

2021-2027年中国企业大学 市场深度评估与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国企业大学市场深度评估与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202102/205600.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

近年来，中国经济的快速发展也使中国的优质企业越来越多，财富中文网于2019年7月19日，全球同步发布了最新的《财富》世界500强排行榜。在上榜公司数量上，中国公司达到了120家，已经非常接近美国（126家），远超第三位的日本（52家）。这期间没有任何一个其它国家的企业数量如此迅速地增长。但企业大学发展的速度却远远不及企业发展速度，误区较多。2010-2018年“世界500强”中国企业数量

中企顾问网发布的《2021-2027年中国企业大学市场深度评估与战略咨询报告》共九章。首先介绍了企业大学相关概念及发展环境，接着分析了中国企业大学规模及消费需求，然后对中国企业大学市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国企业大学面临的机遇及发展前景。您若想对中国企业大学有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国企业大学发展背景综述

1.1企业大学界定及功能

1.1.1企业大学界定

（1）企业大学与传统大学比较

（2）企业大学与传统企业培训部门比较

（3）本报告定义范围说明

1.1.2企业大学功能

1.2企业大学必要性和可行性分析

1.2.1企业大学创建必要性分析

1.2.2企业大学创建可行性分析

（1）企业大学与公司规模之间的关系

（2）企业大学与公司所属行业的关联

（3）企业发展阶段与创建大学的关系

（4）企业大学创建与企业战略的关系

1.3企业大学的投资与回报

1.3.1企业大学的投资

1.3.2企业大学的回报

1.3.3企业大学投资与回报评估

1.4报告研究单位及研究方法

1.4.1报告研究单位介绍

1.4.2报告研究方法概述

(1) 文献综述法

(2) 定量分析法

(3) 定性分析法

(4) 实证分析

第2章：国外企业大学运营及经验借鉴

2.1国外企业大学运营综述

2.1.1国外企业创办企业大学模式概述

(1) 网上课程模式

(2) 商业运作模式

(3) 混合式模式

(4) 知识管理模式

2.1.2国外企业大学成功关键因素

2.1.3国外企业大学运营发展趋势

2.2美国企业大学运营分析

2.2.1美国企业大学发展概况

(1) 美国企业大学运营背景

(2) 美国企业大学发展历程

(3) 美国企业大学发展现状

1) 美国企业大学规模

2) 美国企业大学创建成本

3) 美国企业大学培训费用

4) 美国企业大学在教育市场中的地位和作用

2.2.2美国企业大学运营模式分析

(1) 美国企业大学运营模式原则

(2) 美国企业大学运营模式特点

- 1) 目标群
- 2) 合作和联盟
- 3) 学分累积及课程认证系统
- 4) 与组织目标相结合的学习策略

2.2.3 美国企业大学经验借鉴

2.3 欧洲企业大学运营分析

2.3.1 法国企业大学运营分析

- (1) 法国企业大学发展概况
- (2) 法国企业大学基本特点

2.3.2 英国企业大学运行分析

- (1) 英国企业大学发展概况
- (2) 英国企业大学发展特点
- (3) 英国企业大学经验借鉴

2.3.3 德国企业大学运营分析

- (1) 德国企业大学发展概况
- (2) 德国企业大学发展特点
- (3) 德国企业大学经验借鉴

2.4 全球领先企业大学案例研究

2.4.1 美国领先企业大学案例研究

(1) 美国迪斯尼企业大学

- 1) 迪斯尼及迪斯尼企业大学的历史
- 2) 迪斯尼企业大学的特点
- 3) 迪斯尼企业大学运营模式借鉴

(2) 美国联邦快递企业大学

- 1) 联邦快递及联邦快递企业大学的历史
- 2) 联邦快递企业大学的特点
- 3) 联邦快递企业大学运营模式借鉴

(3) 美国摩托罗拉企业大学

- 1) 摩托罗拉及摩托罗拉企业大学的历史
- 2) 摩托罗拉企业大学的特点
- 3) 摩托罗拉企业大学运营模式借鉴

(4) 美国通用电气企业大学

- 1) 通用电气及通用电气企业大学的历史
- 2) 通用电气企业大学的特点
- 3) 通用电气企业大学运营模式借鉴

(5) UT斯达康企业大学

- 1) UT斯达康及UT斯达康企业大学的历史
- 2) UT斯达康企业大学的特点
- 3) UT斯达康企业大学运营模式借鉴

(6) 甲骨文企业大学

- 1) 甲骨文及甲骨文企业大学的历史
- 2) 甲骨文企业大学的特点
- 3) 甲骨文企业大学运营模式借鉴

(7) 美国麦当劳汉堡大学

- 1) 麦当劳及麦当劳汉堡大学的历史
- 2) 麦当劳汉堡大学的特点
- 3) 麦当劳汉堡大学组织架构
- 4) 麦当劳汉堡大学运营模式调研
- 5) 麦当劳汉堡大学运营模式借鉴

