

Test De Estilos De Liderazgo De Blake And Mouton Iseagt

Conocer con profundidad el concepto del coaching y las partes que participan en él. Conocer las raíces de su metodología. Conocer las principales influencias de diferentes campos. Saber llevar a cabo un proceso de coaching. Conocer las principales herramientas prácticas para llevar a cabo un proceso de coaching. Conocer las habilidades a nivel de personalidad que puede desarrollar un líder. Conocer los distintos tipos de estilos de liderazgo que existen. Conocer las distintas competencias que debe poseer un líder. Entender la motivación y sus tipos como forma de mantener un liderazgo. Conocer las emociones potenciadoras y no potenciadoras en el liderazgo. Entender la comunicación eficaz como base fundamental para lograr el éxito en el contexto empresarial. Identificar y entender la coherencia y la credibilidad como elementos que construyen la marca personal del líder.

UD1. ¿Qué es el coaching?. 1.1. ¿Para qué sirve el coaching?. 1.2. El Coach y el Coachee. 1.3. Ideas equivocadas sobre el coaching. 1.4. Origen del término "Coach". UD2. Influencias de la filosofía clásica en el desarrollo de la sesión de Coaching. 2.1. Sócrates (470 - 399 A.C.). 2.2. Platón (427 - 347 A.C.). 2.3. Aristóteles (384 - 322 A.C.). UD3. Diferentes influencias en el trabajo del desarrollo personal. 3.1. Influencias de filosofías orientales. 3.2. Influencias en las últimas décadas. 3.3. Influencias de la psicología en el coaching. 3.4. Aportes de la física cuántica y la neurociencia. UD4. Corrientes y tipos de coaching. 4.1. Corrientes del coaching. 4.2. Tipos de coaching. UD5. La sesión de coaching. 5.1. Proceso de trabajo. 5.2. El "GROW". ¿Qué es el modelo GROW?. 5.3. Posibles preguntas para cada una de las partes del "Grow". UD6. Herramientas prácticas de trabajo. 6.1. Test de las 30 preguntas previo a sesiones. 6.2. Test de idoneidad. 6.3. La rueda de la vida. 6.4. Lista de valores. 6.5. Tipos VAK y test de estilo de aprendizaje. 6.6. Visualización de misión y visión. 6.7. Creencias limitantes. Formulario para identificarlas. 6.8. Transformar creencias. 6.9. Tengo que o elijo. 6.10. Visualización de epitafios. 6.11. Tiempo de vida limitado. Liderazgo UD1. Concepto de liderazgo. 1.1. Definición de liderazgo. 1.2. La personalidad del líder. 1.3. El líder Vs gestor. 1.4. El líder y la meta. 1.5. Estilos de liderazgo. 1.6. El líder y sus otras facetas como persona. 1.7. El líder y su influencia en el entorno. UD2. Competencias del liderazgo. 2.1. Análisis de la situación donde se ejerce el liderazgo. 2.1.1. En relación con las habilidades del líder. 2.1.2. En relación con el análisis del entorno. 2.1.3. En relación con los resultados. 2.2. Capacidades, habilidades y competencias. 2.2.1. Competencias de gestión. 2.2.2. Competencias de comunicación. 2.2.3. Competencias sociales. 2.3. El líder del Siglo XXI. UD3. Inteligencia emocional en el liderazgo. 3.1. Manejo de las emociones al servicio del líder. 3.2. La motivación. 3.2.1. Tipo de motivaciones. 3.2.2. Teoría de motivaciones. 3.3. Las emociones potenciadoras. 3.4. Las emociones no potenciadoras. 3.5. La salud emocional. UD4. La comunicación efectiva. 4.1. El lenguaje más allá de las palabras. 4.2. Situarse en el lugar del seguidor. 4.2.1. Rapport: conectar con el interlocutor. 4.3. La negociación. UD5. Coherencia, credibilidad y marca personal. 5.1. La huella del líder. 5.2. La marca personal y la omnicalidad. 5.3. Liderazgo basado en valores. 5.4. Todos somos líderes y seguidores.

Los trabajadores de diferentes generaciones, trabajando unidos pueden aportar excelentes resultados, pero las actitudes y

motivaciones de las personas de distintas generaciones son diferentes. Esas diferencias provocan fácilmente malentendidos, problemas de comunicación, e incluso conflictos en el entorno de trabajo. Jon Warner ha diseñado esta herramienta para ayudar a los ejecutivos a reconocer las diferencias a la hora de interactuar con personas de diferentes grupos de edades en el entorno de trabajo, así como para que tomemos conciencia de cómo debemos ajustar nuestro propio estilo para acomodarlo más eficazmente a esas diferencias. La guía del entrenador le ayudará a interpretar en profundidad los resultados del cuestionario, tanto si esta tarea la realiza de manera individual como si lo hace en equipo o con la ayuda de un entrenador externo. El cuaderno de auto-diagnóstico le ayudará a comprender mejor su nivel de destrezas en esta área crítica.

La construcción de una escuela intercultural e inclusiva requiere medidas de naturaleza organizativa. Este libro vincula la teoría a con la práctica organizativa, ofrece experiencias reales y un modelo concreto de dinamización de un claustro.

