

PROPÓSITO:

GUIA 4

Llevar a la práctica los conocimientos Administrativos. En la guía 2 se trabaja. Los objetivos de la empresa y el planteamiento problema.

MOTIVACIÓN:

Como establecer Objetivos para la empresa, vea el video

EXPLICACIÓN:

CLASIFICACIÓN DE OBJETIVOS.

Se clasifican de acuerdo al cuadro:

Tipos de objetivos			
Según el tiempo	Según la naturaleza	Según la jerarquía	Según cómo se midan
Objetivo a largo plazo	Objetivos generales	Objetivos estratégicos	Objetivos cuantitativos
Objetivo a medio plazo	Objetivos específicos	Objetivos tácticos	Objetivos cualitativos
Objetivo a corto plazo 1 año		Objetivos operacionales	

Tipos de objetivos en función de su naturaleza

Según el tiempo.

Objetivo a largo plazo 3-5 años

Objetivo a medio plazo 1-3 años

Objetivo a corto plazo 1 año

Según la naturaleza

Objetivos generales, podemos encontrar algunos como ser marca líder del mercado, consolidar el patrimonio, aumentar el número de vendedores, mejorar la formación y capacitación del personal.

Objetivos específicos, se expresa en términos de cantidad y tiempo.

Ejemplos incremento de las ventas trimestrales en un 20%, adquirir 2 nuevas maquinarias en el segundo semestre o abrir 3 nuevas sedes a nivel internacional en el trimestre del próximo año.

Tipos de objetivos en función de su jerarquía

Objetivos estratégicos: mira la empresa como un todo y que buscan el crecimiento. Son objetivos formulados directamente por los directivos y altos cargos. Normalmente, son objetivos generales a largo plazo.

Objetivos tácticos: objetivos formulados para cada uno de los departamentos de la empresa. Son formulados por los directivos y altos responsables de la empresa.

Objetivos operacionales: Objetivos que se dan a nivel operacional, formulados de manera directa para un trabajador. Son formulados por los responsables de cada departamento, a corto plazo.

Tipos de objetivos según su forma de medir

Objetivos cuantitativos. Objetivos para obtener mejores resultados económicos, a corto plazo. ejemplo: incrementar el número de pedidos, incrementar el número de visitas, previsión de ventas.

Objetivos cualitativos. Para conseguir posicionamiento e imagen en el mercado en el que compite. **Ejemplos**, introducción de nuevos productos, lograr mayor cobertura nacional, captación clientes.

Descripción del Proyecto

1.1 planteamiento del problema

(en el planteamiento explica los tres puntos que son:)

a). Que definan el problema “ cuál es el problema que pretenden estudiar)

Después de definido redactar el planteamiento del problema que por lo general se puede hacer en dos páginas.

b) La primera parte del planteamiento es hacer la introducción o descripción que en este punto deben que es el problema que ellos van a investigar

c) Después los elementos del problema que La argumentación es todo aquello con lo que uno puede argumentar que eso es un problema real.

d) Es la conclusión donde exponen la posible solución

(ejemplo de esto: coja el celular vamos asumir que el problema se llama celular entonces que escribirían ustedes de descripción, deben responder que en este caso contarían que es un celular donde pueden hacer una pequeña reseña histórica. Después la argumentación es que describan el celular es decir todo lo que lo compone, y la conclusión propagan el tema que quieren investigar y que puede resolver el problema planteado.)

EJERCICIOS:

1. Escribo el concepto de Objetivos lo escribo y su clasificación
2. Elaboro. Los objetivos, según: **el tiempo, la naturaleza, la jerarquía y cómo se midan. Para la empresa.**
3. **Realizo la lectura sobre el planteamiento del problema. Elaboro el planteamiento del problema del trabajo de investigación.**

EVALUACIÓN:

- Hola mis hijos. Ustedes presentan la información como quieran fotos, video, cuadros. En forma creativa
- Uno de los integrantes de la empresa recopila la información y la envía. Al correo australia.huertas@gmail.com
- Quienes asisten a clase y sustentan su nota puede llegar a 5.0

BIBLIOGRAFÍA:

- Hernando Loaiza Gallón, Eddy Alberto Ortiz. Organización y métodos. UNAD
- Marco Elías Contreras Buitrago, Manuel Arturo Vaca Perilla, Narciso Sabogal. Fenomenología de la empresa. UNAD
- Omar Sabogal Sabogal, Proceso Administrativo. UNAD.
- BATEMAN, Thomas y SNELL, Scott. Administración: Una Ventaja Competitiva. México: Mc Graw Hill. 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. Administración en los Nuevos Tiempos. Bogotá: Mc Graw Hill 2002.
- DA SILVA Reinaldo. Teorías de la Administración. México: Thomson. 2002.
- DAFT, Richard L. Administración. Thomson: México. 2004
- HELLRIEGEL et al. Administración: Un Enfoque Basado en Competencias. 11ª Ed. México: CENGAGE Learning. 2008.
- KOONTZ, Harold y WEHIRICH Heinz. Administración. Una Perspectiva Global. México: Mc Graw Hill. 1998
- ROBBINS, Stephen y COULTER Mary. Administración. México: Pearson. 2005.
- DAVID, Fred. La Gerencia Estratégica. Bogotá. Legis 2000
- GEORGE, JR, Claude S. Historia del Pensamiento Administrativo. México: Prentice, 1972
- HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, Sergio. Introducción a la Administración. Un enfoque teórico práctico. México: Mc Graw Hill. 1995.
- LARIS C, Francisco J. Administración Integral. México: Compañía Editorial Continental. 2002.