



# FEUZ

---

FUNDACIÓN EMPRESA - UNIVERSIDAD  
ZARAGOZA

---

**LIDERAZGO COMERCIAL**

**2016**

## **METODOLOGÍA DE LOS CURSOS**

Cursos interactivos sobre materias especializadas en los que el alumno avanza de forma guiada bajo una concepción “learning by doing” (aprender haciendo). En los cursos del Área de Informática, el alumno interactúa con el programa informático en el que se está formando sin necesidad de tenerlo instalado en su equipo. En los cursos del Área de Administración y Dirección de Empresas, el alumno se involucra en situaciones reales convirtiéndose en el verdadero protagonista de la formación. Nuestros cursos pueden ser realizados por cualquier alumno sin necesidad de conocimientos previos, pudiendo llegar al nivel de profundidad y complejidad que cada alumno requiera siguiendo un avance progresivo. Además, son altamente intuitivos y sencillos de utilizar y ofrecen manuales de gran profundidad que amplían el contenido interactivo.

## **LIDERAZGO COMERCIAL**

---

### **PRESENTACIÓN**

El objetivo principal del curso es aprender los conceptos básicos, características, funciones y habilidades que debe tener un líder o ejecutivo comercial para poder desarrollar su trabajo diario de una forma más eficiente y obtener mejores resultados a corto o largo plazo. Se describen conceptos y herramientas útiles, como los pasos que se deben seguir para ser un líder comercial, la mercadotecnia, la contabilidad de costes, los presupuestos o la administración del tiempo.

### **OBJETIVOS Y CONTENIDO**

---

#### ***Introducción***

Introducción a los conceptos de liderazgo y administración, además de otros relacionados (como dirección, administración o liderazgo comercial), así como también se explica la motivación y su importancia en el ámbito del liderazgo. Contenido: 1. Introducción. 2. Administración y liderazgo. 3. La esencia del liderazgo.

#### ***El papel del líder comercial***

Se describen las funciones, características y habilidades que debe tener un líder, así como los distintos estilos básicos de liderazgo. Finalmente, se centra en el ámbito del ejecutivo comercial, describiendo este concepto y sus principales características, funciones y competencias. Contenido: 1. Funciones del líder. 2. Características del líder. 3. Estilos de liderazgo. 4. Competencias del líder. 5. Funciones, actividades y competencias del ejecutivo

comercial.

### ***Pasos para ser un líder comercial***

Esta lección se centra en distintos aspectos que se debe tener en cuenta a la hora de ser un líder comercial, empezando por presentar distintas características necesarias (como el uso de sistemas de información, la visión a largo plazo, el trabajo en equipo o la importancia de los triunfos a corto plazo) y analizando la utilización de distintas redes sociales en la comunicación. También se describen los pasos que se deben seguir para gestionar un cambio de una manera exitosa. Contenido: 1. El sentido de inmediatez. 2. Importancia de las redes sociales para el liderazgo comercial. 3. Creación de una red social de clientes. 4. Generar triunfos a corto plazo.

### ***Impacto de la mercadotecnia en la comercialización***

Se presenta el concepto de mercadotecnia y su función, así como otras nociones relacionadas: tipos de mercados, la investigación de mercados o elementos a tener en cuenta para mantenerse en el mercado. También se describe el análisis DAFO como herramienta estratégica para identificar las debilidades y fortalezas de la empresa, y el tratamiento de la calidad desde el punto de vista del marketing. Contenido: 1. Definición y funciones de mercadotecnia. 2. Los mercados. 3. Investigación de mercados. 4. Cómo mantenerse en el mercado. 5. Factores que determinan el tamaño de las ventas. 6. Identificación de debilidades y fortalezas. 7. Calidad, servicio y volumen de ventas.