(8) 美国惠普商学院

- 1) 惠普及惠普商学院的历史
- 2) 惠普商学院的特点
- 3) 惠普商学院组织结构图
- 4) 惠普商学院课程开发
- 5) 惠普商学院课程体系
- 6) 惠普商学院讲师管理
- 7) 惠普商学院培训管理
- 8) 惠普商学院战略合作
- 9) 惠普商学院运营模式借鉴

2.4.2 欧洲领先企业大学分析

(1) 德国西门子企业大学

- 1) 西门子及西门子大学的历史
- 2) 西门子企业大学的特点

- 3) 西门子企业大学课程开发
- 4) 西门子企业大学课程体系
- 5) 西门子企业大学讲师管理
- 6) 西门子企业大学培训管理
- 7) 西门子企业大学战略合作
- 8) 西门子企业大学运营模式借鉴

(2) 意大利菲亚特集团伊斯沃尔 (ISVOR) 企业大学

- 1) ISVOR及ISVOR大学的历史
- 2) ISVOR企业大学的特点
- 3) ISVOR企业大学运营模式借鉴

第3章：中国企业大学发展环境分析

3.1企业大学政策环境分析

3.1.1企业大学主要政策

- (1) 国家中长期人才发展规划纲要 (2010-2020年)
- (2) 国家中长期教育改革和发展规划纲要 (2010-2020年)

