
Acces PDF Correo Electronico Emails Como Escribir Mensajes Eficaces Writing Effective E Mail Nuevos Emprendedores Spanish Edition

Recognizing the way ways to acquire this book **Correo Electronico Emails Como Escribir Mensajes Eficaces Writing Effective E Mail Nuevos Emprendedores Spanish Edition** is additionally useful. You have remained in right site to begin getting this info. acquire the Correo Electronico Emails Como Escribir Mensajes Eficaces Writing Effective E Mail Nuevos Emprendedores Spanish Edition associate that we manage to pay for here and check out the link.

You could purchase lead Correo Electronico Emails Como Escribir Mensajes Eficaces Writing Effective E Mail Nuevos Emprendedores Spanish Edition or get it as soon as feasible. You could quickly download this Correo Electronico Emails Como Escribir Mensajes Eficaces Writing Effective E Mail Nuevos Emprendedores Spanish Edition after getting deal. So, as soon as you require the book swiftly, you can straight acquire it. Its consequently certainly easy and so fats, isnt it? You have to favor to in this impression

KEY=MAIL - LEVY SWANSON

Cómo redactar correos electrónicos eficaces

Manual Paso a Paso

En este manual se explican varias técnicas de redacción de correos electrónicos, al mismo tiempo que se ofrecen ejemplos redactados de mensajes para distintas situaciones. ¿A quién no se le ha presentado la situación de tener que escribir un correo electrónico pidiendo información, disculpas, o rogar que se termine un trabajo? Pero ¿cómo hacerlo de la forma más eficaz? De esto se trata este manual, de contar con los recursos y las herramientas que nos ayuden en esa tarea; de adquirir las habilidades y los conocimientos para redactar un correo electrónico de forma eficaz. Todos nos hemos visto en la tesitura de tener que redactar un correo electrónico de carácter laboral o administrativo, un mensaje de disculpas a un cliente, una petición oficial, un ruego... y nos han surgido muchas dudas. ¿Qué digo y qué no? ¿Cómo lo digo? ¿Cómo saludo y cómo me despido? Por eso necesitamos aprender a redactar correos electrónicos. No es cuestión de saber normas ortográficas. Se trata de conocer los protocolos del medio, saber qué es lo adecuado, cómo preguntar, cómo redactar para que me respondan con rapidez y saber qué responder cuando no dispongo de una respuesta inmediata.

Correos electrónicos eficaces

claves para mensajes en la red

Netbiblo Saussure dijo que el objeto de la escritura es representar la lengua; y la lengua debe adaptarse a cada época, a cada ámbito y a objetivos para conseguir comunicar. El correo electrónico es una nueva forma de interacción entre seres humanos que ha cambiado la comunicación. Una nueva lengua. Tiene la inmediatez del lenguaje oral y las normas y protocolos del lenguaje escrito y todavía debemos aprender a adaptarnos. En este libro ofrecemos una pequeña ayuda para acercarnos un poco más a este nuevo modo de comunicación.

CURSO PRESENTACIONES EFICACES Y ELABORACIÓN DE INFORMES

José Manuel Ferro Veiga El curso está dirigido a todos los profesionales, técnicos y administrativos de las diferentes disciplinas y especialidades, que deben preparar informes en sus áreas de competencia, dentro del sector empresarial privado y público. La eficacia es hoy en día la preocupación fundamental de aquellos que apuestan por estar permanentemente al día en todos los avances tecnológicos que son necesarios para responder y adecuarse a la actual competencia mundial, de manera que estos informes transmitan confianza al proporcionar resultados concretos que permitan actuar en consecuencia y se centren en la ejecución de las decisiones, favoreciendo precisamente la reflexión para tomar las decisiones más adecuadas.

Redacción Profesional. Técnicas de redacción para la empresa del siglo XXI

Netbiblo Redacción Profesional es un libro muy práctico que enseña las técnicas más avanzadas de la comunicación escrita, a través de un sencillo método que destaca los principios elementales y las fases para redactar documentos como cartas, informes, presentaciones y correos electrónicos. El método se basa, sobre todo, en orientar el escrito al lector y estudia cómo éste procesa la

información a través de la lectura. También enseña a estructurar las ideas según el objetivo que persigamos a través de diversos ejemplos prácticos.

El lenguaje e Internet

Ediciones AKAL Esta obra se investiga la naturaleza del impacto que internet está teniendo sobre el lenguaje. Crystal plantea que internet está haciendo posible una impresionante expansión para ocupar un lugar en la categoría variedad del lenguaje, y que está ofreciendo oportunidades sin precedentes para la creatividad personal.

