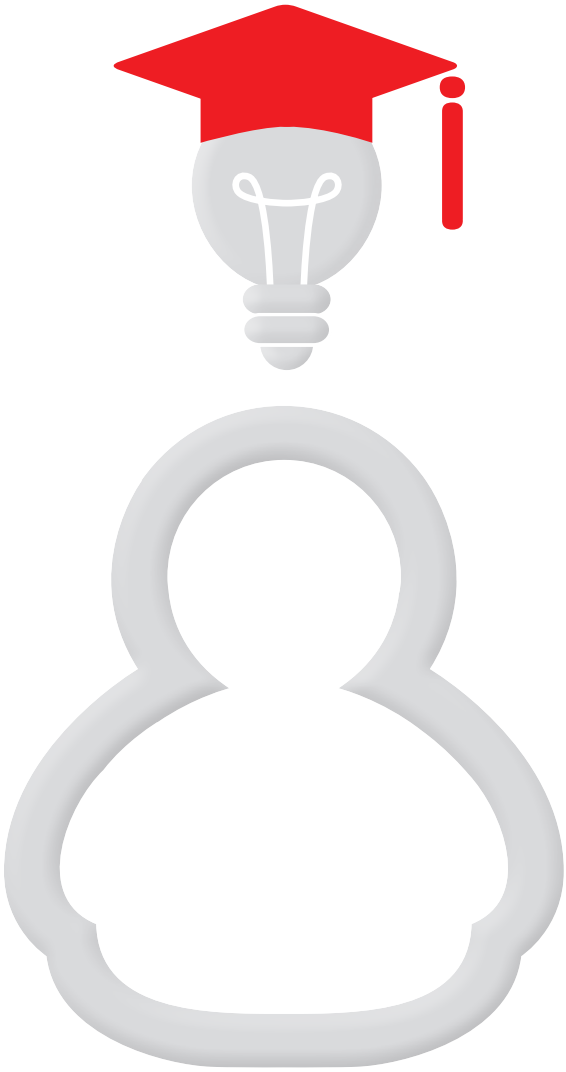
tendencias '09



INNOVACIÓN UNIVERSITARIA
Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD

10 ideas clave para comprender el futuro de las universidades.

Explicadas por: Alfons Cornella & Antonella Broglia

www.infonomia.com/update - update@infonomia.com

universia
red de universidades, red de oportunidades

infonomia

Who is who?

Alfons Cornella

Fundador y presidente de Infonomia

Fundador y presidente de Infonomia, la red de innovadores de referencia en lengua española (más de 22.000 personas registradas y 750.000 páginas vistas al mes). Ha publicado 16 libros sobre ciencia, tecnología e innovación, así como centenares de artículos sobre cómo las tecnologías pueden transformar la empresa. Es consultor de grandes empresas del país (entre ellas todos los grandes bancos). A través de sus conferencias y seminarios sobre innovación transmite personalmente sus ideas y experiencias sobre "cómo innovan los mejores" a unas 10.000 personas anualmente. Sus dos últimos libros son *Futuro Presente: 101 ideas fuerza para entender las próximas décadas,* y *La Alquimia de la Innovación*, en coautoría con Antonio Flores.

Es licenciado en Física, master Of Science en Information Resources Management, y diplomado en Alta Dirección de Empresas.

Más detalles en:
www.infonomia.com/directorio/ficha.php?id=13
o en: www.infonomia.com/infonomia/alfons.php

Antonella Broglia

Consultora de Infonomia

Nacida en Italia. Doctora en Derecho por la Universidad de Módena. Es exvicepresidenta y consejera delegada de Saatchi & Saatchi España. Ha sido directora de Cuenta, de Servicio a Cliente y de Desarrollo de Negocio en la agencia de publicidad Benton & Bowles (que cambió sucesivamente su denominación por DMB&B y luego D'Arcy), donde llegó a ser directora mundial de Servicio a Cliente, desarrollando proyectos en Italia, Francia, España, Reino Unido, Irlanda, Turquía, Grecia, Finlandia, Portugal, Marruecos, Egipto, Brasil y Argentina.

Ha sido consejera delegada de la agencia Ogilvy & Mather en Roma y, de 1999 a 2006, ha sido consejera delegada y vicepresidenta de la agencia Saatchi & Saatchi España, así como miembro del board europeo.

Colabora con varias empresas españolas, estudiando el impacto de las nuevas tecnologías en la vida, en los negocios y en las marcas, y además escribe para varias publicaciones *on* y *offline* y es asesora de diferentes productos editoriales. Es miembro de Infonomia.

Universidades y sistemas nacionales de innovación

Alfons Cornella

La competitividad de los países depende cada vez más de la dinamización de su “sistema de innovación”, en el que participan administración pública, universidades y empresas. No resulta fácil definir una “visión compartida” de los objetivos, así como de las estrategias a seguir, entre los componentes de esta “triple hélice”: cada una tiene sus razones, sus potenciales beneficios, sus argumentos. La tendencia centrífuga de estos, hace que los sistemas de innovación nacional requieran de un fuerte liderazgo, basado en estrategias-país muy claras, que dispongan de métricas comprensibles por todos los implicados. ¿Qué están haciendo países como Dinamarca, Japón, Singapur, Reino Unido o Estados Unidos? ¿Qué rol juegan las universidades en sus “sistemas nacionales de innovación”? Veremos cuáles son los principales problemas y exploraremos algunas experiencias de éxito.

NOTAS:

ENLACES:

Innovación disruptiva en educación

Antonella Broglia

El estudiante tendrá éxito en la universidad, según la teoría de Clayton Christensen, profesor en la *Harvard Business School*, en función de su grado de motivación intrínseca; es decir, si le gusta estudiar lo que estudia y cómo lo estudia. Y no hay un solo joven igual a otro en el sistema de aprendizaje. Porque cada uno tiene un tipo concreto de inteligencia o inteligencias, y ritmos y maneras de asimilar conocimiento. Por este motivo un sistema de enseñanza igual para todos, como es básicamente el de ahora, no puede más que crear frustración y desmotivación en muchos jóvenes. Según el autor, hay que revolucionar la educación, aplicando un sistema de enseñanza diferente para cada persona, en función de cómo es ese joven en particular, con la ayuda de los ordenadores, el *software* y la *web 2.0*, y transformar el papel de los profesores convirtiéndoles en tutores. El proyecto es apasionante, y Christensen explica cómo ir aplicando los cambios en la práctica, basándose no en estudios sobre el sistema educativo, sino en su gran conocimiento de la innovación disruptiva, que ha adquirido analizando durante años muchos negocios diferentes.

NOTAS:

ENLACES:

Relación Universidad-Empresa: casos de éxito

Alfons Cornella

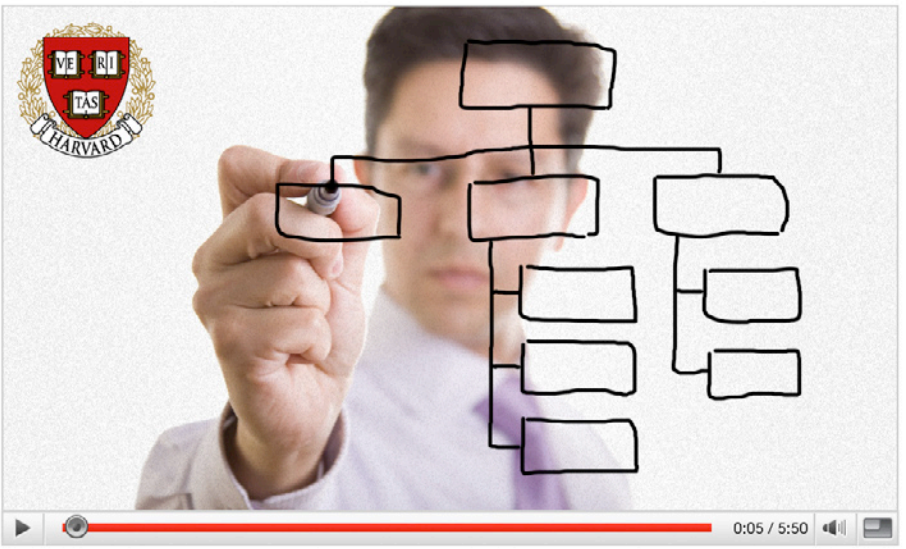
La distancia entre “laboratorio” y “mercado” deberá disminuir progresivamente, para poder generar la riqueza que las sociedades requieren para mantener e incrementar el estándar de vida de la población. Esa aceleración de la conversión de conocimiento (*know-how*) en riqueza (*cash-flow*) sólo es posible a través de una relación fluida entre universidades (“dónde se hace la ciencia”) y las empresas (“dónde se entiende el mercado”). Una relación que no es trivial, y cuya gestión demanda de un conocimiento profundo de las características de ambas partes. El análisis de algunos casos en los que la universidad y la empresa han encontrado modelos de éxito para investigar conjuntamente, o en los que la primera ha sido especialmente eficaz a la hora de generar el talento que la empresa necesita, ayudará a entender cómo se puede avanzar para que esos dos “mundos”, con lenguajes aparentemente lejanos, sean más capaces de entenderse de forma productiva.

NOTAS:

ENLACES:

Gratis

Antonella Broglia



La que solía ser una experiencia unificada (vivir en un campus, aprendiendo, y al final conseguir un título) empieza a estar disponible por partes. Hoy es posible aprender sin ir al campus, sin ni siquiera matricularse en la universidad. Internet se está llenando de contenidos de gran calidad e interés, que permiten a cualquiera "asistir" a las clases de los mejores profesores de las mejores universidades del mundo. El lugar *on line* de mayor interés en este momento es seguramente *Academic Earth*, que ofrece gratuitamente 1.500 clases de los mejores profesores de Yale, del MIT, de Stanford, de UCLA y otras grandes universidades americanas. Goza de una importante comunidad *on line* y ha añadido recientemente un apartado, *Advanced Placement*, que ofrece 10 cursos especiales para estudiantes de instituto que quieran ganar créditos para su ingreso en la universidad. Importante es también la biblioteca de clases universitarias en audio disponible en *iTunes U*. 200.000 clases pueden ser descargadas y escuchadas en el *iPod* por cualquiera, y se ha demostrado que se trata de una herramienta que afecta directamente al buen rendimiento del alumno. Hay cada vez más libros de texto disponibles gratuitamente en la red en formato PDF, existe un canal de *YouTube* dedicado a la educación, nacen buscadores y agregadores especializados en identificar en la red las páginas web de mayor interés para el estudio y la investigación, y plataformas para que los profesores de todo el mundo cuelguen su clase. Mientras el *Open Course Ware*, precursor de todo esto, sigue sin pausa su expansión.

NOTAS:

ENLACES:

Vocaciones en ciencia y tecnología

Alfons Cornella

Se ha propuesto recientemente que la verdadera clave para el progreso de una sociedad reside en su capacidad para generar emprendedores, personas con capacidad de riesgo, visión y pasión, que conviertan los descubrimientos científicos y tecnológicos en productos para el mercado. Así, no importaría tanto "dónde" se ha generado una idea, como "quién" la ha convertido en un producto comercializado con éxito. Es claro, pues, que es vital que una sociedad disponga de personas que sepan convertir ideas en valor, y éste en resultados. Pero también es cierto que esa conversión de ideas (ciencia y tecnología) en resultados, exigirá, cada vez más, una profunda comprensión de las posibilidades de esas ideas. Dicho de otra forma, una sociedad necesita vocaciones científicas y tecnológicas en dos sentidos: para *crear* nuevas ideas en ciencia y tecnología, y para *interpretar* esas ideas en clave de negocio. Precisamos vocaciones en ciencia y tecnología para pagar menos *royalties*, pero también para crear nuevas empresas de base tecnológica, aprovechando así las oportunidades de las nuevas ideas. Todo esto precisará de una mejor observación de las tecnologías emergentes, y de nuevos enfoques en la forma en que enseñamos ciencia y tecnología en los niveles educativos primario y secundario.

NOTAS:

ENLACES:

Universidad y recesión

Antonella Broglia

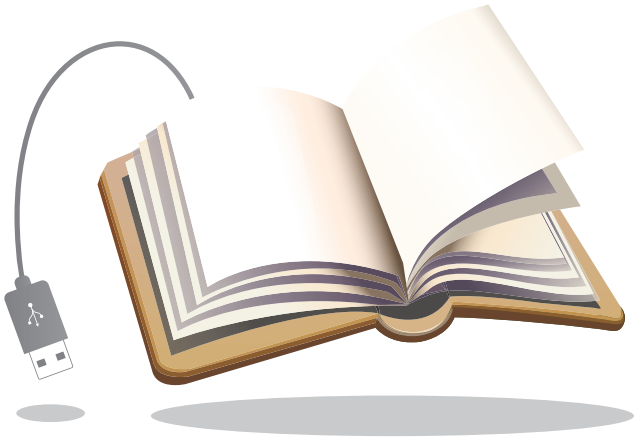
Harvard ha recortado el presupuesto que gasta en desayunos. Princeton ya no deja que sus impresoras se utilicen tanto y los estudiantes de Stanford tendrán que esperar más tiempo antes de que algunos edificios del campus destinados a ellos sean remodelados, según un artículo del *Financial Times.* La crisis económica mundial ha afectado poderosamente a las grandes y pequeñas universidades de todo el mundo, de diferente manera. Y ahora, observamos toda una serie de políticas, la mayoría absolutamente inéditas y adoptadas por la primera vez en la historia de prestigiosas instituciones, para poder volver a una situación de equilibrio financiero: reducciones de las ayudas a estudiantes sin medios, reducción o congelación del salario de los profesores y otro personal, aumento del precio de las matrículas, admisión de un mayor número de estudiantes, reducciones de plantilla, prejubilaciones, suspensión de las inversiones destinadas a mejoras en el campus o a construcciones de nuevos edificios. Examinamos las políticas más impactantes adoptadas por las diferentes universidades públicas y privadas para reducir costes y al mismo tiempo acceder a nuevas fuentes de financiación.

NOTAS:

ENLACES:

Excelencia en la educación a distancia

Alfons Cornella



La educación a distancia crece en calidad y cantidad, en todo el mundo. Se ha superado ya la primera ola del *e-learning*, en la que simplemente se digitalizaban libros y documentos para colgarlos en una web. Empiezan a aparecer hoy mejores conceptos y herramientas para una educación a distancia más personalizada, que ayude a desarrollar las capacidades diferentes de cada alumno. Ya no es una cuestión de *hardware*, de máquinas y redes, sino de modelos de aprendizaje, de trayectorias formativas, de interacción del alumno con el programa educativo concreto que está siguiendo. Estamos, sin embargo, en un momento de transición, a la espera de nuevos *software* que conviertan el acto de aprendizaje en una verdadera experiencia personalizada. Posiblemente, la verdadera revolución en este campo surja cuando superemos el modelo de "producción" (alguien elabora un contenido que otro consume), por el modelo de coproducción colaborativa (muchas personas generan contenidos, muy diversos, en la Red, que pueden ser utilizados por quien quiera, de acuerdo con sus necesidades). Parece que sólo un modelo colaborativo de grandes dimensiones (miles de personas creando contenidos formativos) podrá responder a la necesidad de personalización extrema de la experiencia de aprendizaje. ¿Qué está ocurriendo en el mundo, en este sentido? ¿Cuáles pueden ser considerados "casos de éxito"? ¿Cómo se compara la "eficacia" de los sistemas a distancia con los sistemas más "convencionales"?