3.1.2政策环境对企业大学发展影响

3.2企业大学经济环境分析

3.2.1国内GDP增长分析

3.2.2国内财政收入分析

3.3企业大学社会环境分析

3.3.1中国企业特征分析

3.3.2中国企业转型分析

3.3.3中国人才环境分析

第4章：中国企业大学发展现状及趋势分析

4.1中国企业大学发展现状分析

4.1.1中国企业大学发展历程

4.1.2中国企业大学特征

4.1.3中国企业大学规模

- (1) 中国企业数量
- (2) 中国企业大学数量中国企业大学发展数量变化

(3) “世界500强”中国企业数量

(4) “世界500强”中国企业成立企业大学数量

4.1.4 中国企业大学培训体系现状

4.1.5 中国企业大学发展面临的问题

4.2 中国跨国集团设立企业大学的发展研究

4.2.1 跨国集团的中国企业大学发展概况

4.2.2 重要跨国集团中国企业大学发展分析

(1) GE中国培训发展中心

1) GE中国培训发展中心总体架构

2) GE中国培训发展中心市场化分析

3) GE中国培训发展中心培训组织架构

4) GE中国培训发展中心项目管理结构

5) GE中国培训发展中心品牌课程调研

(2) 爱立信中国学院

1) 爱立信中国学院职能架构

2) 爱立信中国学院课程开发

3) 爱立信中国学院课程体系

4) 爱立信中国学院讲师资源

5) 爱立信中国学院培训支持

6) 爱立信中国学院战略合作

(3) IBM中国渠道大学

1) 大学简介

2) 学院设置

(4) 摩托罗拉中国区大学

1) 大学简介

2) 课程体系

4.2.3 企业大学助推跨国公司本土化运作机制分析

(1) 企业大学助推跨国公司本土化运作机理

(2) 企业大学在跨国公司本土化战略中的作用

1) 采购营销本土化

2) 人力资源本土化

3) 研发设计本土化

4) 文化观念本土化

(3) 企业大学推动本土化战略实施的对策

4.3中国CLO首席学习官的职业发展现状分析

4.3.1CLO定义和职务环境分析

4.3.2CLO职责和工作内容分析

(1) CLO的主要职责

(2) CLO的工作内容

4.3.3CLO胜任力和职业发展分析

4.3.4CLO面临的挑战分析

4.3.5CLO发展前景展望

4.4中国企业大学发展趋势分析

第5章：中国企业大学战略定位及建设运营分析

5.1企业大学战略定位分析

5.1.1企业大学战略定位分类

(1) 按服务方向划分

(2) 按服务对象划分

5.1.2企业大学战略定位选取关键因素

5.1.3领先企业大学战略定位变化趋势

(1) 汉堡大学

(2) 惠普商学院

(3) 摩托罗拉企业大学

(4) GE中国培训发展中心

5.2企业大学建设深度研究

5.2.1企业大学软件和硬件的建设

5.2.2企业大学建设工作层次划分

5.2.3企业大学建设资金运营调研

(1) 海尔大学

(2) 惠普商学院

(3) 摩托罗拉大学

(4) 西门子管理学院

(5) GE中国培训发展中心

5.3企业大学运营体系深度调研

5.3.1企业大学核心运营体系

5.3.2企业大学课程体系

- (1) 企业生命周期线VS培训演进线
- (2) 企业大学课程开发渠道优劣势分析
- 1) 客户自主开发优劣势分析
- 2) 职业讲师开发优劣势分析
- 3) 专业企业开发优劣势分析
- (3) 优秀企业大学课程体系调研

5.3.3企业大学师资体系

- (1) 外部讲师优劣势分析
- (2) 内部讲师优劣势分析
- (3) 企业大学师资体系建立

5.4国内外领先企业大学运作模式对比分析

5.4.1摩托罗拉企业大学运作模式分析

- (1) 摩托罗拉企业大学发展历程
- (2) 摩托罗拉企业大学功能调研
- (3) 摩托罗拉企业大学培训投入
- (4) 摩托罗拉企业大学核心价值观
- (5) 摩托罗拉企业大学学院设置
- 1) 摩托罗拉企业大学组织架构
- 2) 摩托罗拉企业大学学院职能
- (6) 摩托罗拉企业大学课程设计
- 1) 摩托罗拉企业大学课程设计精髓——How
- 2) 摩托罗拉企业大学课程设计步骤——ADIE
- 3) 摩托罗拉企业大学课程设计模型——ISD
- 4) 摩托罗拉企业大学课程设计内容——五类
- (7) 摩托罗拉企业大学教学模式
- 1) 课堂教学
- 2) 行动学习
- 3) 电子学习
- 4) 混合式学习

5) 体验式学习

(8) 摩托罗拉企业大学培训评估模式

1) 360°绩效评估

2) 胜任力模型

3) 平衡计分卡

5.4.2 海尔企业大学运作模式分析

(1) 海尔企业大学组织架构

(2) 海尔企业大学功能调研

1) 海尔企业大学内部培训

2) 海尔企业大学内部培训地位

3) 海尔企业大学内部培训重点

4) 海尔企业大学内部培训辅助手段

5) 海尔企业大学内部培训软硬环境

6) 海尔企业大学外部培训领域

7) 海尔企业大学外部培训体系

(3) 海尔企业大学培训流程

(4) 海尔企业大学课程设计

(5) 海尔企业大学培训体系

(6) 海尔企业大学成果分析

5.4.3 摩托罗拉企业大学与海尔企业大学运作模式对比分析

(1) 企业大学办学理念对比

(2) 企业大学资源投入对比

(3) 企业大学院系设置/培训方法对比

(4) 企业大学授课/培训方式对比

(5) 企业大学课程设计对比

(6) 企业大学评估体系对比

(7) 企业大学发展趋势对比

5.5 企业大学建设运营案例研究

5.5.1 XC电力公司企业大学建设研究

(1) XC电力公司员工概况和培训现状分析

1) XC电力公司员工概况

2) XC电力公司现有培训基地分析

- 3) XC电力公司现有培训师资分析
- 4) XC电力公司现有培训教材分析
- 5) XC电力公司现有管理体系分析
- 6) XC电力公司现有培训质量和效果评价体系分析

