

II CURSO DE ALTA GERENCIA DE FACULTADES DE MEDICINA

MODULO III

ASISTENCIA TALLER I

GRUPO 1

- 1. DR. EDUARDO PAREDES BODEGAS**
- 2. DR. JUAN FRANCISCO BARRETO MONTALVO**
- 3. DR. GERARDO HINOSTROZA ORIHUELA**
- 4. DR. ALBERTO CASA LUCICH**
- 5. DRA. ELENA DE JESÚS ALVARADO LEON**
- 6. DR. JUAN EDUARDO LEIVA GOYCOCHEA**
- 7. DRA. HILDA NELLY CENTENO GAVANCHO**
- 8. DR. GUSTAVO ENRIQUE ANTEPARRA PAREDES**
- 9. DR. OSCAR VALIENTE CASTILLO**
- 10. DRA. PATRICIA CAMPOS OLAZÁBAL**
- 11. DRA. ROSSI CASTELLANOS DEL PORTAL**

TALLER PERSPECTIVA FINANCIERA

Hoja de Trabajo

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES: Facultad de Medicina

- 1.- ¿Cuáles son los objetivos financieros mas importantes para la institución?
Escríbalos en la columna (I).
- 2.- Escoger un objetivo financiero de la columna (I) y complete indicadores, metas e iniciativas estratégicas, columnas (II), (III) y (IV).

(I) Objetivos	(II) Medición / Indicadores	(III) Meta	(IV) Iniciativas / Acciones
Mejorar recaudación	% de Morosidad	Disminución 10% / año	<ul style="list-style-type: none">- Préstamos universitarios- Fraccionamiento de la deuda.- Facilidades de pagos
Llegar a nuevos clientes	Incremento del porcentaje de postulantes	Aumento del 10% sobre año	<ul style="list-style-type: none">- Difusión y Marketing- Crear Centros Pre-Universitarios

3.- ¿En que etapa del ciclo de vida se desarrollará su institución en los próximos años? ¿Debe modificar o mantener sus objetivos financieros?

Esta y estará en la fase de sostenimiento. Si debe modificar sus objetivos financieros buscando estabilidad económica.

4.- ¿Existe algún riesgo estratégico que debe controlar su institución?. Indicar cual es, Señalar objetivos, medidas, metas y acciones para controlar o reducir el riesgo estratégico.

Si, que aumente la morosidad o la deserción estudiantil.

OBJETIVO:

1. Captar alumnos de los sectores A y B.
2. Fortalecer la imagen institucional.

INDICADOR

1. % de alumnos de los sectores A y B en cinco años.

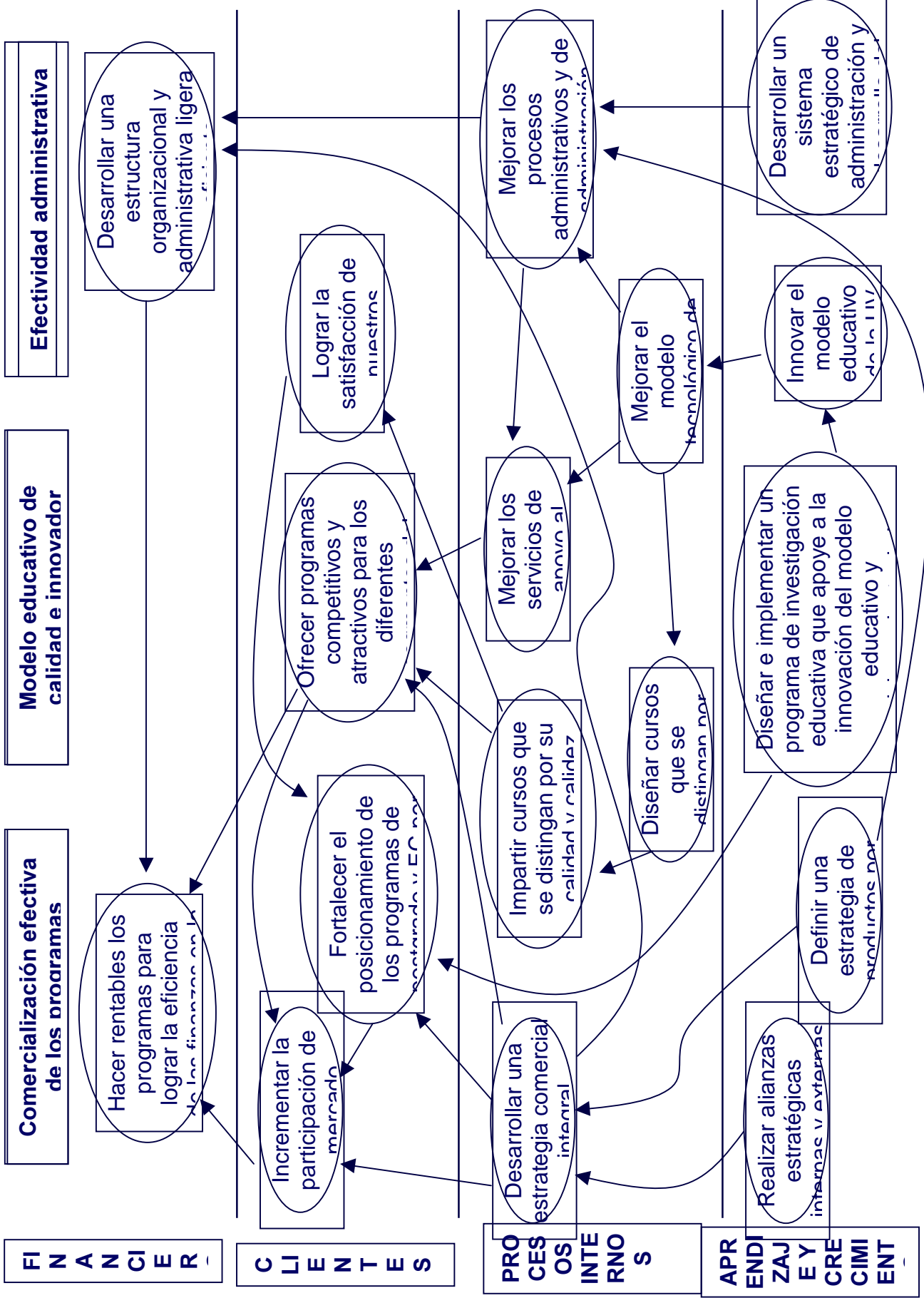
METAS

1. Que el 50% de los postulantes sean de los sectores A y B en cinco años.

ACCIONES

1. Difusión y marketing de los colegios del sector A y B.

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MONTERREY



INSTITUTO TECNOLÓGICO MONTERREY

OBJETIVOS FINANCIEROS

1. RENTABILIDAD DE LOS PROGRAMAS PARA LOGRAR LA EFICIENCIA DE LAS FINANZAS.

OBJETIVOS DEL CLIENTE

1. PROGRAMAS COMPETITIVOS Y ATRACTIVOS PARA LOS DIFERENTES SEGMENTOS DEL MERCADO HISPANO

OBJETIVOS DE PROCESOS

1. DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMERCIAL INTEGRAL

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

1. INNOVAR EL MODELO EDUCATIVO DE LA UNIVERSIDAD VIRTUAL

MISIÓN

ES UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA QUE OFRECE PROGRAMAS TECNOLÓGICOS COMPETITIVOS Y ATRACTIVOS PARA LOS DIFERENTES SEGMENTOS DEL MERCADO HISPANO Y LOGRAR LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

TEMAS

1. DIVERSIFICAR COSTOS