

**TAREA SEMANA 2**

TEMA

**DIEGO QUIÑONES GARCÍA**

ALUMNO

**TALLER DEL EMPRENDEDOR**

MATERIA

**LAE. VICTOR ANTONIO GONZALES SALAS**

CATEDRATICO

**LNU 9°**

CUATRIMESTRE

# "Talles del Emprendedor"

## Unidad 3

- 1.- La ignorancia de los problemas por los que pasa un equipo de trabajo y la falta de prevención de las situaciones que pueden presentarse proporcionan ineficiencia y, al final, el fracaso.
- 2.- Liderazgo participativo, Responsabilidad compartiva, Una comunidad de propósito, La buena comunicación, La mira en el futuro, Concentración en las tareas y Respuestas rápidas y proactivas.
- 3.- No tener metas y objetivos claros, Falta de coordinación en la secuencia de las acciones, La ausencia de un proceso de comunicación, El liderazgo rígido, Desinterés por la individualidad y Ausencia de esquemas de seguimiento y control.
- 4.- La sesión debe planearse con anticipación e incluir ciertas secciones. Como: Lectura del acta o minuta anterior, Revisión del desempeño, Reconocimiento del éxito, Solución de problemas, Información compartida, Planeación de acciones y Acuerdos generales.
- 5.- Algunos de los problemas de un trabajo en equipo, son: la lentitud de reunir un equipo, interacción ineficiente, decisiones tardadas, Incertidumbre y conformismo, Dominio de la discusión, Responsabilidad ambigua.
- 6.- La importancia de una buena comunicación se debe a que sin ella no se transmite la información necesaria para completar las tareas.

## "Taller del Emprendedor"

### "Unidad 4"

- 1.- Mezcla única de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la empresa ofrece a sus clientes.
- 2.- Una de las ventajas es que el producto o servicio por sí mismo puede o no ser nuevo ni único, pero el emprendedor debe buscar la manera de añadirle valor.
- 3.- Reflejar la funcionalidad, Incluir información importante para el cliente, Conocer y reflejar las características, Comunicar lo que hace mejor la empresa, Ser lo suficientemente entendible y simple, Buscar la fidelidad del cliente.
- 4.- Cualidades del producto, Relación con el consumidor, imagen y prestigio.
- 5.- Promete entregar y no solo por el posicionamiento de la oferta, sino también la experiencia obtenida por el cliente.
- 6.- Hacerlo por etapas: Elegir un posicionamiento amplio para el producto, Determinar una postura de valor y desarrollar la propuesta total.