

CUESTIONARIO PARA PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL. ESCOLARIZADO:

Nombre: LIZEYDI VIVIANA ORANTES RAMÍREZ

Grado y grupo __6 Cuatrimestre "A"__ modalidad: _____ ESCOLARIZADO _____

RESUELVE EL SIGUIENTE CUESTIONARIO SOBRE LOS TEMAS: ESTILOS DE MANDO; 3.5 SISTEMA DE UNA ORGANIZACIÓN; 3.6 TIPOS DE COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN Y 3.7 ORGANIZACIÓN FORMAL:

1.- SE BASA EN EL PRINCIPIO DE AUTORIDAD: SE CONSIGUE MAYOR EFICACIA PROCURANDO QUE LOS TRABAJADORES INTERFIERAN LO MENOS POSIBLE EN LA TOMA DE DECISIONES:

R: ESTILO AUTORITARIO.

2.-ESTE TIPO DE JEFE INTENTA ELIMINAR LOS CONFLICTOS Y EMPLEA MÉTODOS DE CONTROL GENERAL Y SUAVE, PERO AL IGUAL QUE EL AUTORITARIO NO DEJA VÍA A LA PARTICIPACIÓN:

R: ESTILO PATERNALISTA

3.- LAS CONSECUENCIAS DE ESTE TIPO DE LIDERAZGO ES QUE APARECE UNA AGRESIVIDAD LATENTE EN EL GRUPO DEBIDO A LA FALTA DE DIRECTRICES.

R: ESTILO LAISSEZ FAIRE

4.- CUÁL ES EL MARCO E ACTUACIÓN DE LAS ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES?

R: Se combina funciones, niveles de autoridad y responsabilidad, canales de comunicación y coordinación. División ordenada de las unidades de trabajo de la empresa.

5.-MENCIONA CUALES SON LAS ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES:

R: Organización funcional, Organización por producto/mercado, y Organización matricial.

6.- QUE ES UNA ORGANIZACIÓN POR PRODUCTO/MERCADO:

R: Es también llamada con frecuencia organización por división, reúne en una unidad de trabajo a todos los que participan en la producción y comercialización de un producto o un grupo relacionado de productos a todos los que están en cierta zona geográfica o todos los que tratan con cierto tipo de cliente. La organización por producto/mercado puede seguir uno de tres patrones. El más evidente es la división por producto.

7.-LA ORGANIZACIÓN POR PRODUCTO/MERCADO PUEDE SEGUIR UNO DE TRES PATRONES, PERO CUALES SON LOS PATRONES?

R: La organización geográfica, división por clientes y organización por divisiones

8.-EN QUE CONSISTE LA ORGANIZACIÓN GEOGRÁFICA?

R: La organización geográfica resulta lógica cuando la planta se debe ubicar lo más cerca posible de las fuentes de materias primas, mercados principales o personal especializado. La organización geográfica tiene varias ventajas. Los mercados locales pueden estar dirigidos por personas que conocen muy bien las características y los clientes de la zona.

9.- ¿PORQUE SE DICE QUE LA ORGANIZACIÓN POR DIVISIONES OFRECE VARIAS VENTAJAS?

R: Dado que todas las actividades, habilidades y experiencia requeridas para producir y comercializar productos específicos se agrupan en un lugar, bajo un solo mando, la tarea entera se puede coordinar con mayor facilidad, así como mantener un elevado desempeño en el trabajo.

10.- ¿EN QUE CONSISTE UNA ORGANIZACIÓN MATRICIAL?

R: La estructura matricial es un medio eficiente para reunir las diversas habilidades especializadas que se requieren para resolver un problema complejo. En ocasiones llamada "sistema de mando múltiple", es un producto híbrido que trata de combinar los beneficios de los dos tipos de diseño, al mismo tiempo que pretende evitar sus inconvenientes, una organización con una estructura matricial cuenta con dos tipos de estructura al mismo tiempo.

11.-ESTA ES UNA DE SUS VENTAJAS, ES UN MEDIO EFICIENTE PARA REUNIR LAS DIVERSAS HABILIDADES ESPECIALIZADAS QUE SE REQUIEREN PARA RESOLVER UN PROBLEMA COMPLEJO.

R: La estructura matricial

12.-SON ÚTILES PORQUE EXHIBEN LA ESTRUCTURA FORMAL DE LA ORGANIZACIÓN Y QUIÉN ES RESPONSABLE DE CIERTAS TAREAS. SIN EMBARGO, EN LA REALIDAD, NO PUEDE CAPTAR, LAS RELACIONES INTERPERSONALES QUE CONSTITUYEN LA ESTRUCTURA INFORMAL DE LA ORGANIZACIÓN:

R: Los organigramas

13.- ¿QUIEN FUE CHESTER BERNARD?

R: Fue uno de los primeros estudios que reconoció la importancia de las estructuras informales. Quien señaló que las relaciones informales ayudan a los miembros de la organización a satisfacer sus necesidades sociales y a hacer las cosas.

14.-OPINA QUE: LA ORGANIZACIÓN ES UNA RED DE LÍNEAS DE AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD, DEBERES FUNCIONALES Y COMUNICACIONALES ENTRE PERSONAS ASIGNADOS A CADA UNO ELLOS LOS RECURSOS E INSTRUMENTOS PARA MANTENER SU POSICIÓN REALIZAR SU COMETIDO:

R: Rodríguez J.

15.- ¿QUE ES LA COMUNICACIÓN INTERNA?

R: Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

16.-¿ CUÁNTOS TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EXISTEN Y EN QUÉ CONSISTEN?

R: **Ascendente:** que se realiza desde abajo hacia arriba en el organigrama de la empresa.

Descendente: que tiene lugar desde arriba hacia abajo.

17.-¿QUE ES LA COMUNICACIÓN EXTERNA Y HACIA DÓNDE VA O QUEDA VINCULADA?

R: La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna y se vincula a departamentos como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc.

18.- ¿QUE ES UNA ORGANIZACIÓN FORMAL?

R: Es la organización basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso decisorio.

19.- ¿QUÉ ES UNA ORGANIZACIÓN INFORMAL?

R: Es la organización que emerge espontánea y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que establecen entre sí como ocupantes de cargos.

20.- LAS ORGANIZACIONES INFORMALES, PUEDEN TENER VARIAS ESTRUCTURAS. ¿CUÁLES SON?

R: Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal.

Se constituye de interacciones y relaciones sociales entre las personas situadas en ciertas posiciones de la organización formal.

La organización informal comprende todos aquellos aspectos del sistema que no han sido planeados.

Es la sincronización de los recursos y de los esfuerzos de un grupo social, con el fin de lograr oportunidad, unidad, armonía y rapidez, en el desarrollo y la consecución de los objetivos.