La complejidad de nuestra sociedad actual requiere, cada vez más, una voluntad fuertemente motivada en un propósito que sea capaz de ejercer el autocontrol para resistirnos a una vida de inconsciencia e impulsos descontrolados. El estrés, el cansancio, la falta de sueño, las múltiples distracciones y el cambio constante debilitan nuestra voluntad y nos impiden ejercer nuestra libertad para realizarnos y ser felices. En cada uno de nosotros habitan dos versiones de ser humano: el yo controlado que actúa con impulsividad y busca la gratificación inmediata y el yo que controla que domina sus impulsos y sabe postergar la gratificación para proteger sus aspiraciones a largo plazo y el cumplimiento de su propósito. De nosotros depende cuál queremos cultivar y de esa decisión depende nuestra felicidad. Debemos poner en jaque nuestro pensamiento y nuestro comportamiento y reflexionar acerca de cómo estamos abordando el tema de la motivación, porque su exceso y mal uso nos está volviendo personas adictas a ella y a todos los incentivos que se utilizan para activarla. La ciencia de la motivación no puede estar al servicio de mejorar la productividad y el rendimiento, porque el ser humano no es una máquina a la que se pueda programar, cambiar las piezas, amortizar y desechar por el cumplimiento de su vida útil. Somos seres sociales que existimos para la realización personal, la felicidad y la convivencia en sociedad. Ese debe ser el norte de cualquier conocimiento, incluido el nacido en torno a la motivación. Este libro es una invitación a reflexionar sobre cómo estamos viviendo, cómo estamos ejerciendo el control sobre nuestras vidas y qué influencia tiene en ello una hipermotivación extrínseca excesiva en detrimento de una voluntad más fuerte y reflexiva. Tomarnos tiempo para parar, reflexionar y decidir con conocimiento de causa, con propósito, es ganar tiempo para vivir más felices. (cont.)

Sólo Quien Se Siente Amado Puede Ser Educado

Interacción y proyecto familiar

Propuesta de un modelo para su caracterización y análisis

Trabajadores de la sociedad del conocimiento y productividad (en red): Impulsores y frenos

Cómo impactar a través de tus habilidades sociales

Cuando hablamos de empoderamiento social nos referimos al logro de mayor autonomía para las mujeres, a su reconocimiento y la visibilidad de sus aportaciones para construir referentes. Asimismo, es clave el acceso en igualdad de oportunidades a los recursos sociales, políticos y económicos, lo que implica participar en las diferentes esferas de poder, entendidas como ámbitos de toma de decisiones. Para lo que hace falta el conocimiento, la información, la participación, el reconocimiento, la captación y la presencia. Todos estos elementos pueden favorecerse gracias a la promoción del empoderamiento grupal. El empoderamiento grupal es más que la mera suma de empoderamientos individuales y, de hecho, puede alcanzarse sin necesidad de que exista un empoderamiento individual previo, ya que permite generar estrategias de afrontamiento a través de redes de cuidado, de la creación de espacios seguros frente a la violencia contra las mujeres o frente a otro tipo de agresiones o situaciones de discriminación. Las valiosas aportaciones que contiene esta obra recogen los trabajos presentados en el Congreso Internacional: el empoderamiento de las mujeres como estrategia de intervención social organizado por el Departamento de Trabajo Social y Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Deusto y celebrado en Bilbao en diciembre de 2013.

Todos deseamos algo en nuestras vidas, ya sea un cambio personal, una nueva relación, estudiar una carrera nueva, comprar una casa o realizar un negocio propio. En este libro utilizamos la palabra emprender en sentido amplio, como todo aquello en lo que deseas embarcarte y que implicara un cambio, no importa que tan pequeño o grande sea. emprender significa dejar atrás una identidad, una forma de pensarte y conocerte, para ir por otra forma fiel a ti mismo. Al leerlo, iniciarás un camino guiado en donde, a través de preguntas claves y disparadores precisos, podrás emprender lo que tú quieras. Este libro aspira a brindarte herramientas simples y útiles para cada paso de este proceso, basado en lo aprendido y practicado por los autores y con las organizaciones con las que trabajan.

La mitad de la bibliografía sobre liderazgo elige un punto de vista eminentemente “técnico-científico”. La otra mitad, un punto de vista “humanista-espiritual”. En cambio, el liderazgo neuroespiritual propone una visión en la que convergen ciencia y espiritualidad, para permitir el desarrollo integral de la persona y promover una eficiente capacidad de liderazgo. Así, el Liderazgo Neuroespiritual se presenta como un modelo transdisciplinario de influencia y persuasión. Este nuevo diseño de liderazgo es aplicable a los diversos contextos: laborales, artísticos, educativos, políticos, religiosos, entre otros. Fue desarrollado pensando en las personas que de una u otra manera ocupan posiciones de liderazgo, independientemente de la organización que integren y sin que necesariamente ocupen un lugar de jerarquía social. Personas que quieren construir una cultura única e irrepetible para su organización. O que desean dirigir su vida con propósito, cansados de que los días y los años se sucedan sin saber hacia dónde realmente quieren ir. El liderazgo neuroespiritual le proporcionará el conocimiento y las herramientas para que usted pueda determinar y aplicar los cambios que necesita su organización o usted mismo. Se trata de un entrenamiento que requiere de un compromiso consciente y decidido, puesto que generará la transformación de su propia vida y de su organización.

La autora expone los fundamentos históricos del test, profundiza en los aspectos de la personalidad y presenta los criterios de evaluación de manera clara y sistemática.

La dirección pedagógica en los institutos de Enseñanza Secundaria

Empresa, estrategia y sostenibilidad

Estilos de liderazgo y su eficacia en la administración pública mexicana

Innovation in the Media

Tema muestra

Estilos de liderazgo y género: Una perspectiva psicosocial

En un mercado donde sólo el talento de los equipos humanos constituye la verdadera fuente de ventaja competitiva se imponen nuevas formas de gestionar personas. Cuando la fuerza laboral está más preparada técnicamente que nunca, las empresas están obligadas a formular una nueva propuesta de valor para atraer y mantener a los más adecuados desde elementos racionales y emocionales. Este libro propone crear escenarios de compromiso, confianza y crecimiento para construir un modelo de gestión de personas basado en el liderazgo al servicio del desarrollo de los colaboradores.