Marketing online 2.0

ANAYA MULTIMEDIA Para nadie es un secreto que Internet ha cambiado las relaciones de instituciones y empresas con sus clientes. Nunca antes los usuarios habían podido asimilar tanta información, ni compartirla a tal escala, ni generar tanto impacto. La presencia de una empresa en Internet es, además de un escaparate mundial abierto las 24 horas del día, una unidad de negocio de gran influencia sobre la cuenta de explotación global de las empresas. Este libro está pensado para ayudar a profesionales y emprendedores a trazar con éxito su propio plan de marketing online. Supone un excelente y ameno punto de partida para facilitar la transición de conceptos tradicionales del marketing al ámbito de Internet, de forma natural y didáctica. Su edición anterior fue el libro más influyente del mercado sobre este tema. Entre en contacto con contenidos tan en boga como el posicionamiento natural en buscadores, la usabilidad o la analítica Web. Aquí encontrará los conceptos principales de cada materia explicados de forma clara y sencilla. Además, dentro de su amplia paleta de estrategias y herramientas, la obra ofrece al usuario una perspectiva global del plan de marketing online y de cómo implementarlo inteligentemente en su empresa.

Aprendizaje eficaz y recuperación de saberes

COOP. EDITORIAL MAGISTERIO

Aun sin saber cómo persuadir a tus clientes?

¿Estás seguro de que tus habilidades actuales son suficientes para atraer y convencer a tus clientes para que compren tus productos?

Bernardo Perez Descubre cómo puede captar la atención de muchos más prospectos y convertirlos en clientes! Este libro sobre Cómo escribir texto publicitario paso a paso contiene estrategias comprobadas sobre cómo escribir texto que captarán la atención de sus lectores objetivos y como persuadirlos para que realicen una acción determinada que tu quiere que ellos hagan. El copywriting trata de saber todo lo que motiva a tus clientes. Es el arte y la ciencia de hacer anuncios, cartas, contenido web o publicado que convence a la gente para comprar. Este libro te da toda la información básica sobre cómo comenzar y llegar a ser grande en la redacción de texto comercial. También incluye consejos avanzados sobre cómo puede mejorar tus habilidades y cómo hacer que las redacciones sean más efectivas para convencer a las personas.

Comunicación y atención al cliente 2.ª edición

Editorial Paraninfo Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de Comunicación y Atención al Cliente de los Ciclos Formativos de grado superior de Administración y Finanzas y de Asistencia a la Dirección, pertenecientes a la familia profesional de Administración y Gestión, según el Real Decreto 1584/2011, de 4 de noviembre, y el Real Decreto 1582/2011, de 4 de noviembre, respectivamente. Para su elaboración también se ha tenido en cuenta la Formación Profesional DUAL (regulada por la Ley Orgánica 8/2013 para la Mejora de la Calidad Educativa, y posteriores modificaciones) y las exigencias del mercado laboral, que demanda personal cualificado en varios campos, capaz de resolver las incidencias que puedan darse en el ámbito de su competencia con iniciativa y autonomía, y que demuestre dotes de creatividad, capacidad de innovación y espíritu de mejora aplicables tanto a su trabajo como al de los miembros de su equipo. Además, los contenidos teóricos de cada unidad se complementan con variados casos prácticos y actividades propuestas y resueltas. Al final de cada unidad también se incluye un útil resumen para el repaso de lo aprendido, así como actividades de comprobación, de aplicación y supuestos prácticos para trabajo en equipo en los que los alumnos podrán ir aplicando los conocimientos adquiridos y comprobar si están asimilando correctamente la materia expuesta en clase. Los contenidos del libro se complementan con Anexos a disposición de profesores y alumnos en la web del libro (www.paraninfo.es), y que se pueden descargar mediante un sencillo registro desde la sección «Recursos previo registro». Por todo ello, esta obra es una herramienta adecuada tanto para los alumnos que quieren obtener los títulos de Técnico Superior en Administración y Finanzas y Técnico Superior en Asistencia a la Dirección como para sus formadores.

Comunicación y atención al cliente

Editorial Paraninfo

Marketing y gestión de destinos turísticos

Ediciones Pirámide La gestión y el marketing de los destinos turísticos precisa de una estrategia precisa, con objetivos que alcanzar y mucho sentido común. Este libro no pretende ser ni un manual completo ni siquiera la biblia de la gestión y el marketing de los destinos turísticos. No es el fruto de una investigación o estudio científico, sino una simple guía para comprender mejor lo que es y cómo se hace la gestión y el marketing de los destinos turísticos. Es un libro que refleja lo que se debe hacer y cómo hacerlo en la gestión y el marketing de los destinos turísticos, desde una óptica práctica y pragmática.

