



**Nombre de alumno: JOSÉ ANTONIO
ESPAÑA REYEZ**

**Nombre del profesor: ARQ. JOSÉ PAVELT
GÓMEZ SÁNCHEZ**

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL

**Materia: ADMINISTRACION
ARQUITETURA II**

Grado: 9no cuatrimestre

Grupo: Arquitectura

NOTA: ARQ. FALTARON LOS 4 SUBTEMAS FUERON LOS ÚLTIMOS PERO EN LAS INDICACIONES NOS DICE QUE NO DEBEMOS PASARNOS DE 2 CUARTILLAS PERO ME EXCEDÍ DE LOS 2, POR ESO LE MANDO DOS NADA MAS

PLANEACIÓN

QUE ES

La planeación es la determinación del rumbo hacia el que se dirige la organización

los resultados que se pretende obtener mediante el análisis del entorno

la definición de estrategias para minimizar riesgos tendientes a lograr la misión y visión organizacional con una mayor probabilidad de éxito.

SU IMPORTANCIA

A través de la planeación se plantea el rumbo hacia donde se dirige la organización, por eso la planeación es el punto de partida del proceso administrativo

De esta forma, gran parte del éxito de cualquier empresa depende de la planeación

Algunas de las ventajas de la planeación son:

- Define el rumbo de la organización de tal forma que todos los esfuerzos y recursos se dirijan hacia su consecución.
- Establece alternativas para hacer frente a las contingencias que se pueden presentar en el futuro.
- Reduce al mínimo las amenazas, se aprovechan las oportunidades del entorno y las debilidades se convierten en fortalezas.
- Establece la base para efectuar el control.

TIPOS DE PLANEACIÓN

con el ámbito de la organización que abarque y con el periodo que comprenda, la planeación puede ser:

Estratégica. Se realiza en los altos niveles de la organización. Se refiere a la planeación general; generalmente es a mediano y a largo plazo, y a partir de ésta se elaboran todos los planes de los distintos niveles de la empresa.

Táctica o funcional. Comprende los planes que se elaboran en cada una de las áreas de la empresa con la finalidad de lograr el plan estratégico.

Operativa. Se diseña de acuerdo con los planes tácticos; y, como su nombre lo indica, se realiza en los niveles operativos.

ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO

Cada uno de los elementos que a continuación se mencionan forma parte de un plan estratégico.

Filosofía. Son el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la organización y representan su compromiso ante la sociedad..

Misión. La misión de una empresa es su razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe.

Visión. La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización. estimulando acciones concretas en el presente.

Objetivos estratégicos. Son los resultados específicos que se desea alcanzar, medibles y cuantificables a un tiempo, para lograr la misión.

Políticas. Se refiere a los lineamientos generales que deben observarse en la toma de decisiones.

Estrategias. Son los cursos de acción que muestran la dirección y el empleo general de los recursos para lograr los objetivos.

Programas. En ellos se detallan el conjunto de actividades, responsables y tiempos necesarios para llevar a cabo las estrategias.

Presupuestos. Son indispensables al planear, ya que a través de éstos se proyectan, en forma cuantificada, los recursos que requiere la organización para cumplir con sus objetivos.

PLANEACIÓN

FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

La filosofía comprende

Credo. Conjunto de valores, postulados o creencias que orientan la conducta de los integrantes de la empresa.

Valores. Pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos en la empresa. Los valores deben compartirse y practicarse por todos los miembros de la empresa.

Compromiso. Responsabilidad de la empresa ante la sociedad. Un ejemplo de filosofía organizacional es **Grupo Bimbo**

DEFINICIÓN DE MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN

es la definición amplia del propósito de la empresa y la descripción del negocio o giro al que se dedica.

Los siguientes son los requisitos que debe reunir una misión:

- **Amplia.** Dentro de una línea con expansión pero lo suficientemente específica y bien definida para que sea fácil de entender y lograr.
- **Motivadora.** Inspiradora y alcanzable.
- **Permanente.** Orientada a inspirar a la empresa durante todo su ciclo de vida.
- **Congruente.** Consistente con lo que se hace y se desea.

VISIÓN

es el enunciado del estado deseado en el futuro para la organización, provee dirección y estimula acciones concretas para lograrla

La visión debe reunir las siguientes características:

- **Breve.**
- **Fácil de captar y recordar.**
- **Inspiradora.**

DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

Los objetivos que indicarán los resultados o fines que la empresa desea lograr en un tiempo determinado.

Los objetivos deben reunir las siguientes características:

- Establecerse a un tiempo específico.
- Determinarse cuantitativamente.
- Su redacción debe iniciar con un verbo en infinitivo.

Radio. Transmitir un comercial con *jingle* de la marca en las tres principales estaciones de radio juvenil y en los cuatro programas de mayor *rating* Con una frecuencia de seis cápsulas por programa y 30 segundos de duración del mensaje.

Televisión. Incluir dos comerciales diarios de 30 segundos durante el programa de mayor audiencia juvenil por tres meses a fin de lograr la penetración en el mercado.

DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS

Las estrategias son alternativas o cursos de acción que muestran los medios y recursos que deben emplearse para lograr los objetivos.

A través de las estrategias se plantea el cómo lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos

Diseñar una campaña publicitaria para radio y televisión durante todos los meses del año