



Nombre de alumno: Marli Paola Vázquez López

Nombre del profesor: Nayeli Morales

Nombre del trabajo; súper nota

Grado; 7

Grupo; C

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de octubre de 2020

TIPOS DE LIDERAZGO



- **Liderazgo natural;** Se dice que es ese líder que no es reconocido como tal con un título pero que representa ese “rol” a la perfección. Tanto es así, que nadie lo cuestiona, sino que se toman sus recomendaciones y guías como algo que hay que cumplir.

- **LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL – EL MÁS COMPLETO** Se considera el liderazgo más completo y es que los líderes que actúan bajo este esquema son los llamados “auténticos líderes”, ya que trabajan desde su auténtico poder de motivación e inspiración hacia el grupo
- **LIDERAZGO BUROCRÁTICO** Su base, la de este líder, es cumplir a rajatabla las normas de la empresa



- **LIDERAZGO “DE LA CURVA”** Este último tipo de liderazgo nos ha gustado mucho siempre porque se basa en la “curva de la felicidad”. **EL LIDERAZGO EMPRESARIAL** Consiste en la habilidad o proceso por medio del cual el líder de la empresa es capaz de influir en los demás para poder conseguir los objetivos y satisfacer las necesidades de la empresa.

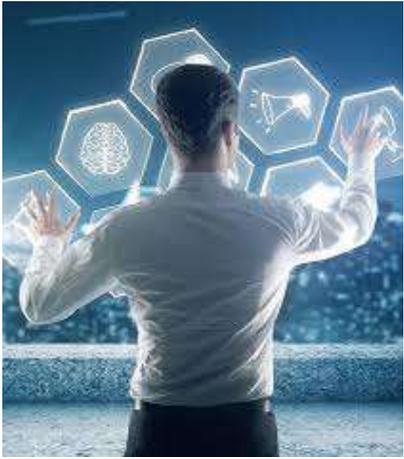
- el líder autocrático
- el liderazgo democrático
- el liderazgo laissez faire
- el líder paternalista
- el liderazgo carismático
- el liderazgo lateral
- el liderazgo situacional



- Tipos de colaboradores con los que se puede encontrar la empresa;
- No saben y no quieren
- No saben, pero quieren
- Saben, pero no quieren
- Saben y quieren

- 4 tipos de liderazgo a aplicar
- El líder ordena
- El líder persuade
- El líder participa
- El líder delega

PENSAMIENTO SISTÉMICO Y LIDERAZGO

	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es pensamiento sistémico? • Es la actitud del ser humano, que se basa en la percepción del mundo real en términos de totalidades para su análisis, comprensión y accionar, a diferencia del planteamiento del método científico, que sólo percibe partes de éste y de manera inconexa. 	<ul style="list-style-type: none"> • La actual sociedad; • La actual “sociedad del conocimiento” pasa del concepto de “mano de obra”, al de “capital intelectual”, el éxito de las organizaciones ya no depende de la acción, sino de la interacción y la comunicación. Cuando falla la interacción, todos los esfuerzos adicionales de las empresas se dañan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Características; • Enfatiza la observación del todo y no de sus partes • Es un lenguaje circular en vez de lineal • Tiene un conjunto de reglas precisas que reducen las ambigüedades y problemas de comunicación que generan problemas al discutir situaciones complejas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Metodología; • La visión Global: La construcción de un modelo global donde se observen de manera general el comportamiento del sistema. • Balance del corto y largo plazo: El Pensamiento Sistémico construye un modelo capaz de mostrar el comportamiento que lleva al éxito en el corto plazo. • Reconocimiento de los sistemas dinámicos complejos e interdependientes.
	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios; • El Pensamiento Sistémico permite la comprensión, simulación y manejo de sistemas complejos, como los que existen en cualquier empresa, negocio o área de trabajo, al utilizar esta herramienta se simplifica el entendimiento de los procesos internos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demoras; Las demoras se presentan tanto los ciclos reforzadores como en los compensadores. Hay puntos donde el eslabón tarda bastante en manifestarse. La demora puede ejercer una enorme influencia en un sistema, acentuando la repercusión de otras fuerzas.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

 <p>UCI Extensión Continúa Educación</p> <p>APRENDEZ BRATIS ES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es? • Negociar es un proceso muy parecido a vender, aunque con algunas diferencias. Ya hemos dicho que vender es persuadir, convencer al posible cliente para que piense y actúe como el vendedor quiere que este actúe y, siempre, en beneficio de ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> • La preparación; En la fase de preparación hay que definir lo que se pretende conseguir y cómo conseguirlo, estableciendo los objetivos propios, qué tipos de descuentos pueden ofrecerse en caso de necesidad y hasta dónde es posible ceder; es muy importante tratar de descubrir los objetivos del contrario. • La discusión; Como se ha dicho, las personas negocian porque tienen o creen tener un conflicto de derechos o intereses.
 <p>EMPRENDEDOR</p> <p>VENDEDOR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las señales; Como se ha dicho, en la negociación las posiciones van moviéndose, unas veces acercándose y otras, por el contrario, distanciándose. • Las propuestas; Las propuestas son aquello sobre lo que se negocia, no se negocian las discusiones, aunque las propuestas puedan ser objeto de discusión. 	<ul style="list-style-type: none"> • El intercambio Esta fase es la más intensa de todo el proceso de negociación y exige una gran atención por ambas partes, ya que en ella se trata de obtener algo a cambio de renunciar a otra cosa. • El cierre y el acuerdo; Como es lógico, la finalidad del cierre es llegar a un acuerdo. Al igual que cuando hablábamos del cierre en la venta, también en la negociación debe hacerse en forma segura y con firmeza.
	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación del precio; • El precio tiene una referencia: es más alto o más bajo que otro. El precio se satisface en el acto o a corto plazo, el valor se disfruta o constata a lo largo del tiempo, ya que el valor está en función de la calidad, el concepto calidad no se expresa en un solo parámetro, el concepto calidad no es mensurable, las cifras que se emplean en calidad no tienen sentido propio. 	<ul style="list-style-type: none"> • La tarea del vendedor consistirá en averiguar si la razón, aparentemente objetiva, que el comprador dará es verídica o si solo es una tapadera. Deberá hacer preguntas detalladas y de control y prestar atención para ver si la respuesta es convincente y bien pensada o rebuscada y esquiva, así averiguará cuáles de los mencionados son los verdaderos motivos del cliente.

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/files/asignatura/5f3c75e5645bb8e3ec83fcdd8379c0df.pdf>

ANTOLOGIA LEN705 DIRECCION Y LIDERAZGO