En un momento como el actual, en el que los ciudadanos manifiestan escasa confianza en los máximos representantes de la democracia española y los candidatos a serlo, nuestra sociedad demanda más y mejor liderazgo político. Pero, ¿cómo podemos evaluar los éxitos y fracasos de los presidentes españoles? ¿Qué factores han influido en su mandato: su personalidad o la oportunidad y el contexto? Con una gran dosis de objetividad, José Luis Álvarez explica el auge y la caída de los gobiernos de Adolfo Suárez, Leopoldo Calvo-Sotelo, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy y otras cuestiones que hoy se revelan vitales por el impacto que han tenido en la ciudadanía, por ejemplo, ¿tienen sentido de urgencia en sus reformas? ¿Son nuestros políticos visionarios o gestores? ¿Cuál es su estilo de toma de decisiones? ¿De qué colaboradores se rodean? ¿Quieren y pueden transformar el país? Los presidentes españoles es un libro de lectura imprescindible en el que encontrarás todas las herramientas que te permitirán evaluar el liderazgo presidencial en particular y político en general.

Se explica que para la salud humana la satisfacción de "Las Hambres Básicas" de Caricias, Tiempo y Reconocimiento es tan importante como la ingesta de alimentos, oxígeno y agua. Comprenderemos qué son las Endorfinas -la droga de salud, la alegría, el bienestar y el bien hacer. Conoceremos variadas formas de producirlas en nuestro organismo, pero ante todo la que nos proporciona las cinco ganancias más codiciadas: envejecer despacio, mantener un sistema inmunológico invencible, disponer de una gran energía, vivir alegremente, y poder superar cualquier dolor físico o

corporal. Esta forma única es la práctica de las Virtudes: Prudencia, Justicia, Fortaleza, Templanza, Fe, Esperanza y Caridad. Queda demostrado que para educar a nuestros hijos en la Virtud, la receta no consiste en "hacer que ellos hagan lo que creemos que ellos deben hacer", ni mucho menos en lograr que "ellos hagan lo que los padres queremos", sino algo muy distinto: que dentro de un "Sistema Incondicional" de Caricias, Tiempo y Reconocimiento, les hagamos vivir la fuerza de nuestro Amor, para que "ellos quieran hacer habitualmente lo que conviene al Bien Común y al Bien Integral" de todos los involucrados en el proceso educativo. Para esto hace falta desarrollar un Liderazgo Transformador: sólo quien se siente amado puede ser educado. Se propone el justo medio entre los dos extremos en pugna: ni moralismo rígido, ni naturalismo hedonista o utilitario, sino del equilibrio entre esos dos extremos. Como estrategias auxiliares se plantea lo que es la Reingeniería de Valores y Virtudes, se analizan las Bases Filosóficas para Jerarquizar los Valores Operantes, Reales; y se propone la sana jerarquía de los Nueve Valores Universales, así como el rechazo de los Contravalores. El libro concluye con una explicación apasionante: ¿Quién Soy Yo? A la vez que se exponen los Fundamentos Filosóficos de la Dignidad de la Persona.

Este Manual es el más adecuado para impartir el MF1001 "Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales" de los Certificados de Profesionalidad, y cumple fielmente con los contenidos del Real Decreto. Puede solicitar gratuitamente las soluciones a todas las actividades en el email tutor@tutorformacion.es Capacidades que se adquieren con este Manual: - Calcular y definir la fuerza de ventas y las características del equipo comercial de acuerdo con unos objetivos comerciales y presupuesto definidos previamente. - Aplicar técnicas de organización y gestión comercial para alcanzar o mejorar unos objetivos de venta previstos para un equipo comercial. - Determinar estilos de mando y liderazgo de equipos de comerciales de acuerdo con distintos objetivos comerciales, valores, cultura e identidad corporativa. - Aplicar métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de planes de venta y desempeño de los miembros del equipo comercial. - Definir planes de formación y reciclaje de equipos de comerciales según distintos objetivos y requerimientos. - Aplicar estrategias de resolución y negociación en distintas situaciones de conflicto habituales en equipos de comerciales. Índice: Determinación de la fuerza de ventas 7 1. Introducción. 8 2. Definición y conceptos clave. 9 2.1. Concepto de la fuerza de ventas. 9 2.2. El territorio de ventas y los objetivos de venta. 10 3. Establecimiento de los objetivos de venta. 14 3.1. Número de clientes y fuerza de ventas. 17 3.2. Red de venta externa e interna. 19 4. Predicción de los objetivos ventas. 24 4.1. La importancia de la predicción de ventas. 24 4.2. Supuestos sobre el potencial de mercado. 25 4.3. Métodos de predicción de ventas. 27 4.4. Procedimientos de estimación de cuotas. 29 4.5. Cuotas de ventas individuales y colectivas. 31 4.6. Los presupuestos de ventas. 32 5. El sistema de dirección por objetivos. 32 5.1. Ventajas y desventajas. 33 5.2. Variables