Consejos de marketing por correo electrónico

Avneet Kumar Singla Este libro da grandes consejos y trucos sobre cómo hacer marketing por correo electrónico de manera correcta. ¿Cuáles son los métodos o enfoques del buen marketing por correo electrónico, las estrategias de marketing por correo electrónico y cómo uno puede aumentar sus ganancias con el marketing por correo electrónico y el marketing de relaciones? Este libro consta de 26 capítulos y está escrito en aproximadamente 18500 palabras. Tabla de contenido Publicidad, No Spamming Marketing por correo electrónico eficiente Error de marketing por correo electrónico Enfoque de marketing por correo electrónico Reuniendo Email Marketing con otros tipos de Marketing Marketing de correo electrónico con boletines electrónicos Evaluación de su Email Marketing Obtenga ayuda con su campaña de email marketing ¿Cómo su negocio puede obtener beneficios del marketing por correo electrónico? Es el correo electrónico Marketing adecuado para su negocio? Es su correo electrónico Marketing Spam? ¿Su trabajo de Marketing por correo electrónico? Comercialización efectiva con correo electrónico Organice su campaña de Email Marketing Llegar a su grupo objetivo en Email Marketing Marketing por correo electrónico sutil La reacción a su Email Marketing El contenido adecuado para su email Marketing Comprender el marketing por correo electrónico Uso de la publicidad en el email Marketing Creación de listas de correo electrónico para campañas de marketing Cuando el Email Marketing no funciona Si Email Marketing no es suficiente Cuando finalizar su campaña de Email Marketing ¿Por qué no Email Marketing? Marketing de boca a boca de Marketing por correo electrónico Palabras clave Uno de los mejores libros sobre Email Marketing Marketing de afiliados, ganancias del sitio web Estrategias de creación de listas opt-in, Autorespuestas Pequeña escala-Negocio, Negocio a tiempo parcial Trabajar desde casa, Trabajo a tiempo parcial Marketing de relaciones, Marketing en Internet Hacer dinero de marketing por correo electrónico Uno de los mejores libros sobre Marketing en Internet Keywords One of the Best Book on Email Marketing Affiliate Marketing, Website Earnings Opt-In List Building Strategies, Autoresponders Small Scale-Business, Part time business Work from home, Part time Work Relationship Marketing, Internet Marketing Money Making from email marketing One of the Best Book on Internet Marketing

Impulsa aún más tu Negocio de Coaching

La guía definitiva para crear y consolidar un negocio de coaching rentable

Jose Ramon Luna Cerdan

Marketing

An Introduction

Pearson Educación This accessible overview helps learners master the basic principles and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way. Its coverage balances upon three essential pillars—(1) theory and concepts; (2) practices and applications; and (3) effective learning tools. A four-part organization details topics under the headings of: understanding marketing and the marketing management process, assessing opportunities in a dynamic marketing environment, developing marketing strategy and the marketing mix, and extending marketing. For individuals interested in taking an intriguing, discovery-filled journey to the business of marketing—in sales forces, retailing, advertising, research, or any other

Email Marketing

Optimiza tus Recursos. Optimiza tus Ingresos. 2ª Edición

IT Campus Academy Casi cualquier negocio en línea puede beneficiarse del uso de auto-respondedores. De hecho, su negocio, partiendo de una campaña adecuada, puede ser construido en torno a un programa de auto-respondedores. Todo lo que necesita es un producto y una serie efectiva de mensajes de respuesta automáticos y usted puede encontrar un gran filón de negocio en la red. Su auto-respondedor es su gallina de los huevos de oro: esta herramienta de marketing va a vender su producto bien desarrollado de forma mucho más eficaz que cualquier otro tipo de publicidad actual. Unas cuantas ventas son realizadas por compradores compulsivos, especialmente en Internet. Si usted es capaz de conseguir hacer llegar su mensaje a las personas que están interesadas en lo que puede ofrecer verá crecer sus ventas de forma significativa.

Estrategias de email marketing para fidelizar clientes

Èlia Guardiola A pesar de que el email fue una de las primeras vías de comunicación online que aparecieron, su importancia no ha quedado en el pasado. Con la llegada de otros canales digitales, como las redes sociales, se pensaba que el correo electrónico y el email marketing iban a quedar obsoletos. Pero durante todo este tiempo ha quedado claro que eso está lejos de la realidad. Por si tienes algunas dudas, te sorprenderás al conocer cómo las campañas de marketing a través de correos electrónicos son útiles para conquistar nuevos clientes. Estos son algunos datos interesantes según un estudio de Hubspot del email marketing: Alrededor de 3.900 millones de personas que utilizan su correo a nivel mundial todos los días, y para el 2023 se espera que el número aumente a los 4.300 millones. Al 73% de la generación de los Millennials les gusta más recibir mensajes de marcas a través del email. Las campañas segmentadas consiguen un incremento de hasta el 760% en los ingresos generados. Según el 59% de los encuestados sus decisiones de compra se ven influenciadas por los emails. Pero gracias a su efectividad, el email marketing tiene, entre otros desafíos, fidelizar a un cliente ocasional. En este ebook vamos a conocer y aprender a utilizar los emails como estrategia de fidelización, incluyendo algunas recomendaciones para diseñar campañas y estrategias efectivas. ¡Quiero este ebook y todo lo que incluye!

