

Nombre de la Alumna:

Brenda Viridiana Rojas vazquez

Profesor:

Lic. Víctor Antonio González Salas

Materia:

Comportamiento organizacional

Tema:

Capítulo 14 y 15

CAPITULO 14

1. ¿Comente los cambios que están ocurriendo en la era del conocimiento y como repercuten en las organizaciones?

La transformación puede ser gradual constante o rápida e impaciente es cuestión de velocidad y de profundidad.

2. ¿Explique los principios clásicos de las organizaciones productividad, calidad y competitividad?

Se piden en los trabajos que mejoren constantemente su desempeño al mismo tiempo que enfrentan la presión del continuo.

3. ¿Explique cuando es necesario hacer un cambio organizacional?

Cuando la tecnología, fuerza de trabajo, competencias, crisis económicas y políticas tengas un mismo cambio, es necesario avanzar y hacer un cambio en la organización.

4. ¿Comente el ciclo de vida de las organizaciones según Greiner y Adizes?

Etapas emprendedora

Etapas colectiva

Etapas de formalización

Etapas elaboracional.

6. ¿Que es el umbral de sensibilidad de cambio?

Es el cambio de un hecho cotidiano y comun en los ambientes organizacionales.

7. ¿Enumere los 4 tipos de pensamiento sistemático?
sistemas abiertos

sistemas sociales

sistemas de procesos

sistemas vivos.

8¿Las organizaciones que deben ser reconfiguradas para que la organización alcance el éxito y porque es necesario transformarlas?

Requieren desarrollo permeabilidad y flexibilidad para que las ideas y las transformación de la organización.

9¿Que es un agente de cambio?

Los responsables de administrar las actividades y transformaciones de la organización

10¿.Explique la Resistencia al cambio y sus aspectos lógicos, psicológicos y sociológicos?

Para que ocurra una cultura organizacional adecuada un estímulo individual y grupal para mejorar.

11. ¿Cuáles son las estrategias para superar la resistencia al cambio?

comunicación y educación Puede superar o disminuir por medio de la comunicación con las personas.

participación e involucramiento deben estar inmersas en el proceso de cambio

Facilidades y apoyo Pueden ser superadas con el apoyo.

Negociación y acuerdo Consiste en ofrecer algo de valor para ofrecer cambios.

Manipulación y captación Con maniobras secretas para influir en las personas. Coacción Con amenazas explícitas o implícitas.

12. ¿Cuáles son las variables de la situación que debemos tomar en cuenta para elegir esas estrategias?

Intensidad y tipo de resistencia.

posición del promotor.

poseer los datos para proyectar cambios.

riesgos.

13. ¿Comente los pasos del cambio organizacional?

Reconocimiento del problema.

identificación de causas.

búsqueda de estrategias.

Evaluación del cambio.

14 Explique el modelo de investigacion-accion?

Recopilación de datos seguida de una acción basada en lo que indica información analizada.

15.Comente el concepto del DO?

Pretende mejorar la eficiencia de la organización y bienestar de las personas.

16.Explique cada una de las principales técnicas del DO?

Entrenamiento sensibilidad.

asesoría del proceso.

construcción de equipos.

reuniones de confrontación.

17. Explique porque es necesario la innovación en las organizaciones?

Incrementar las finanzas financieras y la competitividad mejorar la posición estratégica de la organización.

18.Como puede incentivar el cambio de la innovación en las organizaciones?

Todas las acciones tienen un efecto multiplicador, las personas de la empresa son las que producen los resultados riqueza y valor.

Capitulo15

1. Presente un concepto de estrategia.

procedimiento a través del cual se toman las decisiones en un escenario determinado con el objetivo de conseguir una o varias metas.

2. ¿De dónde proviene el concepto de estrategia?

tiene su origen en las palabras griegas “stratos”, que se refiere a ejército, y “agein”, que significa guía. Así mismo, la palabra “strategos” que hacía alusión a “estratega”, también proviene del latín y del antiguo dialecto griego dórico

3. ¿Cuáles son las características de la estrategia?

debe ser clara, comprensible e inteligible. Los empleados deben entender exactamente cuál es la estrategia de su organización para lograrla con éxito. Una estrategia requiere una comunicación continua, en un lenguaje sencillo, para que todos los colaboradores puedan participar y contribuir con ella.

4. Explique las cuatro P de la estrategia.

representan el producto, el precio, el punto de venta o plaza y la promoción, los cuatro factores principales que los especialistas en marketing deben tener en cuenta al diseñar su estrategia de campaña. La estrategia de marketing debe: Comunicar lo que el producto proporcionará al cliente.

5. Presente un concepto de cada uno de los niveles administrativos de la organización y explique su funcionamiento.

3 niveles de gestión utilizados en la mayoría de las empresas: gerencia de nivel inferior, de nivel medio y de nivel superior. Se clasifican según la jerarquía y autoridad, y pueden realizar diversas tareas destinadas a cumplir un propósito específico.

