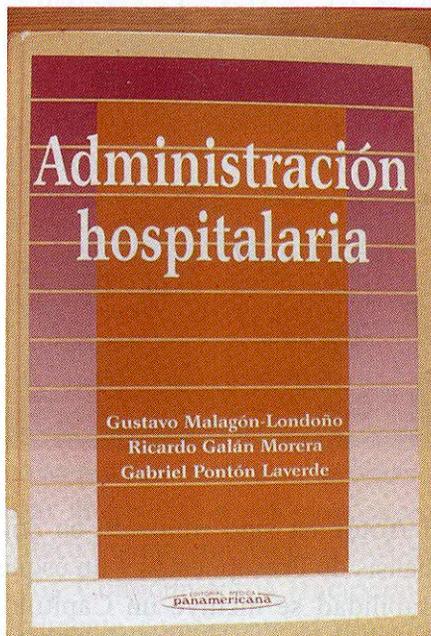


## RESEÑA BIBLIOGRAFICA DELFIN SOTO CHAVES\*

### AUTORES EANISTAS

Bajo el auspicio de una importante casa Editorial, en el año inmediatamente anterior fue presentada ante las comunidades médica, académica y del público en general, esta importante obra dedicada a aquellos que están al frente de la gestión hospitalaria y a profesores y estudiantes de los distintos Postgrados en el área de la administración de la Salud. Fruto de la experiencia de muchos años de los Autores en los campos médico, académico, administrativo e investigativo, este trabajo viene alcanzando un amplio reconocimiento a nivel nacional e internacional. Los Doctores: Malagón, Galán y Ponton, han sido profesores durante muchos años en varias universidades del País, han escrito varios libros y ensayos en el campo de la Administración Hospitalaria y han ejercido importantes cargos de dirección en los sectores públicos y privados. Para la Revista E.A.N. es motivo de enorme satisfacción reseñar en esta oportunidad la obra de estos destacados miembros de nuestra comunidad, cuyo trabajo ha sido exaltado en el ambiente académico y hospitalario del País.



**MALAGON L. Gustavo, GALAN M. Ricardo, PONTON L. Gabriel. Administración Hospitalaria. Editorial Médica Panamericana. Santafé de Bogotá, 1996. 569 p.**

Esta Obra aborda la problemática de la Administración Hospitalaria de manera integral y bajo un enfoque didáctico. El esquema de edición está diseñado para introducir al lector en forma gradual a los conceptos y principios universales de la práctica de la gestión en hospitales, profundizando en las áreas claves que aseguran un direccionamiento eficiente. El análisis temático es completo ya que se abordan en forma estructural los elementos físicos, médicos, técnicos, económicos y administrativos; de bioseguridad, medio ambiente, los sistemas de información, indicadores de calidad, auditoría y control interno, los aspectos jurídicos, la docencia y la investigación en el hospital. El nivel de profundidad de cada tema es disímil lo cual obedece a la estrategia de hacer énfasis en algunos aspectos que por su complejidad e importancia

ameritan un tratamiento mas detallado y actualizado, a nivel conceptual e instrumental. Los 28 temas son abordados por especialistas (13 expertos escriben la Obra) dentro de un moderno enfoque sistémico bajo el cual se busca que el lector identifique alternativas para una Gestión Hospitalaria efectiva en materia de Direccionamiento Estratégico, Control de Gestión, Eficiencia Asignativa de los Recursos, Atención y Servicio a los Pacientes e Impacto positivo en las necesidades de la Comunidad. Cada tema es presentado con la ayuda de esquemas ilustrativos y refuerzos para una mejor apropiación de los contenidos.

\* Director Centro de Investigaciones E.A.N.

## RESEÑA BIBLIOGRAFICA

### **Administración Hospitalaria.....**

Al final de cada capítulo se provee una bibliografía de referencia sobre el tema para los interesados en profundizar en las distintas temáticas.

Especial mención merecen los capítulos sobre Responsabilidad Etica del Hospital y sobre Guías de Manejo Diagnóstico y Terapéutico, Enfoque por Síndromes, los cuales aportan valiosos elementos para implementar una gestión más moderna y científica bajo principios universales de consenso, en un País que como el nuestro tanto necesita acercarse a las prácticas contemporáneas en materia de atención y manejo de la salud.

**BURNETT Jhon J. , Promoción: Conceptos y Estrategias. Editorial McGraw - Hill Interamericana, Colombia 1997. 410 p. Revisión Técnica: Basilio Balli Morales, Director Postgrado en Negocios Internacionales E.A.N.**

Este texto dirigido a Estudiantes Universitarios y a Gerentes que se desempeñan en las áreas de Promoción y Ventas, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicaciones, presenta comprensivamente los conceptos, objetivos y estrategias de las actividades de Promoción, desde la perspectiva de los procesos que se trabajan actualmente en las organizaciones dedicadas a ello. La Obra introduce al lector en el tema de la Promoción, a partir de los conceptos básicos del Marketing, integrándolos en la estructura de los procesos que tienen que ver con la Planeación Estratégica en las Empresas. Esta presentación permite comprender de forma consistente el ambiente en el que opera la Promoción y sus relaciones entre las Teorías de la Comunicación, los Sistemas, los Medios y los Mecanismos por los cuales son transmitidos los Mensajes. El Contenido del texto, el cual según el Autor ha sido utilizado en cursos regulares de Gerencia, se ve reforzado con los Estudios de Casos, el análisis de Presupuestos y un esquema básico de Evaluación de las Campañas. Como elemento de comparabilidad se incluye un Capítulo de Promoción y Marketing Internacional. Es particularmente importante destacar que a pesar de su sencillez didáctica la Obra es completamente autocontenida, lo cual la hace universalmente aplicable como Manual.