Gestion Eficaz Del Tiempo Y Control (4e)

ESIC Editorial

Gestión eficaz del tiempo y control del estrés

ESIC Editorial

Vender a través de la red; el comercio electrónico

ESIC Editorial A principios del 2001 se produjo el crack bursátil de las empresas tecnológicas, Internet y comercio electrónico que cotizaban-cotizaban en el NASDAQ. No mucho tiempo antes, en 1995, algunos websites comenzaron a incorporar procesos transaccionales. Acababa de nacer un nuevo canal de venta: la venta directa a través de Internet. El comercio electrónico ha evolucionado muy rápido hacia un entorno mucho más estable donde los e-detallistas comienzan a tener ebitdas positivos y ello se traduce en una mejor oferta global. La demanda se está convirtiendo, poco a poco, en más sofisticada, más confiada y consideran a Internet como un canal más de compra de sus productos más habituales. Índice: 1. Introducción al comercio electrónico y estrategias competitivas 2. Marketing de una tienda virtual: conseguir visitas 3. Venta on line: tasa de conversión y pedido medio

Mindfulness digital

Cómo aportar equilibrio a nuestras vidas digitales

Plataforma Desde el correo electrónico hasta los smartphones, y desde los medios sociales hasta las búsquedas en Google, las tecnologías digitales han transformado nuestra forma de aprender, entretenernos, socializar y trabajar. A pesar de su utilidad, estas tecnologías han conducido a menudo al exceso de información, al estrés y a la distracción. En los últimos años, muchos de nosotros hemos comenzado a sopesar los pros y los contras de nuestras vidas en línea, y a preguntarnos cómo podríamos utilizar con más destreza las herramientas que hemos desarrollado. David M. Levy, que ha vivido siempre a caballo entre el "mundo rápido" de la alta tecnología y el "mundo lento" de la contemplación, ofrece una oportuna guía para estar más relajados, atentos y emocionalmente equilibrados mientras estamos conectados. En una serie de ejercicios cuidadosamente diseñados para ayudar a los lectores a observar y reflexionar sobre su propio uso, Levy nos invita a observarnos mientras utilizamos el correo electrónico o ejercitamos la multitarea, así como a experimentar con la desconexión durante un período determinado. Nunca prescriptivo, el libro abre nuevas sendas para investigarnos a nosotros mismos, y permitirá a los lectores realizar cambios significativos y poderosos en su lugar de trabajo, en el aula y en la intimidad de su hogar.

Mañana Student's Book

Cambridge University Press Tailored to the Language B syllabus, our full-colour IB coursebook, Mañana, contains everything you need for your two-year teaching course.

Manual para preparación a pruebas selectivas para el ingreso libre en el Cuerpo General Auxiliar de la Administración del Estado

José Manuel Ferro Veiga En época de crisis aumenta el número de personas que se presenta a una oposición. Si se consigue una plaza, los afortunados se asegurarán un empleo o, en otros casos, tendrán la opción de formar parte de una bolsa de trabajo a la cual las instituciones recurren para cubrir bajas o puestos con carácter temporal. Una de las claves del éxito es la preparación previa, ya que de ella dependerá en gran medida el resultado. Los aspirantes para pruebas selectivas para el ingreso libre en el Cuerpo General Auxiliar de la Administración del Estado deberán estar en posesión o en condiciones de obtener en la fecha de finalización del plazo