(2) XC电力公司建设企业大学必要性和可行性分析

- 1) XC电力公司建设企业大学必要性分析
- 2) XC电力公司建设企业大学可行性分析

(3) XC电力公司企业大学运营体系建设

- 1) 企业大学战略定位
- 2) 企业大学组织架构
- 3) 企业大学培训需求管理
- 4) 企业大学教师队伍建设
- 5) 企业大学绩效考核机制

(4) XC电力公司企业大学课程体系设计

- 1) 通用类型课程体系设计
- 2) 技能员工课程体系设计
- 3) 管理员工课程体系设计

5.5.2安徽江淮汽车股份有限公司企业大学建设研究

(1) 企业发展历程

(2) 企业大学运营状况

- 1) 企业大学战略定位
- 2) 企业大学培训费用
- 3) 企业大学组织架构
- 4) 企业大学培训体系

(3) 企业大学成果分析

- 1) 企业成长数据
- 2) 大学培训工程
- 3) 大学所获荣誉

(4) 企业大学变革趋势

5.5.3上海电力企业大学师资队伍建设研究

(1) 上海电力股份有限公司简介

(2) 企业大学培训讲师资源来源

(3) 企业大学师资队伍建设措施

- 1) 选拔与补充新的讲师
- 2) 内部专职讲师的选拔与培养
- 3) 内部讲师的维持和晋级

(4) 企业大学师资建设经验借鉴

5.5.4 腾讯《职业经理的角色认知与定位》培训研究

(1) 腾讯公司企业概述

(2) 《职业经理的角色认知与定位》培训分析阶段

(3) 《职业经理的角色认知与定位》培训设计阶段

1) 培训策略设计

2) 培训资源设计

3) 培训方案设计

(4) 《职业经理的角色认知与定位》培训实施阶段

1) 培训资源管理

2) 培训人员管理

3) 培训过程管理

(5) 《职业经理的角色认知与定位》培训评估阶段

1) 培训学员学习成果评估

2) 培训讲师及培训课程评估

第6章：中国企业大学建设成功关键因素量化分析

6.1 企业大学建设成功关键因素概述

6.2 中国世界五百强企业大学建设调研

6.2.1 中国世界五百强企业调研模型设计

6.2.2 中国世界五百强企业建设培训中心调研

(1) 国家电网公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链

- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(2) 中国石油天然气集团公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(3) 中国南方电网有限责任公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(4) 中国第一汽车集团公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

6.2.3 中国世界五百强企业建设企业大学调研

(1) 中国石油化工集团公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(2) 鸿海精密工业股份有限公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程

- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(3) 中国移动通信集团公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(4) 中国人寿保险(集团)公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(5) 中国中化集团公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

3) 目标学习

4) 学习过程

5) 设计课程

6) 培训价值链

7) 教学方式

8) 领导参与

9) 筹资模式

10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(6) 宝钢集团有限公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

3) 目标学习

4) 学习过程

5) 设计课程

6) 培训价值链

7) 教学方式

8) 领导参与

9) 筹资模式

10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(7) 中国电信集团公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

3) 目标学习

- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(8) 台湾中油股份有限公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(9) 中粮集团有限公司

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式

10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(10) 中国海洋石油总公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

3) 目标学习

4) 学习过程

5) 设计课程

6) 培训价值链

7) 教学方式

8) 领导参与

9) 筹资模式

10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(11) 中国交通建设股份有限公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

3) 目标学习

4) 学习过程

5) 设计课程

6) 培训价值链

7) 教学方式

8) 领导参与

9) 筹资模式

10) 全球视角

11) 评价体系

12) 新兴市场

(12) 中国冶金科工集团有限公司

1) 世界500强企业排名

2) 企业营业收入分析

- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

(13) 联想集团

- 1) 世界500强企业排名
- 2) 企业营业收入分析
- 3) 目标学习
- 4) 学习过程
- 5) 设计课程
- 6) 培训价值链
- 7) 教学方式
- 8) 领导参与
- 9) 筹资模式
- 10) 全球视角
- 11) 评价体系
- 12) 新兴市场

6.3企业大学建设成功关键因素量化分析

6.3.1量化分析模型设计

6.3.2企业大学关键因素因子分析

6.3.3企业大学关键因素线性回归分析

6.3.4企业大学关键因素Logistic回归分析

6.4企业大学建设成功关键因素量化实证分析结论

6.4.1企业大学建立与营业收入有显著关系

6.4.2中国全球500强企业全球排名与企业大学操作变量关系显著

第7章：中国领先企业大学建设运营分析

7.1通信行业领先企业大学建设运营分析

7.1.1中国移动通信管理学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析
- (4) 企业大学最新发展动向

7.1.2中国联通学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析
- (4) 企业大学最新发展动向

7.2IT行业领先企业大学建设运营分析

7.2.1华为大学

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析
- (4) 企业大学最新发展动向

7.2.2金蝶顾问学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析
- (4) 企业大学最新发展动向

7.3金融与房地产行业领先企业大学建设运营分析

7.3.1中国平安金融培训学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.3.2招银大学

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.3.3保险职业学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析
- (4) 企业大学最新发展动向

7.3.4万科物业学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.4制造行业领先企业大学建设运营分析

