



Nombre del Alumno: Stefany Hernandez Cruz

Nombre de la Materia: Dirección y Administración de Centros de Salud

Nombre del profesor: Lic. Andrea Pulido Arguello

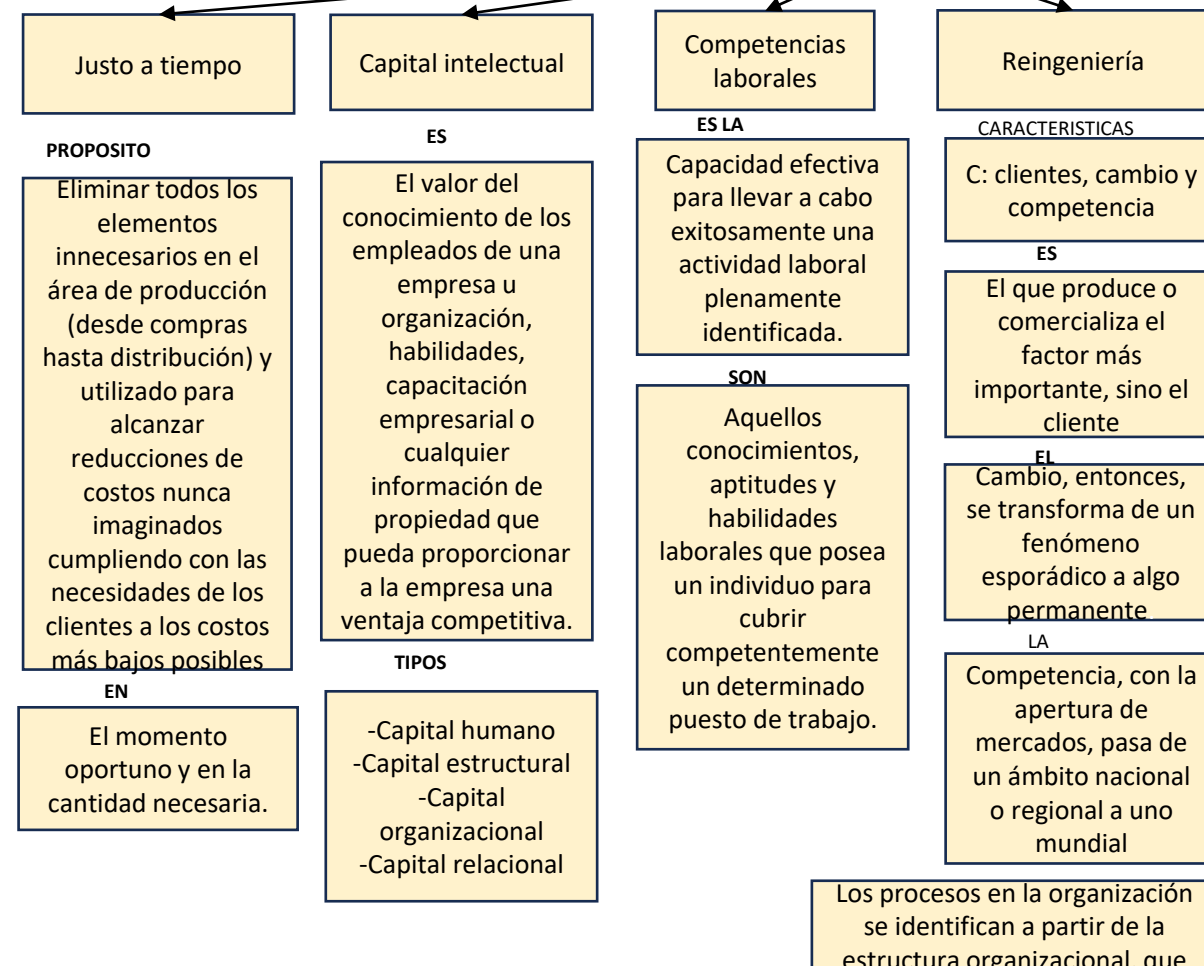
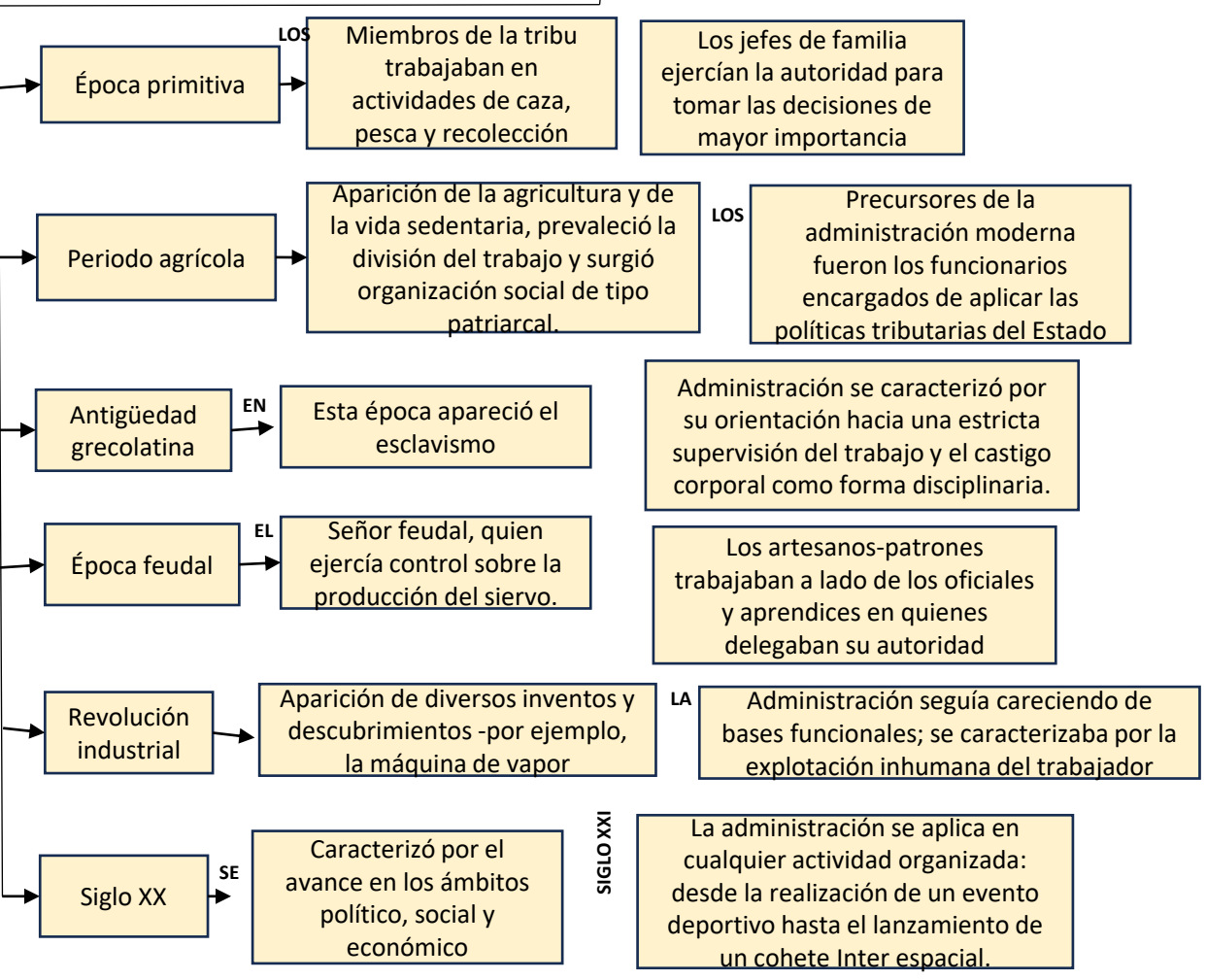
Nombre de la Maestría: Administración en sistemas de salud