y Parámetros de control. 37 5.3. Objetivos del vendedor. 40 5.4. Objetivos del gerente de ventas. 40 5.5. Prevención de problemas. 41 6. Resumen. 43 7. Autoevaluación. 44 Reclutamiento y retribución de vendedores 47 1. Introducción. 47 2. El reclutamiento del vendedor. 48 2.1. Perfiles del vendedor. 49 2.2. Fuentes de reclutamiento. 49 2.3. Captación de candidatos. 52 3. El proceso de selección de vendedores. 52 3.1. La definición del puesto. 53 3.2. Entrevistas. 54 3.3. Pruebas de selección. 55 3.4. La decisión de contratar/rechazar. 60 3.5. El contrato de trabajo. 61 4. Sistemas de retribución de vendedores. 62 4.1. La función de los planes de retribución. 64 4.2. Métodos de retribución y compensación. 66 4.3. Otras recompensas no monetarias. 67 5. La acogida del vendedor en la empresa. 68 5.1. La sesión informativa inicial. 70 5.2. El manual de ventas de la organización. 71 5.3. La promoción de los vendedores. 72 6. Resumen. 73 7. Autoevaluación. 74 Liderazgo del equipo de ventas 75 1. Introducción. 76 2. Dinamización y dirección de equipos comerciales. 77 2.1. La filosofía de dirección de la empresa. 78 2.2. Cultura empresarial. 78 2.3. El jefe del equipo y sus habilidades directivas. 79 3. Estilos de mando y liderazgo. 81 3.1. Directivo. 81 3.2. Participativo. 82 3.3. Delegativo. 82 3.4. Transformacional. 83 3.5. Transaccional. 83 4. Las funciones de un líder. 87 4.1. Crear y mantener motivado al equipo. 87 4.2. Comunicarse con él. 87 4.3. Motivar y liderar. 88 4.4. Formar y corregir. 89 4.5. Planificar y controlar. 90 5. La Motivación y reanimación del equipo comercial. 91 5.1. Definiciones. 91 5.2. Principales teorías de motivación. 91 5.3. Diagnóstico de factores motivacionales. 95 5.4. Un plan de motivación para vendedores. 96 6. El líder como mentor. 98 6.1. El valor del ejemplo: habilidades y competencias del líder. 98 6.2. La comunicación con el equipo. 101 6.3. La prevención de conflictos. 101 7. Resumen. 104 8. Autoevaluación. 105 Organización y control del equipo comercial 106 1. Introducción. 107 2. Evaluación del desempeño comercial. 108 2.1. Conceptos básicos. 108 2.2. Métodos de evaluación del plan comercial. 108 3. Las variables de control. 110 3.1. Las variables que miden el desempeño del equipo. 110 3.2. Las variables que miden el desempeño del vendedor. 112 3.3. Métodos de evaluación del plan comercial. 115 3.4. El cuadro de mando del gerente de ventas. 115 3.5. Las ratios de rendimiento de cada vendedor y del equipo en su conjunto. 117 4. Los parámetros de control. 119 4.1. Valores tipo exigibles en cada área de desempeño para las variables de control. 119 4.2. Representación gráfica de la evolución temporal de los resultados de control. 120 5. Los instrumentos de control. 124 5.1. Procesos y actividades. 124 5.2. Los documentos de control a cumplimentar por el vendedor. 124 6. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial. 126 6.1. Los momentos de control posibles: diario, semanal, mensual, anual. 126 6.2. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente. 128 6.3. Decisiones de planeamiento. 129 6.4. Evaluación de los informes de venta. 131 6.5. Consecuencias de la evaluación. 132 7. Resumen. 135 8. Autoevaluación. 136

Formación y habilidades del equipo de ventas 137 1. Introducción. 138 2. Necesidad de la formación del equipo. 139
2.1. Proceso de identificación de las necesidades de formación de la empresa. 139 2.2. Objetivos de la Formación.
140 3. Modalidades de la formación. 144 3.1. Tipos de formación: presencial, a distancia, en línea. 144 3.2. Planes
de formación de la organización. 144 3.3. Estructura y Contenidos de un plan de formación. 145 3.4. Métodos,
tiempos y áreas formativas. 146 4. La formación inicial del vendedor. 151 4.1. El curso de bienvenida. 151 4.2.
Detección de las carencias formativas del vendedor. 151 4.3. Programas de refuerzo. 153 4.4. El trabajo en grupo.
154 5. La formación permanente del equipo de ventas. 157 5.1. Áreas y acciones formativas. 160 5.2. Organización
de la formación. 161 5.3. Controles de eficacia de la acción formativa. 163 5.4. Necesidades de formación
emergentes. 164 5.5. Evaluación de los planes de formación. 164 6. Resumen. 169 7. Autoevaluación. 170
La resolución de conflictos en el equipo comercial 171 1. Introducción. 172 2. Teoría del conflicto en entornos de
trabajo. 173 2.1. Psicología del mismo. 173 2.2. Niveles. 174 2.3. Estructura. 176 2.4. Dinámica. 177 2.5. Principios
y retos. 178 2.6. Comunicación asertiva de los objetivos a lograr por el equipo. 182 3. Identificación del conflicto.
184 3.1. Emociones y conflicto. 184 3.2. Comunicación verbal y no verbal de las partes en conflicto. 185 3.3. Los
roles de las partes y sus actitudes emocionales. 188 3.4. Técnicas de detección. 191 4. La resolución del conflicto.
193 4.1. Negociación y resolución de problema. 194 4.2. El uso de intermediarios o representantes. 197 4.3.
Psicología y ética de la resolución. 198 4.4. Técnicas de resolución de situaciones conflictivas. 199 4.5. Estilos de
negociación de conflictos. 200 4.6. Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos. 202 5. Resumen. 205
6. Autoevaluación. 206 Bibliografía 207

Liderazgo Intergeneracional

La empresa motivada

Varón + Mujer = complementariedad

Perfil de competencias

Mujeres y liderazgo

the road to change

Tema de muestra del libro El presente volumen desarrolla los nueve temas comunes del Temario aprobado para el acceso a la categoría de Fisioterapeutas del Servicio Andaluz de Salud. Se incluyen Cuestionarios tipo test de cada uno de dichos temas comunes, eficaces para mejorar la comprensión y memorización de los temas propuestos.

¿A quién no le interesa que su empresa esté motivada? Solo las empresas motivadas consiguen metas exitosas. Práctica e inteligente, esta obra es imprescindible para todo empresario o directivo al que preocupe la motivación de su equipo humano. El Modelo de la empresa motivada es

una verdadera lección de management. Comunicación, contratación, gestión de prioridades, recompensas, liderazgo, son algunos de los temas abordados por Jörg Lahmann. Un auténtico libro de cabecera para crecer como directivo.

La escasa presencia de mujeres en los puestos de dirección y toma de decisiones evidencia que la discriminación laboral de género es todavía un problema sin resolver. La sociedad actual, en favor de los valores democráticos, no debe permitir esta injusta desigualdad, pero tampoco puede desaprovechar las aportaciones que las mujeres altamente cualificadas y motivadas para promocionar pueden hacer al ámbito directivo. El análisis de los estilos de dirección desde la perspectiva de género refleja que el liderazgo femenino se adecua a las demandas organizacionales actuales y, por tanto, la incorporación de las mujeres a los puestos directivos es un valor añadido para las empresas. Este trabajo pretende contribuir a la eliminación de la segregación vertical de género a partir de la estrategia positiva que vincula el liderazgo transformacional con el estilo directivo más propio de las mujeres.