7.4.1春兰学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.4.2LG商学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.5零售行业领先企业大学建设运营分析

7.5.1国美管理学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.5.2王府井商学院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

7.6能源行业领先企业大学建设运营分析

7.6.1宝钢人才开发院

- (1) 企业大学发展历程
- (2) 企业大学运营现状
- (3) 企业大学成果分析

(4) 企业大学最新发展动向

7.6.2 中化管理学院

(1) 企业大学发展历程

(2) 企业大学运营现状

(3) 企业大学成果分析

7.6.3 国网技术学院

(1) 企业大学发展历程

(2) 企业大学运营现状

(3) 企业大学成果分析

(4) 企业大学最新发展动向

第8章：中小型企业创建企业大学可行性分析

8.1 中小型企业创建企业大学壁垒分析

8.1.1 人力资源壁垒

8.1.2 知识资源壁垒

8.1.3 资金壁垒

8.2 企业大学新模式——校企合作

8.2.1 校企合作资源优势

8.2.2 校企合作十大案例研究

(1) IBM联合多所高校

(2) 新兴铸管集团联合清华大学

(3) 西门子公司联合华东理工大学

(4) 微软亚洲研究院联合北京大学

(5) 中央电视台联合中国传媒大学

(6) 德州仪器公司联合电子科技大学

(7) 长安汽车有限公司联合重庆大学

(8) 宁波海天集团联合宁波职业技术学院

(9) 上海汽车工业集团联合上海交通大学

(10) 上海航空股份有限公司联合上海工程技术大学

8.3 中小企业校企合作平台——虚拟大学

8.3.1 虚拟企业大学界定

8.3.2 虚拟企业大学特征

8.3.3 虚拟企业大学方案设计

- (1) 课程体系
- (2) E-learning 系统
- (3) 传输技术
- (4) 企业大学实践案例

第9章：企业大学知识管理与转移专项研究（）

9.1 知识管理概述

9.1.1 知识管理内涵

9.1.2 企业大学知识管理目标

9.2 企业大学知识管理供需分析

9.2.1 企业大学知识管理需求分析

9.2.2 企业大学知识管理来源分析

9.3 企业大学知识管理体系规划

9.3.1 企业大学知识界定

9.3.2 企业大学知识层次划分

9.3.3 企业大学知识管理体系结构

9.4 企业大学知识转移研究

9.4.1 企业大学知识转移模式

- (1) 内容螺旋
- (2) 经验螺旋
- (3) 内容和经验的螺旋交互

9.4.2 企业大学VS传统企业组织知识转移

- (1) 宏观层面的知识转移
- (2) 微观层面下的知识转移

9.4.3 企业大学知识转移模型构建

图表目录：

图表1：企业大学与传统大学的区别

图表2：企业大学与传统大学的联系

图表3：企业大学与传统企业培训部门的比较

图表4：企业大学的功能

图表5：创建企业大学的必要性分析

图表6：企业发展阶段与创建企业大学的关系

图表7：企业大学的回报分析

图表8：国外企业大学网上课程模式特征分析

图表9：国外企业大学商业运作模式特征分析

图表10：国外企业大学混合式模式特征分析

图表11：国外企业大学混知识管理模式特征分析

图表12：国外企业大学成功关键因素分析

图表13：美国企业大学兴起与迅速发展的背景

图表14：美国企业大学发展历程分析

图表15：全美教育市场（单位：%）

图表16：美国企业大学运营原则

图表17：美国企业利用外部培训机构的情况（单位：%）

图表18：美国企业大学的学习策略

图表19：美国企业大学的背景策略

图表20：美国企业大学经验借鉴

图表21：迪斯尼企业大学的特点分析

图表22：迪斯尼大学特色项目——迪斯尼学院项目（DCP）借鉴分析

图表23：联邦快递企业大学的特点分析

图表24：摩托罗拉大学的特点分析

图表25：通用电气企业大学——克劳顿管理学院的特点分析

图表26：UT斯达康企业大学运营模式借鉴分析

图表27：甲骨文大学的特点分析

图表28：甲骨文大学的运营模式借鉴分析

图表29：麦当劳汉堡大学组织架构

图表30：麦当劳汉堡大学职工成长路径

图表31：惠普商学院组织结构图

图表32：2012-2020年国家人才发展主要指标（单位：万人，人年/万人，%）

图表33：企业经营管理人才素质提升工程主要举措

图表34：《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》关于企业大学的规定

图表35：2016-2019年我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205600.html>