



Nombre de alumno: Juan pablo Mijangos ibañez

Nombre del profesor: Mreya Del Carmen Garcia

Nombre del trabajo: cuadro sinóptico

Materia: Fundamentos de administracion

Grado: 1

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de Enero de 2020.

Es de gran importancia ya que a través de él se logró sistematizar el comportamiento gerencial, el cual estableció 14 principios en la administración lo cual se encuentra registrados en la ORT organización nacional del trabajo, dividió las operaciones y comerciales en seis grupos llamadas funciones básicas de la empresa

Importancia dentro del desarrollo administrativo

- se tiene en cuenta de la estrategia no solamente de los resultados.
- en vuelve la parte de una estrategia y lo convierte en un todo.
- entra a jugar en un papel determinado en un concepto de largo plazo lo cual es aplicado desde entonces y hasta actualidad.

Importancia, aplicación, y técnicas de planificación estratégica.

- La estrategia de planeación debe ser evolutiva más que directa.
- Enfoca la dirección en el desempeño y la mejora continua.
- el plan estratégico debe ser respaldado por una autoridad competente.

Elementos de administración y estrategia

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y DEL SIGLO XXI

Naturaleza y propósito

Definición

Una adecuada conversación en los trabajadores de confianza y sindicalizados, repercutirá en una mayor participación de la organización impulsando el conocimiento, la actividad, productividad y el compromiso para alcanzar la misión y los objetivos. En todo sistema social las empresas tienen una función o tareas básicas que una sociedad les asigna.

El presente trabajo investigativo inserto en la línea tecnología y redes sociales; hace referencia a la utilidad que se da a nivel mundial a la comunicación virtual, ya que a través de éstas los usuarios se ven beneficiados por los bienes y servicios que se brindan sean con fines comerciales o simplemente informativos. Por lo que, uno de los objetivos es determinar el tipo de estrategias que utilizan las empresas del siglo XXI; así como las herramientas 2.0, útiles para interactuar o difundir sus productos y servicios al consumidor, con el fin de posicionarse en el mercado. Para ello se aplicará una investigación de campo, método inductivo-deductivo para analizar los resultados y el impacto que poseen.