

INDICE

Prólogo	XI
Agradecimientos	XVII
Capítulo Uno. Cambios en el Lugar de Trabajo	1
La Empresa del Siglo XXI	1
El surgimiento de la organización plana y flexible	2
La economía del conocimiento: del músculo al cerebro	7
La reducida vida útil del conocimiento	8
El desarrollo laboral integrado se convierte en el mantra de la empresa	9
Las corporaciones se convierten en educadores	10
Nuevas aptitudes que los empleados requieren en el lugar de trabajo	12
Surgimiento de las universidades empresariales	18
La misión. El ámbito y la naturaleza del aprendizaje empresarial se amplía	19
Nuevas conclusiones a partir de la Annual Survey of Corporate University Future Directions	22
Compromiso de la gerencia	23
Las alianzas de aprendizaje crecen en importancia	24
Surgimiento del interés en usar la tecnología para crear una universidad virtual empresarial	25
Las universidades empresariales funcionan como un negocio	26
Capítulo Dos. Funcionamiento del Modelo de Universidad Empresarial	28
Principios fundamentales del modelo de universidad empresarial	28
Brinde aprendizaje en apoyo de las metas del negocio	30
Considere el modelo de universidad empresarial como un proceso, no necesariamente como lugar	32
Diseñe un plan básico de estudios alrededor de las tres C	37
Capacite la cadena de valor	41
Cambie el método de aprendizaje dirigido por un instructor	46
Estimule a los líderes para que se involucren y faciliten el aprendizaje	48
Cambio de la asignación presupuestal de la empresa, a la autofinanciación	50
Asuma un enfoque global para desarrollar programas de aprendizaje	52
Establezca un sistema de medición para evaluar tanto la producción como los insumos	53
Utilice la universidad empresarial para lograr la ventaja competitiva y el ingreso a nuevos mercados	56
Capítulo Tres. Diseño de la Universidad Empresarial	
El proceso de diseño de la universidad empresarial	58
La alta gerencia es el impulso vital de la universidad empresarial	64
Confrontar un sistema de gobernabilidad	64
Crear una visión	67
Recomendar el campo de acción y la estrategia de financiación	68
Identificación de los participantes	70
Crear productos y servicios	72
Selección de los socios de aprendizaje	73
Trazar una estrategia de tecnología	74

Crear un sistema de medición	75
Comunicar... comunicar... comunicar	78
El director ejecutivo de aprendizaje como líder de la universidad empresarial	83
Capítulo Cuatro. Programas de Aprendizaje de las Universidades Empresariales que ofrecen las mejores Prácticas	
Plan de estudios de la universidad empresarial	86
Las tres C del plan básico de estudios	87
Ciudadanía empresarial	91
Capacitación en los valores, la visión y la cultura de la organización	91
La metáfora enseña los valores corporativos, la cultura, la misión y las tradiciones de la organización	93
Marco de referencia del contexto	96
Conocer la visión de la compañía: clientes, competidores, tendencias de la industria, y las mejores prácticas de otras empresas	96
Conozca y practique las capacidades medulares en el lugar de trabajo	102
Competencias medulares en el sitio de trabajo	102
Aprender a aprender	104
Comunicación y colaboración	105
Pensamiento creativo y solución de problemas	108
Cultura tecnológica	110
Cultura global de negocios	112
Desarrollo de liderazgo	116
Autogestión de la carrera profesional	120
Vínculo entre el autodesarrollo del empleado y la remuneración	123
Temas de programas formales e informales de aprendizaje	125
Capítulo Cinco. Las Universidades Empresariales se Convierten en Laboratorios de Aprendizaje	
La tecnología transforma el aprendizaje	127
El primer paso: establecer criterios para escoger los medios	131
Aprendizaje con base en satélites	133
Aprendizaje con la base multimedios	139
Tecnologías de aprendizaje compartido	141
Bases de datos del conocimiento en Intranet	144
Aprendizaje con la base en la web	146
Campus virtual	159
Aprendizaje asistido por la tecnología. Ingreso al siglo XXI	162
Capítulo Seis. Campo de Acción: Creación de Asociaciones con Proveedores, Clientes e Institución de Educación Superior	165
¿Por qué crear asociaciones con participantes de la cadena de valor?	165
Asociaciones con proveedores	169
Ampliación de la capacitación de los clientes a los concesionarios y mayoristas	171
Creación de alianza con instituciones de educación superior	178
Marco de referencia para crear una asociación empresa / universidad	179
Programas educativos personalizados para ejecutivos	183
Establecimiento de un nuevo programa acreditado de grado	187
Crear un consocio de universidad empresarial	193
Considerar la acreditación de la universidad empresarial	196

La capacitación de la cadena de valor se convierte en una meta estratégica para las universidades empresariales	201
Capítulo Siete. Universidades Empresariales: ¿Oportunidad o Amenaza para la Educación superior?	203
La metamorfosis del mercado de la educación	203
Surgimiento del estudiante no tradicional como consumidor de educación	206
Rápido avance de la tecnología	207
Necesidad de aprendizaje permanente	208
Introducción de la educación a distancia	210
El dilema de la educación superior	211
Nuevos participantes en el mercado de la educación	211
Universidades empresariales con el enfoque externo	212
Consortios	215
Universidades virtuales	217
Empresas de educación como ánimo de lucro	222
El futuro: un sistema de educación motivado por el mercado	227
Capítulo Ocho. Doce Lecciones para Formar una Fuerza Laboral de Clase Mundial	
Doce Lecciones para formar una fuerza laboral de clase mundial	232
1. Establecer un vínculo entre las metas de educación y desarrollo, y las necesidades estratégicas de la organización	232
2. Involucrar a los líderes como aprendices y profesores	233
3. Escoger un director ejecutivo de aprendizaje encargado de fijar la dirección estratégica de la educación empresarial	234
4. Considerar la orientación de los empleados como un proceso estratégico en marcha, antes que como un hecho que sucede sólo una vez	235
5. Diseñar un plan básico de estudios que haga énfasis en las tres C. Ciudadanía empresarial, marco de referencia del contexto y aptitudes medulares	236
6. Establecer una relación entre el salario de los empleados y lo que aprenden	239
7. Experimentar con la tecnología para medir, hacer seguimiento y acelerar el aprendizaje	240
8. Ampliar el campo de acción de la universidad empresarial más allá de los empleados de la empresa hasta abarcar a los miembros clave de la cadena clientes / proveedores	241
9. Hacer que la universidad empresarial funcione como una línea de negocios dentro de la organización	243
10. Desarrollar un aserie de alianzas innovadoras con las instituciones de educación superior	245
11. Demostrar el valor de la infraestructura de aprendizaje de la universidad empresarial	246
12. Desarrollar la universidad empresarial como una ventaja competitiva de marca y centro de rentabilidad	247
Apéndice	251
Comparación de las mejores prácticas entre universidades empresariales	259
Las 15 Preguntas más frecuentes sobre las universidad empresariales	263

Notas	269
Bibliografía	275
Índice	283