



EMBA

Cátedra: Planificación Estratégica

Prof: Ernesto Blanco

Marzo 2011

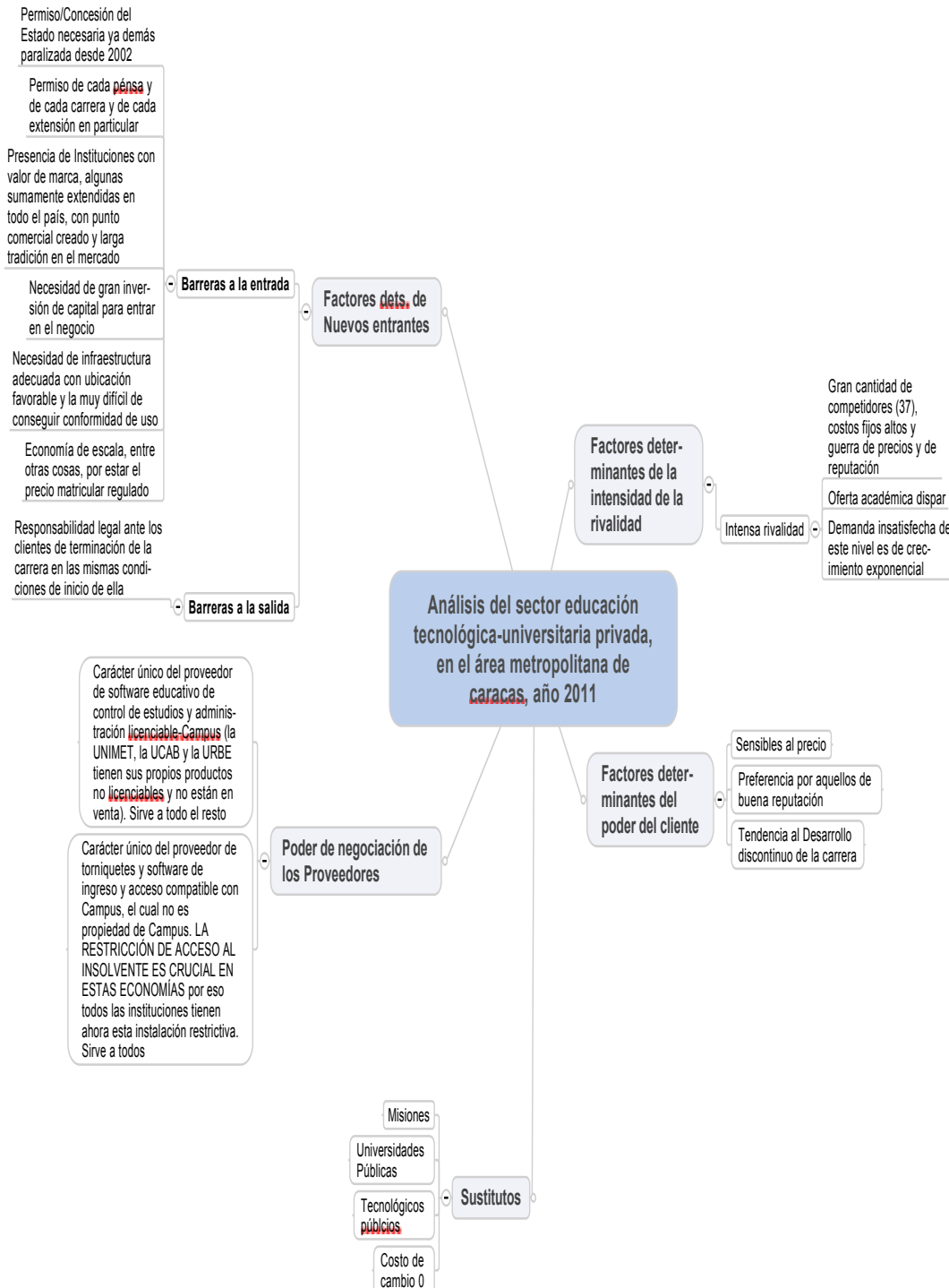
2DO QUIZ

Vladimir Petit Medina
CI.V-5.290.987

2do Quiz

1 ERA PREGUNTA

Mi empresa es un tecnológico de nivel universitario privado, que básicamente sirve el área metropolitana de Caracas. Luego, el modelo de análisis de las 5 fuerzas de Porter se aplicará a este sector .



Oportunidades	Amenazas
Amplia demanda insatisfecha difícil de cubrir	Crecimiento de Oferta Pública en el mismo sector
Oportunidad de desarrollar unidad de negocios encargada del mercado de educación de extensión para atender parte de la demanda insatisfecha en su deseo de rápida incorporación al mercado de trabajo	Inflación y problemas macroeconómicos que repercuten en la rentabilidad del negocio
Existencia de un sector de la demanda insatisfecha que rechaza la actual oferta pública del mismo nivel, en búsqueda más de reputación que de otra cosa	Crecimiento de ola expropiadora
	Incremento explosivo de costos por tener proveedor único en dos segmentos
	Mantenimiento del control del precio matricular

2 DA PREGUNTA

Cadena de valor de mi empresa de servicios (IUGT)				
Dirección	Planificación, Organización administrativa y Docente, Legal, Mercadeo y Comunicación			
Finanzas	Presupuesto, Control de Gestión, Deuda, Riesgos, Colocaciones, Movimientos Internacionales, Cobros y ajustes matriculares			
Tecnología	Diseño de sistemas, Instalación de los mismos, seguimiento a ellos, logística, redes informáticas			
Suministros	Selección de proveedores, compras, distribución, almacén			
Recursos Humanos	Nómina, compensación, incentivos, adiestramiento e inducción, fideicomiso			
	Operaciones	Mercadeo	Innovación	Servicio postventa
Fortalezas	Inscripciones rápidas, Asignaciones de cátedras flexibles, Eficiente Control docente (asistencia y cumplimiento de programas), instalaciones modernas Control de calidad pedagógica y de oferta académica, Seguimiento sistemático de rendimiento estudiantil	Constante lanzamiento de nuevos programas, Constante Lanzamiento de campañas virales referidas a nuevos productos y proceso de realización obligatorio de focus groups Permanente Desarrollo de canales de mercadeo, Información y orientación a potenciales clientes con visitas guiadas y atención personalizada	Continúa adopción de tecnologías de punta en control de estudios, conectividad, seguimiento de asistencia, control profesoral Creación constante de nuevos proyectos gracias a Centro de Innovación y Unidad de Inteligencia, Diseño y desarrollo de nuevos cursos de educación de extensión así como Diseo de nuevas propuestas para Multilaterales para ser desarrolladas overseas (CAF y Banco Mundial)	Organización y atención estudiantiles Canalización de quejas y reclamos, Seguimiento a la deserción y consultoría
Debilidades	Falta de plataforma de e-learning Falta de adaptación del sistema a inscripción vía internet	No hay mercadeo directo con el graduando en su sitio de clases	Desarrollo de nuevos productos y programas tiene sentido absolutamente cortoplacista	Se hace un seguimiento más eficiente de quienes se han ido antes que hacerlo con tanta eficiencia para ayudar a quienes tienen problemas para continuar su carrera