The media are at the end of a cycle and at the beginning of a new model that is still unpredictable. For decades, the industry enjoyed solid profits, a certain tranquillity and clear rules. The presence of high barriers to entry hindered the progress of competitors and several key markets were, in fact, oligopolies. This book tells how a stable industry was buffeted by winds that seriously threatened its essential pillars. Free access and Internet development caused a dramatic drop of the value of the contents. The public could often find information and entertainment at no cost, therefore beginning to move away from the media that were poorly differentiated and predictable in terms of subjects and approaches. The authors do not restrict themselves to writing a chronicle of those transformations: they deepen the causes and propose solutions. In their view, companies in the sector have lacked the discipline necessary to keep pace with innovation, adapt to change and make learning a constant and priority activity. The industry needs better leaders, managers with vision, who can take risks and break the monotonous cycle of systematic imitation of success formulas that already belong to the past.

un estudio sobre el liderazgo educacional

Homenaje al profesor Enrique Claver Cortés

Administración

Liderazgo neuroespiritual en acción

Musas Corporativas

La mejora de la eficacia escolar

Para facilitar la comprensión de este enfoque, el libro explica el modelo de la gestión por competencias con sencillez, aportando diferentes puntos de vista y principales aplicaciones. Presenta con rigor, tanto sus ventajas como sus inconvenientes, para analizar la realidad de la gestión por competencias en toda su amplitud. Incluye lecturas para reflexionar sobre el alcance práctico del tema y una valoración crítica para fomentar el debate sobre el modelo. Además, a diferencia de otras obras publicadas sobre el tema, se incluye un anexo con un glosario de más de cien competencias de utilidad para todas aquellas personas que trabajen con este modelo de gestión.

Este libro se publica en homenaje a una persona que hizo de la Universidad una parte principal de su vida. Uno de esos profesores comprometidos con la academia que dejaron huella no solamente en su universidad, la de Alicante, y en su departamento, el de Organización de

Empresas, sino en el mundo universitario español. El libro está estructurado en las siguientes partes. Un primer capítulo enmarca la labor desarrollada por Enrique Claver Cortés, describiendo su papel clave como maestro y mentor de profesores universitarios, y especialmente su actividad universitaria desarrollada en el ámbito docente e investigador. Seguidamente, se recogen un conjunto de semblanzas, en las que la familia, compañeros y amigos del profesor Claver destacan sus principales rasgos personales y profesionales. Tras estas semblanzas, el libro incluye una serie de capítulos de investigación realizados por compañeros y compañeras de diversas universidades, agrupados en seis temáticas o líneas de investigación que Enrique Claver Cortés llevó a cabo: sector turístico; estrategia empresarial; responsabilidad social y sostenibilidad; internacionalización; innovación y tecnología; y dirección de recursos humanos. Enrique Claver Cortés (Finestrat, 1950 - Villajoyosa, 2020) era doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Valencia y catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Alicante desde el año 1990. Formó parte del primer grupo de profesores que creó la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante, a la que siempre ha estado adscrito el Departamento de Organización de Empresas. Cuando surgen las áreas de conocimiento en el año 1983, el doctor Claver se decanta por Organización de Empresas y pronto empieza a interesarse por los temas de Dirección Estratégica. No obstante, su inquietud y curiosidad académica le llevó a explorar otras disciplinas, y desarrollar líneas de investigación novedosas en su área en cada momento. Desempeñó con gran acierto los múltiples roles que se atribuyen al profesor universitario, con una carrera académica en la que destacan sus más de treinta tesis doctorales dirigidas, su implicación en la gestión al frente de la dirección del departamento que él mismo creó, y por supuesto su labor investigadora, donde el profesor Claver Cortés puede ser considerado todo un referente por su participación en proyectos de I+D+i, sus contribuciones a congresos nacionales e internacionales y sus publicaciones en revistas y editoriales de reconocido prestigio.

El presente libro se motiva ante todo como producto de tres razones. La primera, la importancia que el tema de los estilos de dirección y liderazgo ha adquirido en el ámbito tanto empresarial como académico; la segunda, el deficiente conocimiento y la poca documentación que existe a nivel general en Colombia, y en particular en el departamento del Valle del Cauca sobre aquellos estudios en los que se destacan los aspectos característicos del estilo de dirección y liderazgo; finalmente, la necesidad de contar con un modelo que permita caracterizar y analizar, de acuerdo con las particularidades de nuestro contexto, los estilos de dirección y liderazgo, dado que, como sucede en la literatura administrativa en general, la mayoría de las teorías, modelos y estudios propuestos obedecen a realidades propias de otras latitudes, principalmente la norteamericana. Así, teniendo como principal referente un proceso de revisión teórica sobre los modelos de los estilos de dirección y liderazgo, en el libro se desarrolla un modelo que permite establecer y analizar los aspectos o factores característicos del estilo de dirección y liderazgo. La estructura general del modelo está compuesta por el análisis de dos dimensiones a las que podría orientarse el dirigente, una referente al énfasis en las tareas (resultados), la otra al énfasis en las relaciones (personas). A partir de dicha bidimensionalidad se construyen cuatro estilos de dirección y liderazgo: el indiferente, el tecnicista, el sociable y el sinérgico. La prueba empírica del modelo se desarrolló sobre dos dirigentes del área de gestión humana en dos organizaciones de diferente sector económico del departamento del Valle del Cauca (Colombia). De esta manera, a través de la construcción de un modelo de análisis y el desarrollo de un enfoque metodológico que permite caracterizar el estilo de dirección y liderazgo de los dirigentes, el libro busca aportar para que legos, expertos y empresarios avancen en

su proceso de acercamiento y comprensión de dicho fenómeno organizacional, al tiempo que se generan las condiciones teórico-metodológicas para que estudiantes, tanto a nivel de pregrado como de postgrado, continúen desarrollando trabajos de investigación en torno a los estilos de dirección y liderazgo en las organizaciones colombianas.

