

Termina el MBA. ¿Y ahora qué?

GAME OVER



© 2010 Sony Computer Entertainment Inc.

Ahora hay que seguir jugando

# CALL OF DUTY 4 MODERN WARFARE™



## El MBA os ha dado herramientas para moverse por la jungla

<b>Estructura Formal</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•Diseño de puestos</li><li>•Evaluación del Desempeño</li><li>•Jerarquía</li><li>•Controles</li><li>•Retribuciones</li></ul>	<b>Estructura Informal</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•Relaciones Interdepartamentales</li><li>•Liderazgos Informales</li><li>•Comunicación Interpersonal</li><li>•Grupos espontáneos</li><li>•Normas Tácitas</li></ul>
<b>Variables Individuales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•Inteligencia</li><li>•Necesidades y expectativas</li><li>•Habilidades</li><li>•Educación</li><li>•Estado Civil</li><li>•Miembros a su cuidado</li></ul>	<b>Tecnología</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•Innovación permanente</li><li>•Redes Sociales</li></ul>

# El MBA os ha dado harramientas para moverse por la jungla

## Estructura Formal



## Estructura Informal



## Variables Individuales



## Tecnología

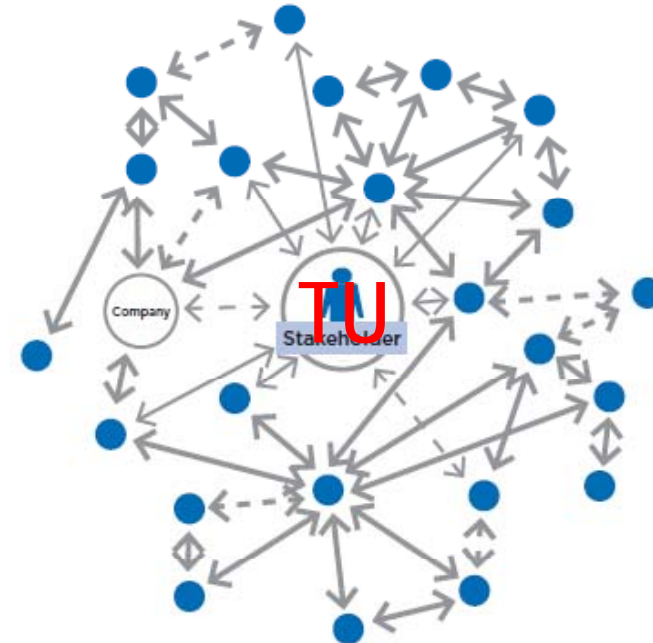
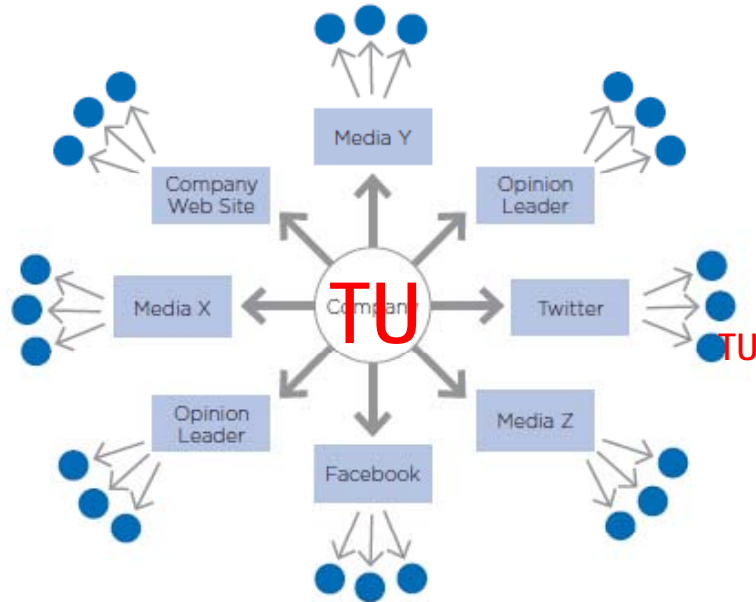


John Hunt

# Ahora hay que sacar partido de ellas ... y ¡del NETWORK!!!

“Hierarchical” Communications Focus

“Networked” Communications Focus



**Focus on Delivery**  
Getting the right message to the right person through the right channel

**Focus on Flow**  
Motivating people to activate their own networks by sharing information/ideas

Fuente: Executive Board

Ahora vuestro reto es explotar el Network y ser diferenciales en él.  
Las redes sociales son vuestras aliadas



Lo que debéis ver es cómo crear vuestra propia marca personal.

ONE LIFE, ONE HISTORY

YO = ¿X?

