



Mi Universidad Súper nota

Nombre del Alumno: Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Nombre del tema: Proceso en la toma de decisiones, modelos en la toma de decisiones y el proceso de comunicación

Parcial: 2da unidad

Nombre de la materia: Toma de decisiones

Nombre del profesor: Culebro Gómez Mónica Elizabeth

Nombre de la Licenciatura: Administración y estrategia de negocios

Cuatrimestre: 8° cuatrimestre

Comitán de Domínguez, Chiapas a 11 de febrero de 2022.

PROCESO DE LA TOMA DE DECISIONES



La estructura del proceso de toma de decisiones nos genera obligatoriamente modelos que permitan ser más eficientes; estos se utilizan dependiendo de cada situación, como herramientas cuantitativas o cualitativas.

El modelo cualitativo, abordado por Idalberto Chiavenato (2002), consta de seis etapas:

Etapas 1 y 2: Etapa 1. Identificar la situación, problema u oportunidad.

En esta etapa definimos el problema, determinamos las causas e identificamos los objetivos de la decisión.

Etapas 3 y 4: Etapa 2. Obtener información

Obtener información es la base de una buena decisión y en esta etapa se determina cómo obtenerla: desde la observación

Etapas 5 y 6: Etapa 3. Generar soluciones alternativas

Elaboran las posibles soluciones a la situación; aún no se evalúan ni se determina su viabilidad.



Etapas 7 y 8: Etapa 4. Evaluar y elegir la mejor alternativa

Comparar las posibles soluciones y se evalúan, a fin de elegir la más adecuada a la solución. La solución debe ofrecer los mayores beneficios y los menores riesgos.

Etapas 9 y 10: Etapa 5. Transformar la solución en acción

Implementar el curso concreto de acción, es decir, la alternativa escogida. Se consideran todos los presupuestos necesarios para llevar a la práctica dicha alternativa.

Etapas 11 y 12: Etapa 6. Evaluar los resultados

Monitorear y evaluar los resultados de la implementación o acción. Se determina hasta qué grado ha quedado satisfecha la situación con la alternativa llevada a la acción.



MODELOS PARA LA TOMA DE DECISIONES

EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS FACTORES CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

Factores cuantitativos: factores que se miden en términos numéricos

Factores cualitativos: factores difíciles de medir numéricamente



SELECCIONAR UNA ALTERNATIVA: TRES ENFOQUES

Experiencia
Experimentación
Investigación y análisis



Estilos para tomar decisiones



Estilo directivo: Poca tolerancia ante la ambigüedad y una forma racional de pensar. Estas personas son lógicas y eficientes.

Estilo analítico: Se caracteriza por una gran tolerancia a la ambigüedad, combinada con una forma racional de pensar.

Estilo conceptual: Representa a la persona que suele tener una perspectiva muy amplia y que analiza muchas alternativas. Suelen enfocarse al largo plazo y buscan soluciones creativas.

Estilo conductual: Refleja a la que razona de manera intuitiva, pero que tolera muy poca incertidumbre. Estas personas están abiertas a las sugerencias.



CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Creatividad Habilidad de poder desarrollar nuevas ideas
Innovación El uso de nuevas ideas



Proceso creativo

1. Escaneo inconsciente
2. Intuición
3. Percepción
4. Formulación lógica

PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN EN TOMA DE DECISIONES



Dentro de cualquier grupo u organización la comunicación tiene cuatro funciones centrales que son: Controlar Motivar, expresar emociones e informar.



La comunicación controla la conducta de los miembros de varias maneras por ejemplo dentro de una organización esta tiene varias jerarquías de autoridad y de lineamientos .



La última función de la comunicación se refiere al papel que desempeña cuando facilita decisiones. Ya que mediante la transmisión de datos para identificar y evaluar.

El lenguaje corporal aumenta la comunicación verbal y con frecuencia la complica. Una posición o un movimiento corporales no tienen en si un significado exacto o universal, pero cuando se vinculan al lenguaje hablado, dan mayor significado al mensaje del emisor.



La comunicación en general toma lugar entre tres categorías de sujetos principales: los seres humanos (lenguaje), los organismos vivos (biosemiótica) y los dispositivos de comunicación habilitados (cibernética).



Su propósito u objetivo se puede denominar bajo la acción de informar, generar acciones, crear un entendimiento o transmitir cierta idea.

La teoría de la comunicación es un campo de la teoría de la información que estudia los procesos de la información⁶ y la comunicación humana.



Las escuelas más conocidas de la teoría de la comunicación son las siguientes

Mecanicismo: Entiende la comunicación como un perfecto transmisor mecánico de un mensaje desde un emisor hasta un receptor.

Psicológico: Considera a la comunicación como el acto de enviar un mensaje a un perceptor (llamado así porque considera al receptor como sujeto de la comunicación).



Construccionismo social: Este punto de vista, también llamado "interaccionismo simbólico", considera a la comunicación como el producto de significados creativos e interrelaciones compartidas.

Sistemática: Considera a la comunicación como un mensaje que pasa por un largo y complejo proceso de transformaciones e interpretaciones desde que ocurre hasta que llega a los perceptores.



Dichas teorías se estudian además desde las siguientes perspectivas:

Ontología: Pone la pregunta sobre el qué se comunica.
Epistemología: Pone la pregunta sobre el cómo se comunica.

Fuentes de información

http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/4451/La_toma_de_decisiones.pdf

https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1008/mod_resource/content/1/contenido/index.html

<https://www.itmerida.mx/panel/posgrado/archivos/mga/PDF.pdf>

<https://www.uv.es/nmarina/imp2/Teoria/Tema%201%20-%20La%20Empresa%20y%20los%20SI.pdf>