

INDICE

Reflexiones del Autor	1
Capítulo 1.	11
Hacia una Comprensión de la Concepción Vital de Liderazgo	
1.1. La supervisión y su papel en la empresa moderna	14
1.2. Hacia una supervisión vitalmente entendida	15
1.3. Una actividad equilibrada en la empresa	17
Capítulo II	21
Una Concepción de la Organización	
2.1. Un enfoque de la empresa moderna	21
2.2. El supervisor y la organización	24
2.3. El supervisor y la empresa una relación vital	26
Capítulo III.	33
La Supervisión y la Utilización de los Recursos	
3.1. Cuales son los recursos de la empresa	33
3.2. El nuevo supervisor en la utilización racional de los recursos	36
3.3. La realidad actual contra la ineficacia de ayer	39
Capítulo IV.	43
Una Concepción de la Planificación	
4.1. La planificación en la gestión productiva	43
4.2. Como es la planificación	45
4.3. Objetivos de la planificación	46
4.4. Evaluación de los recursos	48
4.5. Los procedimientos en el desempeño de la función productiva	49
Capítulo V.	55
Una Concepción de la Dirección	
5.1. Desarrollo de las habilidades para dirigir	56
5.2. El estilo de liderazgo en el supervisor	58
5.3. Motivación como potencialidad del hombre en la empresa	61
5.4. El supervisor y los factores motivacionales	62
5.5. El liderazgo en el supervisor y su importancia para la gerencia	64
Capítulo VI.	69
Una Concepción de la Productividad	
6.1. Definición	69
6.2. Un enfoque de la productividad y el mercado	70
6.3. El supervisor y la productividad	71
6.4. La productividad como esfuerzo conjunto de la gerencia y el supervisor	73
Capítulo VII.	77
Una Concepción de la Calidad y el Mercado	
7.1. Papel de supervisor en la búsqueda de la calidad	78
7.2. La acción del mercado y la calidad en la empresa	80
7.3. La calidad como unificación de propósitos	81
Capítulo VIII.	85
Una Concepción de las Relaciones Humanas en la Empresa	
8.1. Fundamentación	85
8.2. El hombre en la empresa	88
8.3. El supervisor como directivo	89

Capitulo IX.	95
Una Concepción de las Comunicaciones en la Empresa	
9.1. La empresa y sus comunicaciones	96
9.2. Importancia de las comunicaciones en la organización	98
9.3. La comunicación como forma de acción en la empresa	100
Capitulo X.	105
Una Concepción del Adiestramiento	
10.1. Fundamentación para el trabajo	105
10.2. El supervisor y el adiestramiento	106
10.3. A quién, en qué y cuándo. Una programación de adiestramiento	109
10.4. El supervisor como factor de instrumentación	111
10.5. El adiestramiento para supervisores	112
10.6. La actitud del trabajador ante el adiestramiento	114
10.7. Papel de la gerencia en los programas de adiestramiento	115
Bibliografía	119