



Universidad del Sureste

Administración y Estrategias de Negocios

Innovación de Modelos de Negocios y Gestión de Empresas Familiares.

Myreille Rodríguez Alfonso

Alejandro López Martínez y Vanessa Guadalupe Sánchez Pimentel.

Caso Práctico: Uds.

Comitán de Domínguez, Chiapas.

02/08/2020

Proceso declarativo.

En este proceso se expresan las aspiraciones de la organización centrándose en la visión y misión de la empresa.

Esta universidad privada comenzó en Comitán, Chiapas y ha ido expandiéndose a otras ciudades del estado, así como a los estados de Tabasco y Campeche.

Organizan sus planes de estudio evaluando las demandas del mercado laboral en el ámbito público y privado. Consideran que la educación de calidad que ofrecen se debe a dos fortalezas, la primera son sus catedráticos altamente preparados, y la segunda son la infraestructura de sus campus. También fortalecen la formación de sus estudiantes con actividades culturales y deportivas que consideran integrales. Buscan que sus estudiantes no sólo sean excelentes profesionistas, sino que tengan una buena calidad de vida.

Misión de la empresa:

Satisfacer la necesidad de educación que promueva el espíritu emprendedor, basados en Altos Estándares de calidad Académica, que propicie el desarrollo de estudiantes, profesores, colaboradores y la sociedad.

Visión de la empresa:

Ser la mejor Universidad en cada región de influencia, generando crecimiento sostenible y ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

Proceso analítico

Este proceso se encarga de la comprensión de la dinámica interna de los sistemas que constituyen a la organización y del ambiente en la cual está inmersa.

En la actualidad la Uds cuenta con varios campus en Chiapas los cuales cuentan con varios colaboradores en cada plantel en los que resaltan los administrativos, dirección, maestros. Estos últimos tienen como labor el preparar el desarrollo de la evolución para que sus estudiantes puedan trascender como unos profesionistas preparados y así lo dicta también el eslogan de la universidad ("pasión por educar")

La universidad está en planes de expansión constantemente con el fin de llegar a más estados de manera oficial, esta institución se caracteriza por ser una universidad de carácter conservador, manteniendo un sistema estricto dentro de las instalaciones, tanto como sus alumnos como con sus colaboradores

Esta institución se caracteriza por su excelente manejo del marketing ya que este ha sido fundamental para el reconocimiento de la empresa, la cual recurre a numerosas técnicas, tales como anuncios en redes sociales, anuncios físicos dentro de las ciudades donde tiene presencia, inclusive en carreteras, así como también presencia en la radio.

La UDS cuenta con un campus virtual para impartir sus programas. El objetivo de su campus es poder cumplir con educación de calidad, pero sin que sus estudiantes tengan que desplazarse y puedan administrar sus tiempos. Se basan en un modelo constructivista para sus programas, donde cada quien elige cómo ir estudiando e interactuando.

Proceso de Ejecución.

Este proceso se enfoca en presentar la estrategia en la acción o hacer que las cosas ocurran.

Dada la relevancia de este proceso, la Universidad debe comprender la importancia de aplicar unas estrategias de marketing que atraigan a clientes potenciales y les convierta en alumnos. Afortunadamente, la Universidad tiene acceso a información que le permite conocer de sobra a sus actuales alumnos y usar esos datos para identificar oportunidades y necesidades en ellos y en los futuros universitarios.

Las técnicas de captación deben ser el resultado de un conocimiento exhaustivo del público al que se dirige cada universidad. Estas estrategias de marketing orientadas a la Universidad son claves para dirigirse a los alumnos y ofrecerles lo que necesitan en su toma de decisiones. Los vínculos con la Universidad son esenciales para que un estudiante evolucione dentro de un centro y se sienta ligado a este.

Son muchas las técnicas de captación que puede usar la Universidad para dar visibilidad a su valor, atraer a estudiantes y mostrarles por qué deben elegir tal centro. En este sentido, tanto las estrategias online, como offline, son igual de importantes, y la Universidad, como agente relevante en la sociedad, debe estar presente en todas ellas y saber usar todos los canales para comunicar su mensaje y fortalecer su imagen y reputación.

Antes de comenzar a lanzar cualquier acción, es importante que el marketing para universidades complete estos procesos y haga uso de estas estrategias. Las redes sociales han cobrado un papel muy importante en la Universidad, tanto como canal de comunicación como herramienta didáctica, por lo que hay que dedicar importantes esfuerzos y recursos para emplearlas de la forma más efectiva y reforzar la imagen innovadora de la Universidad.

Todo esto de la mano de una planificación ejemplar a la hora de destacar en la expansión de la universidad y así tener una repercusión mayor en el sentido de incremento del número de estudiantes, esto significaría que la organización está dispuesta a cumplir las necesidades de los consumidores de sus servicios.

Proceso de Control y Compromisos

Es un proceso de retroalimentación y permite identificar que tan desviados podemos llegar a estar.

La universidad tiene objetivos claros respecto a el rumbo de la empresa, el cual está fijado y constantemente analizado por los miembros de la familia que forman parte del consejo de administración de la escuela, en el cual

básicamente la expansión es uno de los objetivos primordiales, eso sin minimizar el trato a los alumnos y colaboradores, así como también el dar constante mantenimiento a las instalaciones con el fin de tener siempre una imagen de compromiso y modernización ante los cambios de las necesidades tanto de la globalización y ante carrera con la competencia para demostrar que es la mejor opción.

La universidad siempre busca el crecimiento en distintas áreas. Con el compromiso de una formación integral ofrecemos un abanico de opciones artísticas y culturales, que contribuyen a la formación integral y enriquecen la vida universitaria.

Las actividades extracurriculares son el complemento perfecto para tener una vida académica balanceada y sin duda, son un elemento muy importante en el entorno universitario por su contribución a la formación integral de los estudiantes. Mediante el desarrollo de estas actividades se promueven aspectos como la sana distracción, buena convivencia e integración entre la comunidad estudiantil.

Proceso de compensación

En muchas ocasiones las empresas ofrecen diversos programas de capacitación a sus empleados, con el objetivo de mejorar su desempeño individual y, por ende, su nivel de productividad en la compañía. Sin embargo, existen trabajadores que por razones internas o externas no culminan sus programas, por lo que se hace indispensable saber cómo motivarlos para que concreten el plan educacional que se les oferta.

La universidad está consciente de que la motivación del personal incluye un conjunto de incentivos que determinan el comportamiento de un individuo en particular. Por lo tanto, este es un cierto conjunto de acciones por parte del líder (en este caso el rector) destinadas a mejorar la capacidad de trabajo de los empleados, así como formas de atraer y retener especialistas calificados y talentosos.

Cada empleador determina independientemente los métodos que alientan a todo el equipo a ser activo para satisfacer sus propias necesidades y lograr la tarea común. Un empleado motivado disfruta el trabajo, al cual está apegado a su alma y cuerpo, y experimenta alegría.

Este es un conjunto de medidas dirigidas a los valores internos y las necesidades de los subordinados, estimulando no solo el trabajo en su conjunto, sino, en primer lugar, la diligencia, la iniciativa y el deseo de trabajar. Y también para lograr los objetivos en sus actividades, mejorar el nivel profesional y aumentar la eficiencia general de la empresa.