Naturaleza y uso de los pruebas psicológicas - Antecedentes históricos de las pruebas actuales - Normas y significado de las puntuaciones de los tests - Confiabilidad - Validez: concepto básico - Validez: medición e interpretación - Análisis de reactivos - Pruebas individuales - Pruebas para poblaciones especiales - Pruebas colectivas - Naturaleza de la inteligencia - Consecuencias psicológicas en la evaluación de la habilidad - Inventarios autodescriptivos de personalidad - Medición de intereses y actitudes - Técnicas proyectivas - Otras técnicas de evaluación - Principales contextos del uso actual de las pruebas - Consideraciones éticas y sociales de la evaluación.

Tests psicológicos

Relaciones en el entorno de trabajo

Estilos, descarriladores y potencializadores del liderazgo femenino.

Liderazgo y desarrollo de equipos: guía conceptual y metodológica

formador de formadores : formación profesional ocupacional : temario, test y casos prácticos

Liderar escuelas interculturales e inclusivas

Conocer con profundidad el concepto del coaching y las partes que participan en él. Conocer las raíces de su metodología. Conocer las principales influencias de diferentes campos. Saber llevar a cabo un proceso de coaching. Conocer las principales herramientas prácticas para llevar a cabo un proceso de coaching. Conocer las habilidades a nivel de personalidad que puede desarrollar un líder. Conocer los distintos tipos de estilos de liderazgo que existen. Conocer las distintas competencias que debe poseer un líder. Entender la motivación y sus tipos como forma de mantener un liderazgo. Conocer las emociones potenciadoras y no potenciadoras en el liderazgo. Entender la comunicación eficaz como base fundamental para lograr el éxito en el contexto empresarial. Identificar y entender la coherencia y la credibilidad como elementos que construyen la marca personal del líder.

UD1. ¿Qué es el coaching?. 1.1. ¿Para qué sirve el coaching?. 1.2. El Coach y el Coachee. 1.3. Ideas equivocadas sobre el coaching. 1.4. Origen del término "Coach". UD2. Influencias de la filosofía clásica en el desarrollo de la sesión de Coaching. 2.1. Sócrates (470 ? 399 A.C.). 2.2. Platón (427 ? 347 A.C.). 2.3. Aristóteles (384 ? 322 A.C.). UD3. Diferentes influencias en el trabajo del desarrollo personal. 3.1. Influencias de filosofías orientales. 3.2. Influencias en las últimas décadas. 3.3. Influencias de la psicología en el coaching. 3.4. Aportes de la física cuántica y la neurociencia. UD4. Corrientes y tipos de coaching. 4.1. Corrientes del coaching. 4.2. Tipos de coaching. UD5. La sesión de coaching. 5.1. Proceso de trabajo. 5.2. El "GROW". ¿Qué es el modelo GROW?. 5.3. Posibles preguntas para cada una de las partes del "Grow". UD6. Herramientas prácticas de trabajo. 6.1. Test de las 30 preguntas previo a sesiones. 6.2. Test de idoneidad. 6.3. La rueda de la vida. 6.4. Lista de valores. 6.5. Tipos VAK y test de estilo de aprendizaje. 6.6. Visualización de misión y visión. 6.7. Creencias limitantes. Formulario para identificarlas. 6.8. Transformar creencias. 6.9. Tengo que o elijo. 6.10. Visualización de epitafios. 6.11. Tiempo de vida limitado. Liderazgo UD1. Concepto de liderazgo. 1.1. Definición de liderazgo. 1.2. La personalidad del líder. 1.3. El líder Vs gestor. 1.4. El líder y la meta.

1.5. Estilos de liderazgo. 1.6. El líder y sus otras facetas como persona. 1.7. El líder y su influencia en el entorno. UD2. Competencias del liderazgo. 2.1. Análisis de la situación donde se ejerce el liderazgo. 2.1.1. En relación con las habilidades del líder. 2.1.2. En relación con el análisis del entorno. 2.1.3. En relación con los resultados. 2.2. Capacidades, habilidades y competencias. 2.2.1. Competencias de gestión. 2.2.2. Competencias de comunicación. 2.2.3. Competencias sociales. 2.3. El líder del Siglo XXI. UD3. Inteligencia emocional en el liderazgo. 3.1. Manejo de las emociones al servicio del líder. 3.2. La motivación. 3.2.1. Tipo de motivaciones. 3.2.2. Teoría de motivaciones. 3.3. Las emociones potenciadoras. 3.4. Las emociones no potenciadoras. 3.5. La salud emocional. UD4. La comunicación efectiva. 4.1. El lenguaje más allá de las palabras. 4.2. Situarse en el lugar del seguidor. 4.2.1. Rapport: conectar con el interlocutor. 4.3. La negociación. UD5. Coherencia, credibilidad y marca personal. 5.1. La huella del líder. 5.2....

Esta obra enfatiza la importancia del aprendizaje basado en competencias. Su objetivo es formar a los futuros profesionales de la Dirección de Empresas abarcando el nivel de las habilidades o "saber hacer" y el de las actitudes y los valores o "saber estar", junto a un desarrollo riguroso de los conocimientos o del "saber". Fruto de nuestra experiencia docente y de nuestra participación en proyectos de innovación educativa durante la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior, detectamos la necesidad de una obra que combinase equilibradamente conocimientos, habilidades y actitudes. Así nació la primera edición. La experiencia docente en los grados y las sugerencias de alumnos y colegas de profesión nos ha ofrecido la oportunidad de actualizar y mejorar la obra en esta segunda edición. Así, el libro Fundamentos de Dirección de Empresas. Conceptos y habilidades directivas combina tres planos que van desarrollándose de forma incremental: el logro de conocimientos teóricos básicos acerca de la empresa y su dirección; el desarrollo de ciertas habilidades o "saber hacer" -la búsqueda de información, el análisis y la valoración de la misma, la comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y la toma de decisiones-, imprescindibles para un futuro directivo; y el fomento de actitudes, valores y normas -especialmente, espíritu crítico, tolerancia, actitud emprendedora y cooperación para el trabajo en equipo -necesarias para el desarrollo de la actividad profesional. Este enfoque hacia el aprendizaje activo del estudiante y las competencias profesionales es el elemento distintivo de la obra y está presente en toda ella. Para su elaboración se ha contado con un equipo de cuatro autoras especializadas en diferentes disciplinas pertenecientes al área de Organización de Empresas del Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia. Las autoras tienen una amplia experiencia docente en asignaturas de grado y máster de diversas titulaciones y han participado en proyectos de innovación educativa que han recibido diversas distinciones por su excelencia. Estudio social-educativo de la función de los directores de los Institutos de Educación Secundaria (IES).

