pública. La compleja motivación de la alta función pública</p> <p>TEMA 3. CROWDSOURCING Y PLATAFORMAS COLABORATIVAS EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. ¿HACIA UN WIKIGOVERNMENT?</p> <p>1. Introducción</p> <p>2. Administración pública colaborativa, gestión del conocimiento e innovación abierta</p> <p>2.1. La evolución hacia una administración pública colaborativa e innovadora</p> <p>2.1.1. Innovación y calidad en la administración pública ¿son circuitos diferentes?</p> <p>2.2. Hacia un modelo de producción colaborativa: el WikiGovernment</p> <p>3. El desafío del WikiGovernment: crowdsourcing y el formato wiki en el marco de la innovación abierta</p> <p>3.1. ¿Por qué las wikis? Concepto, ventajas e inconvenientes en el sector público</p> <p>3.2. Tipología de usos del formato colaborativo wiki en el sector público</p> <p>4. Experiencias Wiki pioneras</p> <p>4.1. Diplopedia, la wiki de los foreign affairs americanos</p> <p>4.2. La GCpedia, la wiki colaborativa del gobierno canadiense</p> <p>4.3. The Future of Melbourne, un ejemplo de crowdsourcing en el sector público</p> <p>4.4. WikiGobs de NovaGob, la colaboración abierta entre empleados públicos</p> <p>5. Conclusiones: el poder de la colaboración, la colaboración en el poder</p> <p>TEMA 4. LOS DATOS ABIERTOS COMO HERRAMIENTA DE CAMBIO SOCIAL PARA LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS</p> <p>1. Introducción</p> <p>2. Datos abiertos para optimizar la eficiencia y la efectividad</p> <p>2.1. Mejor planificación de los recursos disponibles</p> <p>2.1.1. Mejor planificación de los recursos disponibles</p> <p>2.1.2. Caso de éxito: Transparencia en la Industria extractiva de Burkina Faso</p> <p>2.2. Colaboración entre áreas departamentales</p> <p>2.2.1. Mejora de los flujos de información en la estrategia TIC de Nueva Zelanda</p> <p>2.2.2. Colaborando para gestionar la salud de los ciudadanos en Corea del Sur</p> <p>2.3. Auditoría del correcto uso de los recursos</p> <p>2.3.1. Calidad de la enseñanza en Brasil</p> <p>2.3.2. Funcionamiento de los hospitales en Australia</p> <p>2.4. Identificación de áreas de mejora</p> <p>2.4.1. Optimización del suministro eléctrico en Francia</p> <p>2.4.2. Análisis de los costes administrativos de la vivienda en Corea del Sur</p> <p>2.5. Interoperabilidad de los datos y procesos</p> <p>2.5.1. Monitorización anual en el gobierno de Japón</p> <p>2.5.2. La base de datos global de empresas: Open Corporates</p> <p>3. Datos abiertos para fomentar la transparencia y participación</p> <p>3.1. Net Neutrality y Gobierno Abierto</p> <p>3.2. Análisis de la Ley 19/2013 de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Especial atención a la información pública con datos de carácter personal</p> <p>3.3. El buen gobierno en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno y su aplicación en el ámbito local</p> <p>4. Los datos abiertos como motor de transformación: como pueden usar open data las empresas</p>				



Instituto Andaluz de Administración Pública
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA,
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR