

Índice

INTRODUCCIÓN.....	9
Capítulo 1 Introducción.....	11
1.1. Motivación.....	12
1.2. Objetivos y aportaciones.....	14
1.3. Metodología de investigación.....	15
1.3.1. Diagrama base: el FLBPF de ANTA.....	15
1.3.2. Supuestos de la metodología.....	19
1.3.3. Reglas de la metodología.....	20
1.3.4. Recopilación de datos.....	20
1.3.5. Limitaciones del estudio.....	21
1.4. Organización y estructura.....	22
Capítulo 2 Análisis del entorno.....	23
2.1. La Universidad en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.....	23
2.2. Internacionalización y globalización de la Educación Superior.....	27
2.3. Impulsores de la transformación universitaria.....	30
2.3.1. Evolución de la demanda de enseñanza universitaria.....	31
2.3.2. Desarrollo humano.....	40
2.3.3. Movilidad.....	42
2.3.4. Innovación y tecnología.....	44
2.3.5. Demanda de resultados de la actividad universitaria.....	45
2.3.6. Cambios en el control del sistema educativo.....	46
2.3.7. Evolución de la financiación.....	47
2.3.8. Comercialización de servicios de información y conocimiento.....	49
2.4. Principales manifestaciones del cambio organizativo.....	53
2.4.1. Adopción de parámetros de mercado.....	53
2.4.2. Mejora de la eficiencia productiva.....	55
2.4.3. Reducción de estructuras y descentralización.....	57
2.4.4. Comunicación y transparencia informativa.....	61
2.5. Europeización de la Educación Superior: el EEES.....	62
Capítulo 3 Las TIC en la Universidad.....	67
3.1. Introducción de las TIC en las Universidades españolas.....	68
3.2. Actitud frente la incorporación de las TIC.....	72

3.3.	Servicios TIC en las Universidades	73
3.4.	Obstáculos a la implantación de las TIC.....	75
APLICACIÓN DEL FLBPF DE ANTA		79
Capítulo 4	Definición del alcance estratégico	81
4.1.	Estrategia y planificación de la introducción de las TIC en la Universidad ...	82
4.2.	E-learning y formación en red.....	84
4.3.	Estrategias de utilización del e-learning.....	88
4.4.	Modelos organizativos en Universidades Virtuales	95
4.5.	Incidencia del e-learning en la estructura organizativa de la Universidad.....	97
Capítulo 5	Análisis del sector.....	99
5.1.	Concepto de sector industrial	100
5.2.	Selección de un modelo de análisis sectorial.....	102
5.3.	Análisis estructural	105
5.3.1.	Rivalidad e identificación del competidor.....	106
5.3.2.	Competencia actual	113
5.3.3.	Competencia potencial.....	115
5.3.4.	Negociación con los proveedores	118
5.3.5.	Negociación con los clientes.....	119
5.3.6.	Negociación con el gobierno	120
Capítulo 6	Expectativas del mercado.....	123
6.1.	Análisis de la demanda	123
6.2.	Perfil sociodemográfico del consumidor de formación on-line	129
6.3.	Proceso de decisión del consumidor	135
Capítulo 7	Análisis interno y capacidad proveedora.....	139
7.1.	Estrategias competitivas	139
7.2.	Cadena de valor del e-learning	140
7.3.	Sistema de valor.....	146
7.4.	Ventaja competitiva.....	147
7.4.1.	Creación de ventajas competitivas.....	148
Capítulo 8	Viabilidad económica.....	153
8.1.	Estructura de costes	153
8.1.1.	Planificación y producción de materiales.....	158
8.1.2.	Realización del curso	160
8.1.3.	Gestión e infraestructura	161
8.1.4.	Número de matrículas	162
8.1.5.	Número de ediciones del curso.....	163
8.2.	Activos intangibles asociados al e-learning	164

CONCLUSIONES.....	169
Capítulo 9 Conclusiones.....	171
9.1. Antecedentes.....	171
9.2. Planteamiento inicial.....	173
9.3. Construcción del modelo de negocio.....	173
9.3.1. Concepto de modelo de negocio.....	175
9.3.2. Análisis del negocio.....	175
9.3.3. Diseño del modelo de negocio.....	180
9.4. Líneas de investigación futuras.....	187
ANEXOS.....	189
Lista de publicaciones.....	191
Referencias.....	193