Mucha literatura hay escrita sobre productividad desde hace mucho tiempo. Los primeros datos sobre productividad laboral se remontan a principios del siglo xx aunque durante décadas sólo interesó mayoritariamente a economistas laborales. A partir de la década de los 70 empezó a tenerse en cuenta desde el punto de vista del desarrollo de economías nacionales y su impacto en tres niveles: país, empresa e individuo. Si preguntamos a algún paisano de la calle sobre este término seguramente no será muy conciso al tratar de explicarlo. «Algo relacionado con la economía...», «Lo bien que va una fábrica, ¿no?», «¿Esto no tendrá que ver con algún programa de cocina de esos en los que se le ponen pruebas a la gente?». Si lo hacemos a algún directivo seguro que afinarán un poco más. «Lo que se genera en función de lo que podría ser generado», «Un índice para comparar rendimientos

en el ámbito industrial», «Lo que hay que mejorar para que tengas bonus...». Sí, pero no, pero sí. De manera general, la productividad es el ratio generado por las entradas y las salidas en un proceso productivo según Keindrich (1961). Pero no es la única definición, ni mucho menos. También se define así la relación entre los resultados y el tiempo que se tarda en obtenerlos. Desde el punto de vista ingenieril la productividad viene expresada en términos de eficiencia de la máquina tal y como apuntan Norman y Bahiri (1972), y según han ido evolucionando las empresas, se han ido añadiendo factores que inciden en el resultado. Esta evolución viene pilotada por el papel de las personas en la misma. La preponderancia que han ido obteniendo en el rendimiento de las organizaciones es innegable y ya hay muchas empresas que dependen mayoritariamente de los cerebros que en ellas trabajan más que de las máquinas que se utilizan. Para muestra un botón: las adquisiciones de empresas de consultoría, de bufetes de abogados o de sociedades de banca de inversión. ¿Qué ocurriría si un mes después de la compra se fuesen los principales Socios, Directores y Gerentes con sus respectivos equipos a la competencia o a montar su propia aventura profesional? La respuesta es sencilla: tendrías una marca y un montón de gente con necesidad de liderazgo y de negocio con el que trabajar. Nada más. El valor, volatilizado. Lo que antes era sencillo de medir, al trasladarlo a las personas se convierte en una serie no definida de ecuaciones multivariable con dependencias múltiples, complejas e indefinidas en la mayoría de los casos. ¿Cuáles son los factores que afectan a la productividad? Si revisamos la bibliografía al respecto nos encontramos con que Fernández, Avella y Fernández (2003) indican que existen factores sujetos al control de la dirección de la empresa y otros no, lo cual no aclara mucho la situación. Bain (1985) apuntaba las reglamentaciones gubernamentales y el tamaño y madurez de las organizaciones. Sumanth (1990) incluía la inversión, la relación capital/trabajo, la mezcla de la fuerza de trabajo, la ética del trabajo, el temor de los empleados a perder su empleo, la influencia sindical y la administración. Schroeder (1994) hace mención a cinco factores que comprenden factores externos, de capacidad e inventario, de producto, de proceso, de fuerza de trabajo y de calidad. Prokopenko (1999) sostiene la influencia de, entre otros, la calidad de la fuerza laboral, el mejoramiento de los sistemas, la calidad de la política económica del gobierno, la administración pública, la infraestructura social y de los negocios. Acevedo (2004) incluye las habilidades de los trabajadores, inteligencia y creatividad de los trabajadores, los sistemas de información, el estilo de supervisión, la estructura organizativa y la calidad de la gestión política. Ramírez (2005) añade la ergonomía como un nuevo factor. Y por no seguir enumerando y enumerando, Mosley, León y Pietri (2005) manifiestan que en las organizaciones la productividad se ve afectada por cuatro grupos de factores que son la gerencia, el gobierno, los trabajadores y los sindicatos. De momento, nos quedamos con una definición de Velásquez, Núñez y Rodríguez (2010) en la que definen la productividad como la relación integral entre personas, tecnología y dinero con el fin de generar bienes y servicios que sean beneficiosos para todos los actores involucrados: empresa, trabajadores, clientes y sociedad. Permite a las organizaciones ser más competitivas, reducir sus costes de producción y aumentar su rentabilidad, lo cual coadyuva a un crecimiento sostenido en el mercado nacional e internacional al enfrentarse con mayor éxito los retos de la globalización. De ahí a que pueda ser medida hay todo un mundo. Y yo añadiría que la productividad es un reto. Probablemente y como decía Peter Drucker (1999) ya a finales del siglo pasado «la productividad del trabajador del conocimiento es el mayor reto de gestión del siglo xxi y en los países desarrollados, su primer requerimiento de supervivencia». Por lo tanto, en algunos casos es EL reto. El reto porque se realiza la analogía entre el desarrollo del mundo moderno sobrevenido por el incremento de productividad en las máquinas y mundo

industrial del siglo xx con el que debe producirse con las personas y el mundo del conocimiento de este siglo. Una teoría indica que hasta que no seamos capaces de identificar correctamente los factores que en ella influyen no podremos medirlos, compararlos y mejorarlos.