6. Presente un concepto de administración estratégica.

se trata de una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis y toma de decisiones, que permite a las organizaciones afrontar los desafíos del entorno y adecuarse a los cambios con un esfuerzo sistemático orientado a lograr mayor eficiencia y calidad.

7. Explique los objetivos organizacionales y sus funciones.

son un conjunto de ideas realizables que tiene la alta gerencia en distintas áreas de su interés, las cuales son plasmadas en su proyección futura y que se encuentran contenidas en la misión y visión. Y su función son metas a corto y medio plazo que una organización pretende alcanzar.

8. Explique la jerarquización de objetivos y cómo funciona.

Representación gráfica de la lógica de intervención del proyecto propuesto, basándose en un análisis de los problemas, y reflejando relaciones medios-fines.

9. Presente un concepto de racionalidad organizacional.

es el concepto que permite establecer la pregunta por la racionalidad del sistema económico, y así evaluar si las acciones que se producen en el seno de su lógica son las mejores y las más adecuadas si se considera el contexto social.

10. ¿Para qué sirven los objetivos organizacionales?

es un resultado específico que se pretenden alcanzar

11. ¿Cómo se puede hacer que coincidan los objetivos organizacionales y los individuales?

Se vinculan con los medios, métodos y procesos que utiliza para alcanzar determinados fines u objetivos

12. Explique los diferentes conceptos de la estrategia.

Adaptación , utilizada para llegar a un acuerdo o compromiso con otras organizaciones.

Cooptación, colocar individuos que proviene de afuera en los puestos de liderazgo para impedir amenazas.

Coalición, combinación de 2 o mas organizaciones para alcanzar un objetivo común.

Competencia, es una forma de rivalidad entre dos o mas organizaciones con la mediación de un tercer grupo.

13. Defina la planeación estratégica.

Imitar o sustituir

Competidores que son rivales

Obtener concesiones y precios bajos de los aprovechadores

14. Explique el análisis y los mapas del entorno.

La evaluación del contexto externo en el cual se encuentra la organización las oportunidades y amenazas que existen en el entorno y sus posibilidades

15. ¿Qué es el análisis organizacional?

La evaluación de los recursos de la organización en términos de talento, finanzas, producción, tecnología desarrollo, sistemas de información e innovación para producir una ventaja competitiva

16. ¿Cómo se aplica la estrategia?

Se refiere al comportamiento de la organización como todo integrado

17. ¿Cuáles son los tipos de estrategia según Thompson?

Definición de la misión

Análisis de las oportunidades

Análisis de la fuerza

Análisis de las opciones estratégicas para competir

Elección de la estrategia

18. Presente los tipos de estrategias según Miles y Snow.

Defensiva

Ofensiva

Analítica

Reactiva

19. Explique la estrategia ofensiva.

Explorar y localizar nuevas oportunidades de productos o mercados.
Buscar nuevos dominios, aunque sean transitorios.

20. Explique la estrategia defensiva.

Garantizar y conservar el dominio actual de productos o mercados.

Busca la estabilidad del dominio.

21. Explique la estrategia analítica.

Garantizar un dominio actual y al mismo tiempo buscar, localizar y explorar nuevas oportunidades.

Buscar la estabilidad de un dominio y al mismo tiempo buscar nuevos dominios.

22. Explique la estrategia reactiva.

Respuesta desesperada, improvisada y poco eficaz de la organización, con estrategias inadecuadas y obsoletas.

23. Explique la evaluación de la estrategia organizacional.

Pasos

1-Identificación de los retos de la empresa.

2-Análisis.

3-Evaluación estratégica de alternativas.

4-Calidad de las recomendaciones.

5-Planificación estratégica.

6-Comunicación de la estrategia.

24. Presente un concepto de desempeño organizacional.

término comúnmente utilizado para hacer referencia a los resultados que genera la organización derivada de la dinámica de los factores internos y externos que la componen.

25. ¿Cómo se usa el centro de mando integral para conciliar diferentes objetivos?

es una herramienta de gestión empresarial que se utiliza para medir la situación y evolución de una empresa desde una perspectiva general.

principal objetivo es evaluar el crecimiento de una organización, su rendimiento y sus objetivos estratégicos para alcanzar metas a largo plazo.

26. ¿Cómo evalúa la sociedad a las organizaciones?

Las organizaciones tienen un profundo efecto en la sociedad; por ello son evaluadas constantemente por diferentes sectores de la sociedad. Existen varios segmentos que analizan cada año los resultados financieros y otros indicadores de éxito de las organizaciones (por ejemplo, la lista de las mejores empresas de la revista Exame), su ambiente laboral de trabajo (como la investigación anual sobre las mejores empresas para trabajar), las compañías más admiradas del mundo o del país, o aquellas más orientadas hacia el apoyo comunitario y social.

27. Explique cómo funciona el Premio Nacional de la Calidad y cuáles son los indicadores más importantes para otorgarlo

Participar en los reconocimientos del Premio Nacional de Calidad y vivir la experiencia de analizar el desempeño de su organización a través de un proceso de evaluación objetivo, confiable y transparente, genera aprendizajes que impulsan el conocimiento, aceleran el cambio y garantizan la mejora e innovación