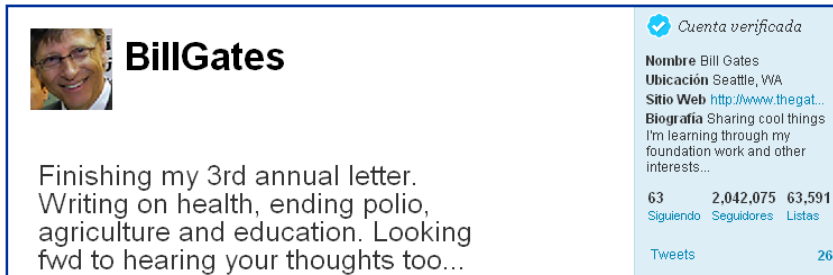
## ¿Cómo crear tu marca personal? (1)

Este proceso de creación de la marca personal tiene mucho en común con los pasos que siguen los emprendedores:

- **Piensa en tus habilidades**, mira alrededor para ver las que son diferentes, estudia las tendencias, identifica los huecos y las oportunidades... todo ello con una visión global.
- **Define bien tu promesa de marca**: lo que sabes hacer, tus conocimientos, tus competencias, tus experiencias y tus valores.
- **Describe la personalidad de tu marca** como si se la contases a algún conocido. Incluye cualidades, atributos, características y peculiaridades.
- **Busca compañeros de viaje para tener**: bastones en los que apoyarte, espejos en los que mirarte, sherpas a los que seguir o adelantar...

## ¿Cómo crear tu marca personal? (2)

- Diseña tu hoja de ruta o plan de acción para crear tu marca personal (decide las herramientas que vas a usar, cuándo y cómo)
- Haz de Internet y las redes sociales (Linkedin, Facebook, Tuenti, Twitter...) tus mejores aliados para todos los pasos: en ellas encontrarás información y oportunidades, podrás crear relaciones, podrás aportar contenidos, ideas que te ayuden a darte a conocer, a posicionarte y crear una red de aliados, de personas que te hagan de portavoces, que multipliquen tu eco... y que, en definitiva, te ayuden a ir construyendo pasito a pasito tu marca personal.



**Bill Gates**

Finishing my 3rd annual letter. Writing on health, ending polio, agriculture and education. Looking fwd to hearing your thoughts too...

Cuenta verificada

Nombre Bill Gates  
Ubicación Seattle, WA  
Sitio Web <http://www.thegat...>  
Biografía Sharing cool things I'm learning through my foundation work and other interests...

63 Siguiendo 2,042,075 Seguidores 63,591 Listas

Tweets 268



**richardbranson**

Virgin Unite, PROJECT & the focus of charity: 2011 will be a challenging but exciting year. <http://ow.ly/3Gzuw> @virginunite @projectmag

Cuenta verificada

Nombre richardbranson  
Sitio Web <http://www.virgin...>  
Biografía Chairman of Virgin Group

6,416 Siguiendo 735,273 Seguidores 18,005 Listas

Tweets 446

Favoritos



Empezad por esta clase, empezad por vosotros



# Yo ya he empezado

Prof. Alberto Andreu Pinillos Comportamiento Organizacional Instituto Empresa

Inicio Artículos Conferencias Docencia Noticias Sobre mí y mis datos de contacto Post-teca



## AlbertoAndreu.com

*Hola. Gracias por visitar mi Blog*

Hace tiempo, cuando empecé a trabajar, me propuse asociar mi nombre (mi marca) a una idea (una función empresarial). Por eso, en este blog encontrarás mis reflexiones sobre las tres funciones a las que más tiempo he dedicado: Responsabilidad o Sostenibilidad Corporativas; Identidad y Comunicación Interna; y Comportamiento Organizacional. Tengo la suerte de haber aprendido en CEPSA, Banesto, Banco Santander Central Hispano y Telefónica. Y la oportunidad de compartir ese conocimiento en IE Business School

**Quién tiene un enemigo... ¿tiene un tesoro?**

¿Como gestionar los enemigos en las empresa? Esta pregunta me surgió al leer esta cita: "Triste es no tener amigos, pero más triste debe ser no tener enemigos, porque, el que enemigos no tenga, señal es que no tiene impre murm

**Oiga?Y usted... ¿Por qué trabaja?**

¿Que les mueve a los de muy arriba a seguir trabajando aun cuando lo tengan todo? ¿Y a los de abajo? Hace un tiempo le dije a un amigo: "Supongo que hay muchos motivos para apretar los dientes y seguir, pero te voy a dar uno que es insuperable. Apuntalo y no lo olvides -le

Buscar





**Alberto Andreu**  
**@aandreup** Madrid, Spain  
*Chieff Reputacion & Sustainability Officer, Telefónica.*  
*Professor of Organizational Behaviour at IE Business School*  
<http://www.albertoandreu.com>

Editar tu perfil →

Acerca de @aandreup

**1.558** Tweets   **228** Siguiendo   **803** Seguidores   **63** Listas

Siguiendo **228**   Seguidores **803**



Si quieres esta presentación... ya sabes lo que tienes que hacer...

Prof. Alberto Andreu Pinillos Comportamiento Organizacional Instituto Empresa

Visita mi blog y descárgatela [www.albertoandreu.com](http://www.albertoandreu.com)

Y te espero en Twitter [@aandreup](https://twitter.com/aandreup)

¡Que la fuerza os acompañe!