Tú dejas huella

Fisioterapeuta del SAS. Temario común y test

Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas

Equipos directivos y profesorado ante la diversidad cultural y la inmigración

Los presidentes españoles

Liderazgo Creador. Inteligencia Actitudinal, Racionalidad y Diseño Humano en la Administración

CONTENIDO: Introducción a la administración y las organizaciones - La administración ayer y hoy - Cultura y entorno de las organizaciones: las limitaciones - La administración en un entorno global - Responsabilidad social y ética administrativa - Toma de decisiones: la esencia del trabajo del gerente - Fundamentos de la planeación - Administración estratégica - Herramientas y técnicas de planeación - Estructura y diseño organizacional - Comunicación y tecnología de la información - Gerencia de recursos humanos - Manejo del cambio y la innovación - Fundamentos del comportamiento - Grupos y equipos - La motivación de los empleados - Liderazgo - Fundamentos del control - Administración de operaciones y de la cadena de valores.

Este libro está dirigido para toda mujer que busque llevar su liderazgo a un nivel más elevado de conciencia e influencia interpersonal. En él, se categorizan cuatro estilos de comportamiento que típicamente se pueden observar en distintas mujeres, líderes, ejecutivas o empresarias, y que son representados por cuatro arquetipos que describen perfectamente cada estilo: La Gimnasta, la Abanderada, la Activista y la Nodriz. Toda mujer va identificarse con alguno de los estilos, de los cuales se detalla el cómo se comunica, cómo da y recibe retroalimentación, cómo trabaja en equipo, lo adorable y fastidioso de cada estilo, la forma en que se comportan dependiendo el nivel de desarrollo personal, y los principales ámbitos en los que se destacan mejor. Por supuesto también se incluye el PLF (Perfiles de Liderazgo Femenino) que es un test para que la lectora identifique sus comportamientos y sepa como puede modificarlos, y ofrecemos ejercicios de autocoaching y recomendaciones para trabajar con las áreas de oportunidad, a cada estilo. Este es sin duda un libro de mucha utilidad para desarrollo personal y profesional de las mujeres por sus ejemplos, sencillez y sobre todo, por su aplicación práctica. La autora, Paola Rubio, quien es Coach ejecutiva especializada en desarrollo de liderazgo, ha logrado reunir esta información a través de años de trabajo e investigación continua en su diario interactuar con muchas de la más importantes ejecutivas y empresarias a nivel nacional e internacional. Conferencista Internacional, Paola es una de las Coaches favoritas de las empresas, creadora y diseñadora de diversos programas de transformación organizacional, cultura de equidad y participación, bienestar en el trabajo, etc.

Uno de mis principales propósitos al escribir y publicar este libro, es el de dar a nuestros "Agentes de Cambio" una respuesta realista a esa vieja cuestión planteada tan dramáticamente por San Pablo, y que ellos nos formulan con mucha frecuencia. Nuestros conocimientos no parecen tener, por sí mismos, la eficiencia necesaria como para evitarnos una cruda alcoholica, ni nos sirven para evitar el fracaso progresivo de nuestro matrimonio, ni para modificar los hábitos de nuestros perdedores hijos, a pesar de que "ya sabemos lo que tenemos que hacer". Tampoco sirven para triunfar significativamente en una de las guerras más dramáticas que sufre la sociedad mexicana: la corrupción, particularmente en el ámbito de los servidores públicos. Este libro por medio de entrevistas, cuestionamientos, y test nos lleva de

la mano para conocer aquellos factores que influyen en la formación de un líder.

Trabajadores competentes. Introducción y reflexiones sobre la gestión de recursos humanos y competencias ESIC Editorial

grado superior

Un modelo con 14 herramientas y disciplinas para un equipo motivado

Administración de la empresa

Trabajadores competentes.

Emprende tu vida: 7 pasos para ponerte en acción

La alquimia de la motivación

El manual que te enseña a utilizar tu poder personal para tener el impacto que tú escojas en los demás. Todos somos distintos que nuestro modo de relacionarnos con los demás puede variar de formas inimaginables. A veces puede impedirnos conseguir amigos e incluso pareja. Sin embargo, existen una serie de pautas y herramientas al alcance de todo el mundo para evitar que Sandra Burgos, coach y experta en impacto personal, nos invita en este libro a desarrollar al máximo nuestras competencias interpersonales para sacarles provecho en nuestro día a día. Aprenderemos a interpretar las emociones, a leer el lenguaje corporal e identificar indicios concretos como la mentira y los deseos. Así, trabajaremos nuestra habilidad para comunicarnos, influir en los demás y liderarlas. Porque, al fin y al cabo, sólo tú decides cómo te sientes... y cómo se siente quien está contigo.

En este libro, Patricia Debeljuh realiza un análisis detallado que no solo revela índices objetivos sobre los avances de la mujer en el mundo laboral, sino que también explora las bases antropológicas, los estilos de liderazgos más propios de ellas, y el rol femenino en el hogar y cómo compatibilizarlo con el trabajo a través de una corresponsabilidad con el hombre. La clave está en entender el potencial de la complementariedad. Ningún hombre o mujer en el mundo tiene capacidades que poseen la combinación de ambos. Al concluir el primer capítulo, cita "en primera persona" historias relatadas por la licenciada en economía Clarisa Estol durante su carrera como ejecutiva en diversas empresas

JOSÉ LUIS AYOUB PÉREZ presenta en este libro la metodología y resultados de la primera investigación empírica realizada en la Administración Pública Federal Centralizada de México, diseñada para determinar, utilizando el modelo de liderazgo de alcance (MLQ), cuáles son los estilos de liderazgo que emplean los servidores públicos, cómo se relacionan con indicadores de desempeño, el grado de crisis que perciben y cómo se relaciona con la cantidad de carisma que están dispuestos a atribuir a sus líderes. Incluye una radiografía detallada, en términos demográficos, de la administración pública mexicana.

Dirección de Personas.

Escuchar, Influenciar y Desarrollar a los Colaboradores.

Un liderazgo capaz de formar triunfadores

El empoderamiento de las mujeres como estrategia de intervención social

Coaching y Liderazgo

Personalidad y oportunidad, las claves del liderazgo político