NOTAS:

ENLACES:

Status del MBA

Antonella Broglia

El MBA nace a finales de 1800, cuando los directivos de las empresas, en busca de prestigio y legitimación social, se acercaron a las universidades para crear programas de postgrado del estilo de los que existían para médicos o abogados. Rakesh Khurana en su libro *From higher aims to hired hands* narra la historia del MBA de los orígenes hasta nuestros días y denuncia como hoy el MBA trata al directivo como un agente del accionista, exclusivamente dedicado a generar beneficios. Las escuelas de negocios han sido señaladas como las "formadoras" de los profesionales de las finanzas que parecen haber provocado la crisis mundial que hemos vivido en los últimos dos años. Y además esa misma crisis hace que muchos estudiantes ya no puedan permitirse pagar ciertos MBA, y que sólo la mitad de los alumnos reciba una oferta de trabajo tres meses antes de conseguir el título, según *The Economist*. Sin embargo, las matriculaciones son más numerosas que nunca. Más de dos tercios de los programas MBA full time han recibido este año más solicitudes de alumnos que el año pasado, el mejor resultado en cinco años. Una empresa en USA paga a un MBA el doble que a un empleado licenciado. El 98% de las empresas americanas declara que está contento con los MBA contratados. Proliferan las listas y clasificaciones y la oferta se diversifica cada vez más. Pasaremos en reseña los principales MBA del mundo en función de sus características y las excelencias que los distinguen.

NOTAS:

ENLACES:

Enseñanza universitaria en la frontera

Alfons Cornella

Muchas organizaciones no universitarias, como las empresas, están viéndose forzadas por la crisis económica internacional a "reinventarse", repensando, a veces radicalmente, su "modelo de negocio". ¿Qué valor dar? ¿Con qué "nueva" gestión de recursos? ¿Respondiendo a qué oportunidades? ¿Con qué cambios en la "cadena de valor"? En un mundo diferente, donde la hiperproducción, el hiperconsumo y el hiperendeudamiento, no garantizan la continuidad del sistema, hay que repensar profundamente qué valor damos y a cambio de qué. La competencia deviene global, aparecen alternativas a nuestro negocio desde "lugares" insólitos, y lo que ha funcionado durante muchos años deja de hacerlo. ¿Podemos realmente pensar que las universidades son inmunes a esta situación? ¿No hay que empezar a pensar en cambios en el "modelo de negocio" de las universidades? ¿En qué valor crean? ¿A cambio de qué? ¿No pueden aparecer nuevos competidores, como las universidades corporativas, que influyan en las maneras de hacer, en los objetivos, en los instrumentos, de las universidades "convencionales"? ¿Qué nuevas ideas "disruptivas" encontramos en universidades alrededor del mundo?

NOTAS:

ENLACES:

Universidad y redes sociales

Antonella Broglia

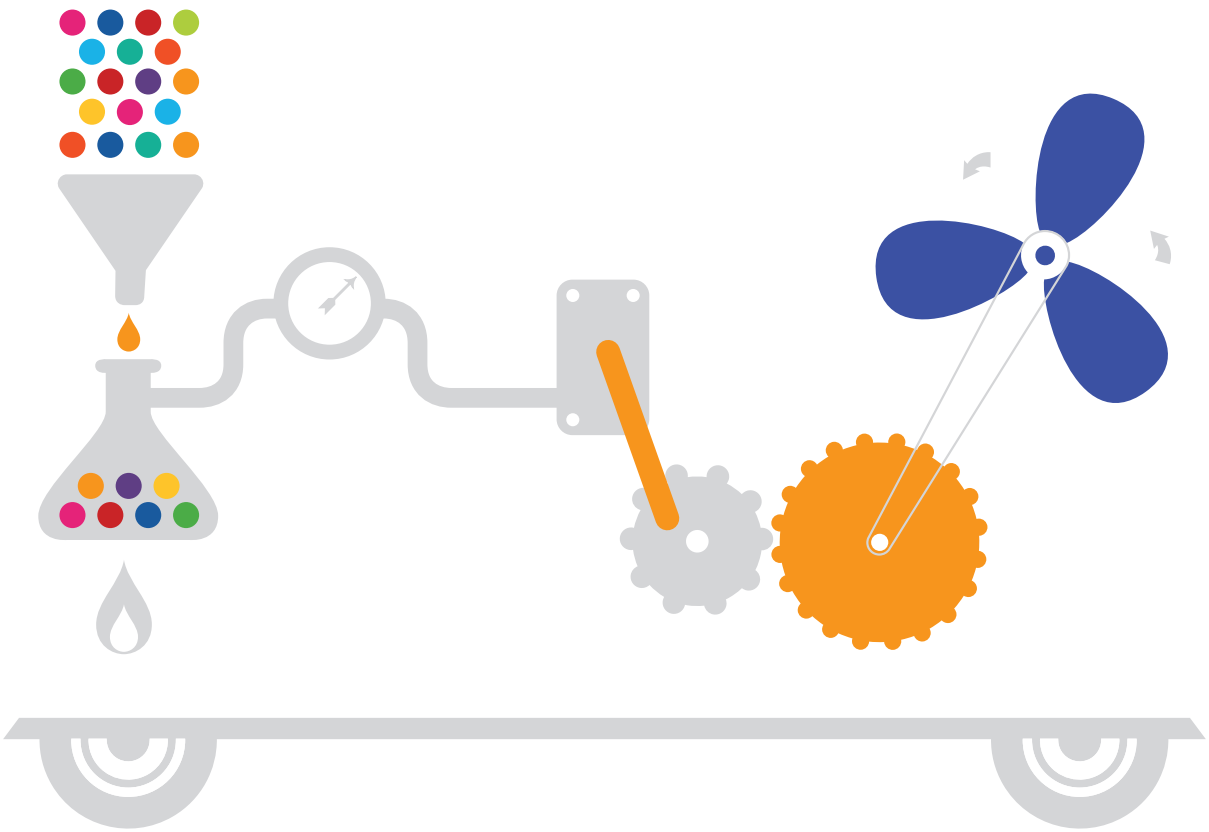
La universidad es la cuna de la red social más grande del mundo, *Facebook*, que nació en un dormitorio de Harvard para ayudar a los estudiantes a estar en contacto. Después se extendió a otras universidades americanas y hoy ya tiene más de 200 millones de miembros. Vamos a pasar en reseña las principales aplicaciones que ayudan a los estudiantes a comunicarse mejor, a trabajar en equipo, a compartir materiales y a crear sus propias redes. Presentamos casos de redes mundiales de profesores y de canales de vídeo de estudiantes que quieren participar en el debate sobre su universidad. Explicaremos la expansión del *blogging* y de *Twitter* en el mundo educativo y todo lo que nos han enseñado las comunidades en 3D y los vídeo juegos a la hora de aprender.

NOTAS:

ENLACES:

NOTAS:

Explorar Dinamizar Transformar



Infonomia es una organización de servicios integrales de innovación, fundada en el año 2000, con clientes públicos y privados en todos los sectores, y basada en una red de 25.000 profesionales inquietos en 100 países.

www.infonomia.com

Ilustraciones: Infonomia & Sxc **Ilustración portada:** Infonomia
Más detalles en: www.infonomia.com/update **o** update@infonomia.com

infonomia

universia
red de universidades, red de oportunidades