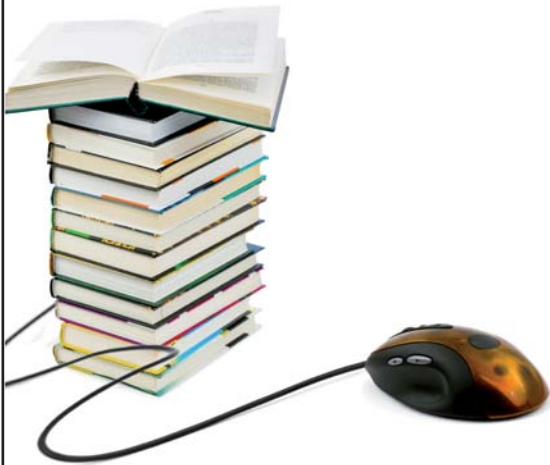


acción empresarial

**Antonio Rubio** explica cómo crear un sistema formativo propio para mejorar el desarrollo de organizaciones y personas. Con prólogo de Ed Cohen.

# UNIVERSIDADES CORPORATIVAS



## Dossier de prensa

**Autor:** Antonio Rubio

**Prologuista:** Ed Cohen

**Editorial:** LID Editorial Empresarial

**Colección:** Acción Empresarial

**Serie General**

**EAN-ISBN13:** 9788483565964

**Precio:** 19,90 €

**Formato en centímetros:** 15x22

**Encuadernación:** Rústica con solapas

**Número de páginas:** 280

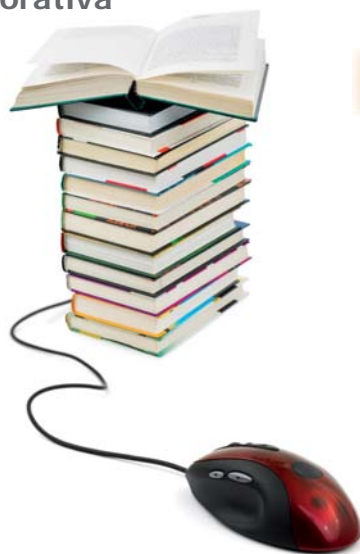


## PRIMERA PARTE. Fundamentos de la universidad

- 1. Sistemas de Detección de Necesidades Multinivel (SDNM)**
  1. Nivel estratégico
  2. Nivel táctico
  3. Nivel operativo
  4. Necesidades actuales y futuras
- 2. Estilo de gestión corporativo propio**
  1. Traducir la estrategia y valores corporativos en atributos propios de actuación de los manager
  2. Diseñar el modelo corporativo de gestión
  3. Toma de decisiones
  4. Integrar los atributos en el modelo corporativo de gestión
  5. Comunicación e implantación en el equipo directivo y responsables de equipo
- 3. Organización: estructura de la universidad corporativa**
  1. Modelo organizativo
  2. Filosofía de gobierno
  3. Estructura interna
  4. Dirección estratégica
  5. Dirección académica
  6. Operativa

## SEGUNDA PARTE. Proyección de la universidad corporativa

- 4. Plan estratégico de la universidad corporativa**
  1. Público objetivo
  2. Contenidos
  3. Metodología
  4. Infraestructuras y tecnología
  5. Comunicación y notoriedad
  6. Gobierno y equipo interno
  7. Procesos internos
  8. Sistemas de medición
- 5. Cadena de valor de la compañía y RSC**
  1. Grupos de interés internos
  2. Grupos de interés externos
- 6. Aprendizaje permanente**
  1. Matriz proceso/competencia
  2. Itinerarios de desarrollo
  3. Autodesarrollo
  4. Aprendizaje activo



## TERCERA PARTE. Operatividad de la universidad corporativa

- 7. Estrategia de aprendizaje y estándares formativos**
  1. Público instruccional
  2. Modelo de tutorización
  3. Modelo de evaluación
  4. Estándares de comportamiento de los facilitadores
- 8. Personalización de los sistemas de gestión del aprendizaje**
  1. Oferta al participante
  2. Oferta al facilitador
  3. Diversidad y cambio de valores generacionales
  4. Individualización de los planes de desarrollo...
- 9. El ADN tecnológico de la universidad corporativa**
  1. Principios metodológicos: recursos autogestionados y web 2.0
  2. Entornos virtuales de desarrollo
  3. Experiencias de aprendizaje *online* y colaborativo
  4. Plataformas de comunicación, dinamización y seguimiento
  5. La puesta en marcha: estrategia de implantación de las soluciones *online* de la universidad
- 10. Personalización de los sistemas de gestión del aprendizaje**
  1. Certificación de participantes
  2. Certificación de profesionalidad
  3. Certificación de programas, itinerarios y contenidos
  4. Certificación de proveedores de desarrollo
  5. Certificación de calidad de la universidad corporativa
- 11. investigación, desarrollo e innovación (I + D + i)**
  1. Política de I + D + i de la universidad corporativa
  2. Gestión de la cartera de productos y servicios de la universidad corporativa
  3. Gestión del conocimiento de la universidad corporativa