de presentación de solicitudes el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria. Asimismo, se estará a lo dispuesto en la Orden EDU/1603/2009, de 10 de junio, por la que se establecen equivalencias con los títulos de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria y de Bachiller regulados en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, modificada mediante la Orden EDU/520/2011, de 7 de marzo. El proceso de selección estará formado por una fase de oposición que constará de dos ejercicios, ambos de carácter obligatorio y eliminatorio. El Primer ejercicio estará formado por las dos partes que a continuación se indican, ambas obligatorias y eliminatorias, y que se realizarán conjuntamente. La primera prueba consistirá en contestar por escrito un cuestionario de un máximo de 60 preguntas. De éstas, 30 versarán sobre las materias previstas en el bloque I del programa y 30 serán de carácter psicotécnico dirigidas a evaluar aptitudes administrativas, numéricas o verbales propias de las tareas desempeñadas por el Cuerpo General Auxiliar de la Administración del Estado; podrán preverse 3 preguntas adicionales de reserva que serán valoradas en el caso de que se anule alguna de las 60 anteriores. La segunda prueba consistirá en contestar por escrito un cuestionario de un máximo de 30 preguntas sobre las materias previstas en el bloque II del programa; podrán preverse 3 preguntas adicionales de reserva que serán valoradas en el caso de que se anule alguna de las 30 anteriores. Las preguntas del primer ejercicio que versen sobre temas de ofimática del bloque II relacionados con Windows y/o Office estarán referidas, en concreto, a las siguientes versiones: Windows 10 y Office 2010 Professional Plus actualizado al Service Pack 2 (SP2). El tiempo máximo para la realización de este ejercicio será de setenta minutos. El cuestionario de ambas pruebas estará compuesto por preguntas con respuestas alternativas, de las cuales sólo una de ellas será correcta. Para su realización, los aspirantes deberán señalar en la hoja de examen las opciones de respuesta que estimen válidas de acuerdo con las instrucciones que se faciliten. Todas las preguntas tendrán el mismo valor y las contestaciones erróneas se penalizarán con un tercio del valor de una contestación. Las respuestas en blanco no penalizan. El Segundo ejercicio consistirá en un ejercicio de carácter práctico, realizado en una sola sesión, siguiendo las instrucciones facilitadas, en el que se utilizará el Office 2010 Professional Plus actualizado al Service Pack 2 (SP2). Se valorarán en este ejercicio los conocimientos y habilidades en las funciones y utilidades del procesador de textos (con un peso relativo del 50%) y de la hoja de cálculo (con un peso relativo del 30%), así como la transcripción de un texto y la detección y corrección de las faltas de ortografía en él introducidas (con un peso relativo del 20%). El tiempo máximo para la realización de este ejercicio será de treinta minutos. Se facilitarán a los aspirantes los medios técnicos necesarios para su realización, si bien se desactivarán las funciones correspondientes a la corrección automática de textos y los métodos abreviados de teclado. El Primer ejercicio se calificará de 0 a 50 puntos, calificándose hasta 35 puntos la primera parte y hasta 15 puntos la segunda.

FPB Aplicaciones básicas de ofimática

Editex

Mañana Libro del alumno

GESTION DE LA COMUNICACIÓN

UN ENFOQUE INTEGRAL

ESIC Editorial El sector de la comunicación ha experimentado una profunda transformación en las últimas décadas que ha afectado considerablemente a la forma de operar de los distintos agentes que intervienen en él y ha propiciado cambios en las prácticas de marketing y de comunicación. Los nuevos medios y las nuevas tecnologías ofrecen un gran potencial para la mejora de los procesos de marketing y comunicación, pero también obligan a trabajar con rigor y con un planteamiento estratégico en su gestión. Las comunicaciones actuales se enfrentan a niveles elevados de saturación de mensajes y a una creciente falta de atención por parte de los consumidores, a lo que debemos añadir, además, el aumento considerable de opciones de comunicación disponibles para los anunciantes. En este contexto, la comunicación integrada de marketing es un avance significativo de la evolución en la disciplina de marketing. Gestión de la comunicación: un enfoque integral está dirigido tanto al ámbito académico como profesional de la comunicación comercial con el objetivo de proporcionar una visión pedagógica, actual y coordinada de sus diferentes herramientas, combinando de forma sinérgica contenido teórico con las mejores prácticas comunicativas de las organizaciones. El libro está organizado en cinco capítulos que desarrollan la comunicación integrada de marketing y sus diferentes instrumentos: publicidad, promoción de ventas, marketing directo y relaciones públicas. Los avances en las TIC han facilitado el desarrollo de nuevos canales de comunicación que se abordan en cada capítulo bajo los objetivos propios de cada uno de estos instrumentos. Este libro es fruto del conocimiento, experiencia y esfuerzo compartido entre docentes-investigadores del área de comercialización e investigación de mercados pertenecientes a diferentes universidades españolas. Su encuentro ha permitido enriquecer el contenido del libro desde diferentes perspectivas, llegando a un consenso sobre los fundamentos a transmitir para generar conocimiento de la comunicación integrada de marketing y sus instrumentos con una visión práctica, actual y ajustada a las necesidades y exigencias del mercado.

