

# INDICE

## PRIMERA SECCION

### HISTORIA DE LAS ESCUELAS ADMINISTRATIVAS

Cap. 1. Escuela clásica .....	3
TAYLOR .....	3
Metodología de TAYLOR .....	4
Discípulos de TAYLOR .....	6
FAYOL .....	7
Concepto de FAYOL sobre la administración .....	7
Funciones de una actividad industrial .....	8
Los catorce principios de FAYOL .....	8
Cap. 2. Escuela de relaciones humanas .....	13
MAYO .....	14
Cap. 3. Escuelas de los sistemas sociales o teoría de la organización .....	19
SIMON .....	21
BARNARD .....	22
Teoría del equilibrio .....	23
Ejercicio práctico .....	25
Cap. 4. Administración estratégica .....	27
La administración estratégica .....	28
Estrategias de crecimiento .....	30

Componentes de la administración estratégica .....	34
Matriz de Ansoff .....	34
¿Qué tipo de empresa pretendemos? .....	35

## SEGUNDA SECCION

### FUNCIONES ADMINISTRATIVAS

Cap. 5. ¿Qué es la administración? .....	39
Cap. 6. Planeamiento .....	43
Grados o categorías de planes .....	44
Matrices .....	52
Matriz del Boston Consulting Group (BCG) o del portafolio de negocios .....	52
Análisis FODA .....	56
Matriz de resultados .....	57
Ejemplo práctico .....	58
Matriz de planeamiento .....	60
El planeamiento paso a paso .....	61
Decidir es sinónimo de resolver .....	61
Condiciones de certidumbre, incertidumbre y riesgo .....	62
Dime tu estilo y te diré cómo eres .....	63
Cap. 7. Organización .....	65
Orden y flexibilidad en las organizaciones .....	66
Organización formal e informal .....	67
¿Cuántos subordinados por supervisor? .....	68
¿Sistema verticalista o gerencia por consenso? .....	69
Entrepreneurs e intrapreneurs .....	70
Secuencia básica .....	73
Organigrama .....	73

Manual de normas y procedimientos .....	75
Teoría Z .....	75
Departamentalización .....	78
Departamentalización funcional .....	79
Departamentalización por producto .....	79
Departamentalización geográfica .....	79
Departamentalización por cliente .....	80
Organización matricial .....	80
Línea y staff .....	85
Ventajas y desventajas del staff .....	85
Centralización y descentralización .....	85
Posibles causas de la descentralización .....	86
Los grupos .....	87
Los grupos en las empresas .....	88
Interrelación .....	88
Cómo encaminar a un grupo .....	88
Comités .....	89
Clasificación de los comités .....	90
Cultura organizacional .....	90
Cap. 8. Manejo de los recursos humanos .....	95
Planeamiento de los recursos humanos .....	97
Reclutamiento .....	97
Selección .....	98
Capacitación .....	99
Evaluación del desempeño .....	100
Cap. 9. Dirección .....	103
La conducta .....	103
Teoría X .....	104
Teoría Y .....	104

Motivación .....	104
Factores motivadores.....	104
Teorías de las motivaciones.....	105
Jerarquía de necesidades de MASLOW .....	105
Teoría de la motivación de McCLELLAND .....	106
Teoría del reforzamiento de SKINNER.....	107
Teoría de la equidad (o inequidad) de ADAMS .....	107
Teoría de las expectativas .....	108
Teoría de motivación/higiene.....	108
La comunicación en las organizaciones .....	109
Flujo de las comunicaciones .....	111
Comunicación hacia abajo .....	111
Comunicación hacia arriba.....	111
Comunicación lateral.....	112
Comunicación diagonal .....	112
Lenguaje comunicacional .....	113
Ventajas y desventajas de la comunicación oral .....	113
Ventajas y desventajas de la comunicación escrita .....	113
Comunicación no verbal .....	114
Metacomunicación .....	114
Niveles de comunicación.....	115
Axiomas.....	115
Cap. 10. Control .....	117
Pasos básicos del proceso de control.....	117
Métodos de control .....	118
Control anticipado .....	118
Control directivo .....	118
Control selectivo .....	118