## CUARTA PARTE. Difusión de la universidad corporativa

- 12. Equipo de impulsores internos de la universidad corporativa**
  1. Gestión del cambio y la innovación
  2. Aprendizaje formal e informal en la universidad corporativa
  3. Facilitadores del intercambio de conocimiento
- 13. Plan de comunicación y marketing**
  1. Tratamiento del contenido de los mensajes
  2. Creación de canales y soportes
  3. Identificación de los agentes del cambio
  4. Comunicación a directores de área de negocio
- 14. Plan de notoriedad**
- 15. Cuadro de mando**

## Autor de la obra

**Antonio Rubio** es socio de Overlap y responsable de su Área de I+D+i, donde ha realizado numerosos proyectos internacionales de creación de universidades corporativas y escuelas comerciales para grandes corporaciones. Es licenciado en Derecho y en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense de Madrid y MBA por la EOI. Es también Senior Professional in Corporate Universities por el International Quality & Productivity Center de Nueva York y un asiduo conferenciante.



«Los casos prácticos presentados en este libro proporcionan detalles y procesos de aprendizaje reales observados por el autor y su equipo de trabajo. Tómese el tiempo necesario para comparar y contrastar lo que cada empresa logró con lo que usted está intentando hacer»

**Ed Cohen**

Vicepresidente ejecutivo de *Nelson Cohen Global Consulting*



## La obra

El concepto de universidad corporativa tiene su origen hace varias décadas, posiblemente desde la creación en 1956 de la universidad corporativa de General Electric, en Crotonville. Sin embargo, es a partir de los ochenta cuando surge el verdadero interés por su implantación como una evolución del departamento de formación hacia un paraguas estratégico para el desarrollo de los profesionales, clientes y proveedores de la organización.

En los últimos 20 años el número de universidades corporativas se ha incrementado como respuesta a la necesidad de las compañías de gestionar su conocimiento interno, proporcionar a sus empleados formación específica acorde a su perfil profesional y contar con una herramienta de implantación de la estrategia. De esta forma, los integrantes de la organización pueden cubrir los requerimientos de aprendizaje en la universidad de la empresa. Mientras tanto, la organización vincula los planes formativos a las necesidades del negocio, además de transmitir sus valores, cultura e historia.

**Universidades corporativas** es una excelente guía que proporciona todos los detalles necesarios para diseñar, crear e implantar una universidad corporativa. Con numerosos ejemplos y casos de éxito y una base teórica de demostrados resultados, esta obra desvela cómo cubrir las continuas necesidades de aprendizaje de los miembros de una organización y cómo alinear los planes formativos con las necesidades de negocio.

La obra se estructura en cuatro grandes apartados: **fundamentos de la universidad corporativa**, donde se detallan los elementos básicos para la constitución de la universidad corporativa como entidad; **proyección de la universidad corporativa**, que hace referencia a los elementos relativos a la previsión de la actividad de la universidad corporativa, así como de su efecto sobre sus participantes y otros grupos de interés (*stakeholders*); **operatividad de la universidad corporativa**, que enumera los elementos clave para el funcionamiento diario de la universidad y la consecución de los resultados establecidos; y **difusión del proyecto de la universidad corporativa**, que hace referencia a los elementos relacionados con la promoción interna y externa de la universidad corporativa, sus iniciativas y sus defectos.



## ¿Qué es una universidad corporativa?

Consiste en una herramienta para la implementación de la estrategia de la compañía. Se instrumentaliza a través de la implantación e interpretación (*performance*) de 15 elementos clave, agrupados en cuatro familias: fundamentos, proyección, operatividad y difusión de la universidad corporativa.



### La universidad corporativa también consiste en:

«Un paraguas estratégico para el desarrollo y educación de los empleados, clientes y proveedores en orden de alcanzar las estrategias de negocio de la organización. Una manera de sistematizar y aerodinamizar los esfuerzos de aprendizaje y desarrollo de las compañías» (Meister, 1998, pp. 29-30)

«Una entidad educacional consistente en una herramienta estratégica diseñada para asistir a la organización padre en el alcance de su misión, conduciendo actividades que cultivan el aprendizaje individual y organizacional, el conocimiento y la sabiduría» (Allen, 2002, pág. 9)

«Una función estratégicamente alineada para la integración del desarrollo de las personas dentro de una organización específica» (Grenzer, 2006, pág. 1)



Con la colaboración de:

 **OVERLAP**  
Capacidad para el Éxito



Para más información:  
[elisabet.saez@lideditorial.com](mailto:elisabet.saez@lideditorial.com)  
[laura.diez@lideditorial.com](mailto:laura.diez@lideditorial.com)  
91 372 90 03