Gestión eficaz del tiempo

INNOVACIÓN Y CUALIFICACIÓN

Red

E-ditorial 531 S.A.S. Las redes humanas nos convocan, algunas veces caemos en las que otros nos tienden, las mismas a veces nos salvan de la muerte o nos conducen a ella, nos atrapan y nos manipulan aprovechando nuestra necesidad de compartir, de pertenecer; allí encontramos mentiras y grandes verdades, manipulaciones, canales de denuncia y hasta un medio para sentir que

encajamos, a veces desde la verdad y a veces desde la imagen inventada donde el deseo de compartir y la rivalidad están a la orden del día. Es una paradoja que en una época en la que las posibilidades de conexión son infinitas, la forma de hacer relaciones comience desde la virtualidad como detonante, dejando a la piel en un segundo plano. En algunos momentos las construimos para esclavizar y destruir, para vengar nuestros dolores o simplemente para sentir que podemos controlar las vidas de otros, como una forma de esclavitud. Esperamos que disfruten este libro y se dejen atrapar, es nuestra manera de agradecer a nuestros lectores, escritores, colaboradores, amigos y detractores por ayudarnos a crecer año tras año, porque son ustedes quienes al recibir nuestro trabajo con alma y corazón abierto, los que enriquecen nuestra labor. Autores: Andrés Salgado; Laura Cordoba; Mauricio Moreno; Margarita Arenas; Angélica Contreras; Natalia Gil; C.J. Torres.

Mejora continua del servicio

The Stationery Office Spanish (Castilian) language edition of "Continual service improvement" (2007, ISBN 9780113310494). On cover & title page: ITIL

Habilidades directivas

Editorial Elearning, S.L. Conocer los fundamentos e importancia del liderazgo a nivel organizacional. Distinguir un equipo y de un grupo. Comprender la relación entre una gestión de éxito y el estilo directivo empleado. Mejorar el estilo de dirección propio. Conocer en qué consiste un cambio organizativo y cómo puede ser. Prever las resistencias al cambio que pueden surgir de cada persona y de la organización. Planificar un cambio organizativo. Apreciar las exactas dimensiones del conflicto en el entorno empresarial. Distinguir entre conflictos funcionales y disfuncionales Usar las características de cada conflicto para intentar resolverlo. Conocer las barreras que impiden la comunicación Diferenciar conceptos claves de la comunicación interpersonal e intrapersonal. Profundizar en las habilidades superiores de comunicación Conocer la importancia real de las reuniones para la actividad de una empresa. Distinguir los elementos y tipos de las reuniones. Organizar el proceso completo de una reunión. Saber manejar el tiempo como recurso para alcanzar objetivos organizacionales y personales, así como organizar correctamente la agenda personal. Saber detectar aquellas situaciones y prácticas que "roban" tiempo. Saber gestionar correctamente el estrés. UD1. Liderazgo y estilos de dirección 1. Introducción 2. Liderazgo y equipo 2.1. Liderazgo 2.2. Gestor/a vs. Líder 2.3. Teorías sobre el liderazgo 2.4. Equipos vs. Grupos 2.5. Barreras del trabajo en equipo 3. Concepto y estilos de dirección 3.1. Influencias del estilo de dirección 3.2. Los seis estilos de dirección 3.3. Compatibilidad de estilos 3.4. Trabajando con los estilos de dirección UD2. Gestión del cambio 1. El cambio organizativo: conceptos básicos 1.1. Definición y tipos 1.2. Necesidad y fuerzas para el cambio 1.3. Etapas de cambio en las organizaciones 1.4. Tipos y modelos de cambio 2. Resistencia individual al cambio 2.1. Psicológica 2.2. Utilitaria 2.3. Cínica 3. Resistencia organizativa al cambio 3.1. Inercia estructural 3.2. Estanqueidad 3.3. Inercia del equipo 3.4. Amenazas 4. Tratamiento de la resistencia al cambio 5. Detalles de planificación 5.1. Roles 5.2. Matizaciones 5.3. Seguimiento 5.4. Agenda escalonada UD3. Gestión del conflicto 1. Introducción 2. Definición, tipos y antecedentes del conflicto 2.1. Conflictos funcionales 2.2. Conflictos disfuncionales 3. Relación entre tipologías y estilos de resolución de conflictos 3.1. Tipologías 3.2. Estilos 3.3. Relación tipologías - estilos UD4. Gestión de la Comunicación 1. Introducción 2. Observar nuestras limitaciones a la hora de comunicarnos 3. Comprender y desarrollar la empatía 3.1. ¿Qué bloquea el desarrollo de la empatía? 3.2. El papel de la empatía en el diálogo 3.3. La práctica de la empatía 4. La escucha 4.1. Variables asociadas a la escucha activa 4.2. Cuando los demás no escuchan 4.3. Liderazgo y escucha 5. La escucha activa en el entorno laboral 5.1. La escucha en diferentes profesiones 5.1.1 La escucha en el ámbito educativo 5.1.2 La escucha en la sanidad 5.1.3 La escucha en el proceso de venta 6. Otras habilidades sociales dentro de las organizaciones 6.1. Interdependencia positiva y trabajo cooperativo 6.2. Asertividad del equipo de trabajo 6.3. Peticiones y demandas 6.4. Saber decir y escuchar "no" UD5. Reuniones 1. La reunión: definición y funciones 2. Elementos de una reunión 2.1. Elementos previos 2.2. Elementos personales 2.3. Distribución y lugar de reunión 3. Tipos de reuniones 3.1. Informativas 3.2. Consultivo-deliberativas 3.3. Formativas 3.4. Decisorias 4. Fases de una reunión 4.1. Análisis y estudio de su necesidad 4.2. Fase de preparación 4.3. Inicio de la reunión 4.4. Desarrollo de la reunión 4.5. Final de la reunión 4.6. Seguimiento de los acuerdos UD6. Gestión del tiempo y gestión del estrés 1. Introducción 2. Tiempo como recurso. 3. Gestión eficaz del tiempo. 3.1. Gestión reactiva, activa y proactiva 3.2. Factores que influyen en la gestión del tiempo 3.3. Tipología de tareas 4. Ladrones del tiempo. 4.1. El programa diario: la agenda 5. Gestión del estrés 5.1. ¿Por qué experimentamos estrés? 5.2. Niveles de estrés 5.3. Prevención del estrés

