

*Desarrollo de pequeñas y medianas empresas*

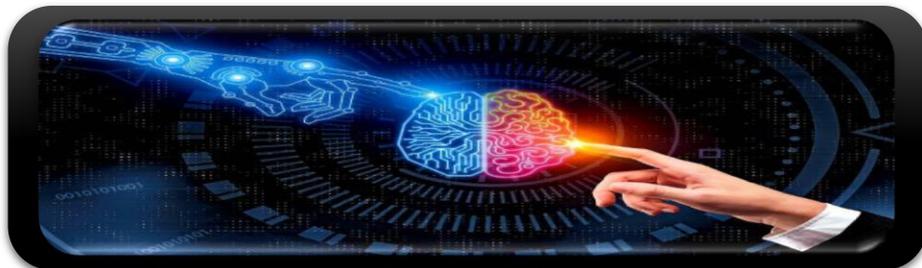
9no. CUATRIMESTRE.

LIC. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.

MAESTRO: GERARDO GARDUÑO.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPE SANCHEZPIMENTEL.

## ¿QUE ES LA TECNOLOGIA?



Se llegan a diferenciar en tres niveles de definición del término tecnología.

Por un lado, se le puede identificar con un conjunto de "artefactos" dados e inmutables.

Un segundo nivel considera a la tecnología como el conjunto de capacidades incorporadas a los individuos

Un tercer plano alude a la tecnología como conocimiento y capacidad para pensar sobre el proceso de transformación en términos de hechos concretos, conceptos y teorías.

### Tecnología en procesos administrativos



El impacto de la tecnología en la cultura de las organizaciones es la base de las teorías de los sistemas socio técnicos.

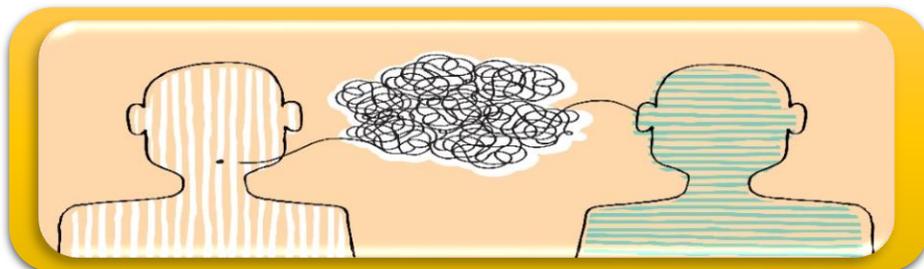


## Conocimiento del producto o marca



El elemento más importante de la publicidad es un concepto creativo eficaz, que debe nacer de la energía misma del producto y tener la suficiente simplicidad, honestidad y atractivo como para mantenerse durante todo el tiempo de vida de la marca.

## Conocimiento del receptor



El perfil del receptor, en especial sus rasgos culturales en sentido amplio, son uno de los puntos de partida de todo el proceso para crear publicidad, y además deben convertirse en una referencia constante, una obsesión productiva.

## Conocimiento del oficio



El oficio debe entenderse como la asimilación de los mecanismos, o sea de las estructuras, técnicas y procesos, que permiten practicar bien una labor, obtenida por medio de la experiencia que dan el trabajo y el tiempo.