

2021-2027年中国企业大学 建设市场评估与投资战略报告

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年中国企业大学建设市场评估与投资战略报告》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/202104/216747.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

企业大学又称公司大学，是指由企业出资，以企业高级管理人员、一流的商学院教授及专业培训师为师资，通过实战模拟、案例研讨、互动教学等实效性教育手段，以培养企业内部中、高级管理人才和企业供销合作者为目的，满足人们终身学习需要的一种新型教育、培训体系。其实已经有了类似的企业高等学府，如海尔大学。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国企业大学建设市场评估与投资战略报告》共五章。首先介绍了企业大学建设行业市场发展环境、企业大学建设整体运行态势等，接着分析了企业大学建设行业市场运行的现状，然后介绍了企业大学建设市场竞争格局。随后，报告对企业大学建设做了重点企业经营状况分析，最后分析了企业大学建设行业发展趋势与投资预测。您若想对企业大学建设产业有个系统的了解或者想投资企业大学建设行业，本报告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
- (2) 国家中长期教育改革和发展规划纲要

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

(3) “世界0强”中国企业数量

(4) “世界0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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202104/216747.html>