Español actual

Un Mundo sin e-mail

Reinventando el trabajo en un mundo con exceso de comunicación

Reverte-Management ***New York Times Bestseller*** El autor bestseller del New York Times, Cal Newport, nos ofrece una propuesta audaz para liberar a los trabajadores de la dictadura de la bandeja de entrada y desencadenar una nueva era de productividad. Los profesionales modernos se comunican constantemente. Sus días se definen por un incesante bombardeo de mensajes entrantes y conversaciones digitales de ida y vuelta, un estado de palabrería constante y estresante de la que nadie puede desconectar y, por tanto, no se dispone del ancho de banda cognitivo necesario para realizar un trabajo productivo. Basándose en años de investigación, en *Un mundo sin email*, Cal Newport, escritor y profesor de ciencias de la computación, sostiene que nuestro enfoque actual del trabajo está equivocado y expone una serie de principios e instrucciones concretas para corregirlo. • El autor aboga por un lugar de

trabajo en el que procesos claros definen cómo se identifican, distribuyen y revisan las tareas. Cada persona trabaja en menos tareas y se reduce la creciente carga de tareas administrativas. • Por encima de todo, la comunicación importante se optimiza, y las bandejas de entrada y los canales de chat dejan de ser el elemento central del proceso de ejecución del trabajo. • Un mundo sin e-mail te convencerá de que ha llegado el momento de realizar cambios audaces y te mostrará exactamente cómo llevarlos a cabo.

MF1013_3 - Transporte de larga distancia

Editorial Elearning, S.L. Esta publicación corresponde a uno de los Módulos que compone el Certificado de Profesionalidad denominado COML0209 . Organización del transporte y la distribución. Para ello, se estudiarán las características de los servicios de transporte de larga distancia y la operativa del transporte intermodal. Además, se analizará la planificación de las operaciones de transporte y la forma de gestionar de forma adecuada la documentación necesaria para las operaciones. Por último, se desarrollarán los aspectos necesarios para asegurar el control y la seguridad en el transporte, conociendo como se puede aplicar las nuevas tecnologías al transporte de larga distancia.

Los 100 Correos Electrónicos Más Poderosos Del Network Marketing

Guía Paso a Paso para Crear Campañas de Email Marketing

El marketing por correo electrónico ayuda a las empresas a ver las ventas instantáneas de los clientes existentes, pero lo que es más importante, mantiene y construye relaciones duraderas con clientes leales, que son el núcleo de las empresas más exitosas. A pesar de los beneficios empresariales de la comercialización del correo electrónico, muchas empresas aún no lo están utilizando o están subutilizando su poder. Si ya comercializa por correo electrónico, esta guía proporciona consejos útiles para mejorar los resultados de sus campañas de correo electrónico e ideas para establecer relaciones a largo plazo con clientes leales. Para aquellos de ustedes que no han iniciado el marketing por correo electrónico, usted aprenderá cómo hacerlo de manera eficiente y eficaz de la manera correcta! Enviar correo electrónico es una experiencia divertida y gratificante. ¿Sabes lo impresionante que es cuando las personas comentan en sus mensajes de Facebook o responder a un tweet? Bueno, los boletines de correo electrónico son mejores con un mayor alcance! No pierdas de vista que todo esto se supone que es algo que disfrutas y espero que crezca la pasión.