### ***Impacto financiero de las acciones comerciales***

Se estudian las distintas etapas en una empresa, analizando también la contabilidad de costes y los presupuestos dentro de la misma. También se describen los distintos tipos de transacciones y la administración del efectivo dentro del área de la administración del capital de una empresa. Contenido: 1. El lenguaje de los negocios. 2. Concepto y definición de costes. 3. Los presupuestos y su utilidad. 4. Contabilidad de las transacciones comerciales. 5. Administración del efectivo.

### ***Administración del tiempo***

Se describen aspectos sobre la administración del tiempo que debe seguir un líder para aprovechar su tiempo, presentando algunas herramientas y sugerencias que se pueden seguir.

Se muestra el uso de la matriz de administración del tiempo para planificar eficazmente las tareas, clasificándolas según su urgencia e importancia. Contenido: 1. Los cuatro enfoques de la administración del tiempo. 2. Herramientas para la autoadministración del tiempo. 3. La matriz de administración del tiempo. 4. Sugerencias prácticas en la administración del tiempo.

### **LIDERAZGO COMERCIAL (LECCIONES DE REPASO Y CONSOLIDACIÓN FLASH)**

Este módulo tiene como objetivo reforzar y asentar los conocimientos adquiridos mediante contenidos similares a través de diferentes planteamientos y actividades. Los test al final de cada lección evalúan al alumno acerca de los contenidos trabajados a lo largo de las distintas lecciones. La exposición de los contenidos mediante otras técnicas y diseños permite en gran medida mayor asimilación de la información promoviendo una experiencia educativa más estimulante en todos los sentidos, incitando y provocando mayor interés sobre los temas planteados.

#### ***El liderazgo***

Administradores versus Líderes, teorías del liderazgo sobre los equipos de trabajo. Jerarquías y motivación laboral. Contenido: 1. Los administradores en comparación con los líderes. 2. Teorías del liderazgo y del líder carismático. 3. Transformación de grupos en equipos de trabajo. 4. ¿Qué es la Motivación? 5. Teoría y jerarquía de necesidades. 6. Teorías contemporáneas de motivación.

#### ***Organización comercial***

Estructura y diseño de una organización comercial, tipos de organizaciones comerciales. Organigrama y funciones dentro de la organización. Tecnología y estructura. Contenido: 1. Estructura y Diseño de una Organización. 2. Diseño de una Organización Comercial. 3. Tipos de organizaciones Comerciales. 4. Organigrama y Funciones. 5. Tecnología y Estructura.

#### ***La planificación comercial***

Teorías sobre la planificación comercial y el análisis de costes comerciales. Planificación de las ventas, de los medios y de las promociones. Contenido: 1. Planificación Comercial. 2. Planificación y análisis de los costes comerciales. 3. Planificación de ventas. 4. Planificación de Medios. 5. Planificación de Promociones.

### ***La Venta y su Tratamiento***

Sobre cómo influir directamente en las decisiones finales de nuestros clientes para conseguir cumplir nuestros objetivos al tiempo que reforzamos la fidelidad con estos. Presentación de la empresa y sus productos. Contenido: 1. Comportamientos Exitosos. 2. La formulación de Preguntas. 3. Influir sobre los clientes. 4. Presentación de la Empresa y sus Productos. 5. Móviles de Las Compras. 6. Mantenimiento de los Clientes.

### ***La Oratoria y su Estructura***

Teorías sobre el discurso, sus fases y las repercusiones del efecto onda de la comunicación. Contenido: 1. La preparación del Discurso. 2. Las Fases del Discurso. 3. El Efecto de Onda de la Comunicación.



**FEUZ**

FUNDACIÓN  
EMPRESA  
UNIVERSIDAD  
ZARAGOZA



# FEUZ

---

FUNDACIÓN EMPRESA - UNIVERSIDAD  
ZARAGOZA

---

Fernando el Católico, 59, Escalera Dcha., 1º Izda.  
50006 Zaragoza

Tel. +34.976.351.508

[formacion@feuz.es](mailto:formacion@feuz.es)  
[www.feuz.es](http://www.feuz.es)