3er PARCIAL.

ETAPAS DE LA DIRECCION.

* **Toma de decisiones**.
* La responsabilidad más importante del administrador es la toma de decisiones. Con frecuencia se dice que las decisiones son algo así como el motor de los negocios y en efecto de la adecuada selección de alternativas depende en gran parte el éxito de cualquier organización

**INTEGRACION**

El administrador elige y se allega, de os recursos necesarios para poner en marcha las decisiones previamente establecida para ejecutar los planes .

REGLAS:

Que debe de estar el hombre adecuado en el puesto adecuado

Toda persona debe de tener la provisión

El proceso de inducción debe de ser adecuado

**MOTIVACION.**

Surge de diversos impulsos, deseos, necesidades, anhelos y otras fuerzas.

Los administradores motivan cuando proporcionan un ambiente que introduzca a los miembros de la organización a contribuir

MOTIVAR: es mover, conducir, impulsar a la acción – es la labor mas importante de la dirección

**AUTORIDAD.**

Es la facultad de que esta investigada una persona dentro de un organización, para dar ordenes y exigir que sean cumplidas por sus subordinados.

Hay 5 tipos de autoridades que son la formal, técnica, personal, delegación y modo.

**LIDERAZGO.**

Es la capacidad de comunicarse con un grupo de personas, influir en sus emociones para que se dejen dirigir, compartir las ideas del grupo, permanezcan en el mismo, y ejecuten las acciones o actividades necesarias para el cumplimiento de uno o varios objetivos**.**

**CARACTERISTICAS DE LIDERAZGO**

* Capacidad de comunicarse.
* Inteligencia emocional.
* Capacidad de establecer metas y objetivos.
* Capacidad de planeación.
* Un líder conoce sus fortalezas y las aprovecha al máximo.
* Un líder crece y hace crecer a su gente.
* Tiene carisma.
* Es Innovador.
* Un líder es responsable.
* Un líder esta informado.

**SUPERVISION.**

La supervisión es una actividad técnica y especializada que tiene como fin fundamental utilizar racionalmente los factores que le hacen posible la realización de los procesos de trabajo: el hombre, la materia prima, los equipos, maquinarias, herramientas, dinero, entre otros elementos que en forma directa o indirecta.

**COMPONENTES DE LIDERAZGO.**

1. **Poder**
2. **Conocimiento de los individuos**
3. **Capacidad de inspirar a los demás seguidores**
4. **Estilo y desarrollo organizacional.**

**COMUNICACIÓN.**

Comunicar es percibir una persona hablando no puede asegurar pos si sola que esta comunicando ya que el proceso de la comunicación se verifica con el receptor.

EMISOR: es quien dispone siempre de un mensaje claro y definido.

RECEPTOR: es quien recibe el mensaje

La respuesta y reacción del receptor indica si realmente la comunicación fue eficaz o o.

CODIGO: es un conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos

ACEPTACION. Una vez que el mensaje fue recibido

USO: es el paso desisivo de la acción

RETROALIMENTACION: es el paso final que cierra el circuito con la respuesta del receptor.

**CLASIFICACION.**

1. **COMUNICACION ORGANIZACIONAL**
2. **COMUNICACIÓN INTERPERSONAL**
3. **BARRERAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ETAPAS DE A DIRRECCION.**

**TOMA DE DESICIONES:** es la elección del curso de acción entre varias alternativas y la responsabilidad mas importante es la decisión.

1. **Definir el problema**
2. **Analizar el problema**
3. **Evaluar las alternativas**
4. **Elegir alternativas**
5. **Aplicar la decisión**

**TEORIAS MOTICACIONALES.**

La jerarquía de necesidades de **Maslow**

Afirma que los seres humanos tenemos una escala de necesidades que debemos cubrir. Para ello, Maslow elabora una pirámide en la que hay cinco necesidades:

Necesidades fisiológicas: respirar, comer, dormir, beber, procrear.

Necesidades de seguridad: empleo, seguridad física, familiar, moral, de salud.

Necesidades de afiliación: amistad, afecto, amor, intimidad sexual.

Necesidades de reconocimiento: éxito, logro, respeto, confianza.

Necesidades de autorrealización: moralidad, creatividad, falta de prejuicios

**ANALISIS DE UNA EMPRESA DE GIRO OMERCIAL.**

Mientras escribimos estas líneas, un vertido de petróleo en el golfo de México, que lleva ininterrumpido varios meses, se ha convertido en una de las mayores catástrofes medioambientales de la historia. Por su parte, las secuelas humanas y legales del desastre químico en Bhopal todavía ocupan páginas en los periódicos. Y hace unos meses, en Copenhague, los representantes políticos de los diferentes países del mundo manifestaron las grandes dificultades que existen para alcanzar acuerdos vinculantes sobre emisiones de gases de efecto invernadero. Sin embargo, a pesar de todo, existen empresas y directivos que empiezan a detectar la necesidad de incorporar el medio ambiente como parte de la estrategia de desarrollo empresarial, así como las oportunidades para hacerlo efectivo. Algunas de estas empresas “verdes”, que a menudo han llevado a cabo una auténtica transformación interna, son hoy en día líderes en su sector de actividad y actores sociales claves en el camino hacia la sostenibilidad. Después de un año de investigación de campo y de análisis académico, nos es grato presentarles este estudio, en el que se analizan los principales factores claves para transformar la empresa tradicional del siglo XX, con un modelo de negocio preocupado por la competitividad económica, en una empresa innovadora del siglo XXI, basada en una estrategia de sostenibilidad que genera valor no solamente para sus accionistas, sino también para la sociedad y para el planeta