---

Control posterior .....	118
Técnicas de control .....	119
Estados financieros .....	119
Indices .....	119
Punto de equilibrio .....	120
Presupuestos .....	120
Auditoría .....	120
Información computarizada .....	121
Intranet .....	121
Cap. 11. El management y las características de un gerente .....	123
Características de los gerentes .....	125
Poder y autoridad .....	125
Liderazgo .....	127
Estilos de liderazgo .....	128
Liderazgo situacional .....	129
Grado de madurez .....	130
Análisis transaccional .....	130
Delegación .....	131
El rol del administrador .....	132
La delegación no es un cuco .....	133
Cómo asegurarse buenos resultados .....	134
Conducta .....	136
Motivación gerencial .....	139
Modelos administrativos motivacionales .....	139
El management y la motivación .....	140
Ejercicio práctico .....	142
Integración .....	142

## TERCERA SECCION

### DE LO GENERAL A LO PARTICULAR: LA PUBLICIDAD

Cap. 12. La publicidad y su influencia en nuestra sociedad .....	147
La publicidad no es un gasto, sino una inversión .....	149
Acerca de un efectivo plan de publicidad .....	152
Cinco preguntas clave con respecto al presupuesto publicitario ..	152
Cómo llevar adelante una campaña publicitaria .....	153
El avasallador avance de internet en la publicidad .....	154
Acerca de las otras formas de hacer publicidad .....	156
Patrocinio .....	156
Esponsorización .....	157
<i>Endorsement</i> .....	157
<i>Product placement</i> .....	157
Cap. 13. La agencia .....	159
¿Qué busca el cliente de una agencia? .....	160
Los porqués de su utilización .....	160
Cómo sacar provecho a las reuniones .....	161
Ejercicio práctico .....	162
Cap. 14. Estructura de una agencia .....	163
A) Presidencia .....	165
B) Dirección de cuentas .....	165
C) Dirección creativa .....	167
D) Dirección de producción .....	167
E) Dirección de medios .....	168
F) Dirección de marketing .....	169
G) Dirección de administración .....	169
H) Coordinación .....	170

1. Comité de planeamiento .....	170
2. Comité de planeamiento de la estrategia creativa .....	170
3. Comité de planeamiento de la estrategia de medios.....	171
4. Comité de pre-evaluación .....	171
5. Comité de post-evaluación .....	171
Cap. 15. Régimen impositivo .....	173
Tratamiento en ingresos brutos. Ciudad Autónoma de Buenos Aires	173
Ordenanza tarifaria. Alicuota .....	174
Tratamiento en IVA .....	174
Tratamiento en el impuesto a las ganancias .....	175
Cap. 16. Algo más sobre las agencias .....	177
La agencia cautiva .....	177
Las otras agencias .....	177
Cap. 17. El departamento de publicidad de la empresa .....	179
Funciones del departamento publicitario .....	180
Cómo se establece un presupuesto publicitario .....	181
Cómo se selecciona una agencia .....	182
Cómo se vinculan la empresa y la agencia .....	183

## APENDICE

1. La confección del currículum vitae: primera prueba de fuego.....	187
Ejemplos prácticos .....	189
2. Manual de normas y procedimientos .....	197
Publiagencia Canopus S.A. ....	198
Manual de normas y procedimientos .....	198
I. Generalidades .....	199
II. Operatividad .....	202

---

A. Coordinación .....	202
B. Cuentas .....	204
C. Creación .....	208
D. Producción .....	209
D.1. Producción gráfica .....	209
D.2. Producción audiovisual .....	210
E. Medios .....	211
F. Marketing .....	212
<b>Bibliografía</b> .....	<b>213</b>