ÉXITO EN MARKETING POR CORREO ELECTRÓNICO

Cómo Crear una Lista de Correo Electrónico y Campañas de Marketing por Correo Electrónico Exitosas

C.X. Cruz El marketing por correo electrónico para empresas no es un concepto nuevo. De hecho, en comparación con otros canales de marketing en línea como las redes sociales, las aplicaciones para dispositivos móviles e incluso los motores de búsqueda, el marketing por correo electrónico puede parecer un poco desactualizado. Han sucedido muchas cosas en los últimos años con el marketing por correo electrónico, y la disciplina todavía está siempre en movimiento. Los comportamientos y expectativas alterados de los consumidores exigen nuevos métodos de marketing por correo electrónico. Enfoques como la personalización y la segmentación están transformando los boletines informativos de la empresa de correos electrónicos masivos anónimos en correos electrónicos personalizados. Las estadísticas muestran que el marketing por correo electrónico tiene un amplio alcance, además de ser una de las mejores tácticas de marketing para el retorno de la inversión. Casi todo el mundo tiene una dirección de correo electrónico en estos días, y la mayoría de los usuarios prefieren recibir mensajes publicitarios de esa manera. Esto es lo que descubrirá dentro de esta poderosa guía de marketing por correo electrónico. • Conozca los componentes críticos del marketing por correo electrónico. • Comprenda por qué es tan esencial para su empresa iniciar el marketing por correo electrónico hoy mismo. • Ser capaz de establecer sus objetivos y objetos para sus campañas de marketing por correo electrónico. • Comprender los diferentes tipos de campañas de marketing por correo electrónico que puede enviar. • Obtenga información sobre los imanes de clientes potenciales y cuáles son comunes en las campañas de marketing por correo electrónico. • Conozca las diferentes partes de un correo electrónico y las mejores prácticas que debe seguir. • Aprenda qué indicadores clave de rendimiento debe vigilar. • ¡Y mucho más! ¡Obtenga acceso a este libro electrónico ahora!

Retail Coaching (4a. edición)

Cómo aumentar la motivación y la eficacia comercial en

tienda

Profit Editorial ¡Vendedores tan motivados como Nadal antes de un partido decisivo! Los responsables de tiendas y los directores regionales utilizan los KPI, las cifras de ventas y el ticket medio por cliente para establecer metas ambiciosas y realistas. En la era del comercio digital, los vendedores deben hacer que los clientes se sientan seguros de que les ayudarán, no solo a realizar la mejor compra, sino también a descubrir sus necesidades no expresadas y a vivir una experiencia gratificante y única. Impulsar las ventas está vinculado al desarrollo de los empleados: el Retail Coaching es la eficacia del coaching asociada al rigor de la gestión en el punto de venta. La aplicación del coaching profesional y la PNL a la transición omnicanal de la gestión Retail refuerza al RETAIL COACHING como un método particularmente eficaz para aumentar la motivación y el rendimiento en las tiendas. Tres nuevos capítulos completan esta edición: • el rol central del Área Manager para pilotar a su zona, incluso en remoto, con el management a distancia (capítulo 5). • el rol renovado del vendedor-digital, piedra angular del viaje omnicanal del cliente (capítulo 7). • la gestión del talento en las empresas de retail; el gran reto (capítulo 8).

Internet in Linguistics, Translation and Literary Studies

Publicacions de la Universitat Jaume I Un recull d'articles essencials per a estudiants i investigadors de la llengua i per a traductors professionals i ensenyants de llengües interessats en l'ús d'Internet com a recurs per a la didàctica i l'estudi d'aquestes disciplines.

FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN LA SOCIEDAD DIGITAL: INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Editorial UNED El presente trabajo es fruto del estudio, la reflexión y la experiencia de un conjunto de profesores expertos en las Tecnologías 2.0. La necesidad de formar al profesorado de infantil, primaria y secundaria en competencias pedagógicas/tecnológicas nos ha llevado a elaborar este texto para que los docentes adquieran la fundamentación teórica relativa a la Sociedad del Conocimiento y a la web 2.0, y conozcan aplicaciones educativas y estrategias didácticas innovadoras en el uso de recursos 2.0: webquest, plataformas digitales (foros), redes sociales, recursos educativos en abierto y tecnología móvil dentro del aula, implicando nuevos retos y realidades educativas. Esta obra ofrece la posibilidad de desarrollar habilidades de trabajo colaborativo y participativo, y diseñar, desarrollar y compartir recursos didácticos para implementar en su actividad profesional docente.

Eficacia y validez del acto administrativo electrónico

Una perspectiva en el derecho comparado de Colombia y España

Universidad Católica de Colombia La utilización de tecnologías de la información y la comunicación en las administraciones públicas trae consigo nuevos retos para el derecho administrativo en el siglo XXI. Uno de ellos es la determinación de un marco jurídico adecuado que permite dar soporte a las decisiones adoptadas por las autoridades. La presente obra aborda los problemas jurídicos que vienen dados, por un lado, por la aplicación directa de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las administraciones y, por otra parte, las disposiciones legales contenidas, de forma específicas en el artículo 57 de la ley 1437 de 2011.

Redes de Comunicaciones. Administración y gestión.

Lulu.com

Gestionando empresas en la sociedad de la información : pymes e internet

pymes e Internet

EOI Escuela de Organización Industrial