Cuatrimestre: 4°

Antecedentes de la administración y la administración

Desarrollo histórico de la administración

Escuelas del pensamiento administrativo



Funciones de las áreas básicas de la organización

Elaborar el producto, venderlo, invertir y manejar el dinero para producirlo, a la vez que controlar las ganancias.

Concepto y tipos de organizaciones

FUNCIONES

vender, fabricar, manejar el dinero, la información y la tecnología y coordinar al personal.

LAS

Áreas funcionales son conocidas indistintamente como áreas de actividad, áreas de responsabilidad, departamentos, gerencias o direcciones, y varían esta nomenclatura de acuerdo con el tamaño de la empresa.

TIPOS

- Micro o pequeña empresa
- Mediana empresa
- Empresa grande

-El dueño dirige y conoce a todos los trabajadores.
-Los problemas de producción, finanzas, ventas y personal son tan reducidos
-La centralización en la toma de decisiones

-Al ser una organización en crecimiento surgen especialistas y áreas funcionales.
-Existe la necesidad de aplicar técnicas administrativas.
- Se utiliza la delegación de funciones

-Resulta imposible que una sola persona tome todas las decisiones.
-La complejidad de la administración crece
-La delegación y descentralización es imprescindible

Funciones operativas

Recursos Humanos

Establecen mecanismos para seleccionar, capacitar y dirigir al personal, y lograr su óptimo desarrollo, así como para elevar su grado de satisfacción y pertenencia dentro de la organización

Contabilidad y finanzas

una técnica para registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos monetarios, las transacciones que realiza una empresa, así como los eventos de carácter financiero que la afectan

Ventas y mercadotecnia

Investigación de mercados, la planeación estratégica de mercadotecnia, el análisis y segmentación de mercado, producto, precio, logística, publicidad, ventas, relaciones públicas y promoción de venta

Producción

Procesos que se realizan desde que llega la materia prima hasta que ésta se convierte en producto terminado.

Valores Institucionales de la organización

ES

una serie de valores que le permiten orientar sus acciones hacia el bien común

- ❖ Honestidad
- ❖ Responsabilidad
- ❖ Equidad
- ❖ Justicia
- ❖ Respeto.

EL

Emprendedor debe tener en cuenta la importancia de los valores en la cultura organizacional para la operación de la empresa, y la selección de sus integrantes;

EL

Empresario debe dar el ejemplo a sus colaboradores con una actuación ética y socialmente responsable.

BIBLIOGRAFIA

- ❑ Dubrin, A. J. (2003): Fundamentos de Comportamiento Organizacional, 2ª ed., México: Thomson.
- ❑ Fernández, Esteban (2010): Administración de empresas: Un enfoque interdisciplinar, Madrid: Paraninfo.
- ❑
- ❑ Jones, Gareth R. y George, Jennifer M. (2010): Administración contemporánea, 6ª ed., México: McGrawHill.
- ❑ Mintzberg, H. (2009). What Managers really do. Wall Street Journal, August 17.
- ❑ Ramió, Carles (1999): Teoría de la Organización y Administración Pública, Madrid:Editorial Tecnos.