

CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

WWW.ADMINISTRABRASIL.COM.BR

CURSOS ONLINE GRATUITOS

SUMÁRIO

Introdução	3
O que são Universidades Corporativas?.....	8
Qual a importância das Universidades Corporativas para as empresas?.....	22
Aspectos Comuns das Universidades Corporativas.....	24
Desenvolvimento de Estratégias para Universidades Corporativas	26
Conclusão.....	35

Introdução



Os profissionais brasileiros, assim com as empresas de todos os portes e segmentos em nosso país, estão passando por mudanças significativas em seus modelos de atuação no mercado e gestão. Isso tem se intensificado nos últimos anos e você, enquanto profissional ou gestor de empresas, deve ter sentido que o grau de exigências, tanto em relação aos contratados quanto aos produtos e serviços desenvolvidos por um negócio, aumentou e as expectativas para desenvolver diferenciação é bem grande.



Além da crise econômica, social e política que o Brasil e o mundo passam nesta década, há uma crise de paradigmas, ou seja, de modelos de gestão e de cultura organizacional, e as empresas se empenham para atender às novas exigências do mercado, assim como os novos comportamentos de clientes, equipes e profissionais. E a resposta está no centro da própria organização.



Desta forma, uma pergunta é frequente entre os gestores e até mesmo entre os profissionais que buscam expandir as suas carreiras: como alcançar os melhores resultados em um mercado tão competitivo e garantir seu diferencial?

Se antes bastava o gestor ir ao mercado recrutar profissionais mais capacitados ou adquirir recursos materiais e imateriais que fizessem a diferença em seus processos produtivos – e aos profissionais cabia a sua própria formação e qualificação - agora é importante criar estes diferenciais no **cotidiano corporativo** e através da forma como os colaboradores se relacionam e trabalham.



É preciso investir em **capacitação contínua**, em aprendizagem colaborativa e em treinamentos focados em resultados.

Mas como garantir que toda a empresa esteja alinhada com propósitos tão ousados como gerar novos conhecimentos ao invés de adquirir diferenciais e simplesmente agregar em produtos e serviços? A resposta está nas Universidades Corporativas, como você verá neste curso.

É importante ressaltar que os especialistas afirmam que estamos partindo para um tempo de maior competição, em que os diferenciais são gerados dentro da empresa, com investimentos diversos para um ambiente saudável para o colaborador, uma **cultura organizacional** que valorize a diversidade e a livre iniciativa, em um modelo de gestão de alta performance mais humanizado, que prioriza o **desenvolvimento humano** e de novos conhecimentos e a **inovação** na sua rotina e em todos os seus processos.

Neste curso, você poderá aprender mais sobre as perspectivas para o mercado para os próximos anos, descobrir quais as vantagens e a importâncias das empresas investirem em educação contínua para a geração de novos diferenciais, aprender como as Universidades Corporativas podem definir a permanência (ou não) da empresa em um mercado cada vez mais competitivo, o que a cultura organizacional e os modelos administrativos têm a ver com isso e como, de fato, implantar uma Universidade Corporativa em qualquer empresa.

O que são Universidades Corporativas?



Qual gestor não deseja padronizar o seu padrão de excelência entre seus colaboradores, investidores, parceiros e outros players do negócio? Que gestão não deseja ter uma equipe bem preparada, com colaboradores de alta performance, que ensinam e aprendem mutuamente, que contribuem com ideias inovadoras? Tudo isso tem sentido quando há investimentos aplicados em **desenvolvimento humano** e quando há uma cultura organizacional aberta ao **desenvolvimento de novos conhecimentos**.

É preciso compreender **uma empresa é uma abstração**. Isso mesmo: sem pessoas, as empresas não são muito além de uma estrutura física. São as pessoas que fazem ser o que uma empresa é e cada vez mais os modelos de gestão e de Recursos Humanos têm apoiado o desenvolvimento de talentos como um importante diferencial para que o negócio seja competitivo e se mantenha no mercado.

Não é novidade dizer que o país e o mundo passam por uma crise de paradigmas em Educação, principalmente àquela que se refere aos aspectos técnicos e profissionais, que nem sempre é o suficiente para que as pessoas possam desenvolver todos os seus potenciais.

Desta forma, o gestor – assim como os profissionais de RH, coordenadores e outros elementos envolvidos no processo de desenvolvimento humano, direta ou indiretamente - deve criar estratégias para articular competências individuais e organizacionais para conferir diferenciais estratégicos para a empresa e alcançar o desenvolvimento integral do ser humano.

ACELERAÇÃO TECNOLÓGICA E MUDANÇA DE COMPORTAMENTO

A formação profissional acadêmica é importante, mas nem sempre ter um diploma de formação superior basta para que o profissional dê o seu melhor na função que exerce. Para qualquer profissão, mesmo os formados em grandes universidades internacionais, a **educação contínua** e o aprimoramento de habilidades e competências é essencial.

O mundo avança rapidamente, cada vez mais globalizado, principalmente nas últimas décadas, que pudemos perceber um avanço tecnológico sem precedentes. Isso mudou irremediavelmente o comportamento das pessoas e o processo produtivo das empresas, e também trouxe novas preocupações e exigências para as corporações.

Vamos a um exemplo? Há 20 anos, a internet não era tão popular e nem tão diversificada que hoje. Atualmente, é possível fazer quase tudo pela internet: pagar contas, comprar produtos e adquirir serviços, agendar horários em eventos ou consultas médicas, fazer as compras do mês sem sair de casa, estudar e muito mais. Este curso é um exemplo das condições extraordinárias que a internet, as novas tecnologias e os meios de comunicação trouxeram para a vida das pessoas.

Pode-se acessar qualquer coisa de um celular ou tablete, o que não acontecia há alguns anos. Para se ter uma ideia, 1/3 de sua vida útil os brasileiros passam conectados digitalmente, se relacionando e fazendo uma série de coisas pela internet e pelas plataformas de redes sociais.

Imagine como as empresas se desenvolveram neste meio tempo: os processos produtivos estão cada vez mais integrados e assertivos, e cada vez mais acessíveis ao consumidor. Novos segmentos produtivos surgiram nestas últimas décadas e também novas profissões. O mercado se tornou cada vez mais acirrado, com um sem-número de novos negócios e oportunidades infinitas.

NOVOS MODELOS DE GESTÃO E CULTURA ORGANIZACIONAL

Uma nova forma de pensar a gestão de empresas também despontou neste meio tempo: ter à disposição novas estruturas tecnológicas é importante para as empresas, sem dúvida. Mas mentalidade do gestor também precisa mudar para que o negócio se mantenha produtivo e competitivo.

Não vamos neste curso entrar no mérito das fases do capitalismo, da industrialização e das relações de trabalho entre empresas, mas é importante ressaltar que algo mudou drasticamente entre os modelos de gestão.

O modelo de gestão é o que diferencia hoje as empresas no mercado. Não há mais espaço para aquelas empresas que não envolvem os seus colaboradores em um propósito comum, em que o funcionário faz apenas uma função, em uma rotina enfadonha e limitante, sem muitas perspectivas de crescimento, e sob o olhar austero de um chefe, que nem sempre está preparado para lidar com a diversidade e as potencialidades do ser humano.

Em resumo, o que temos hoje é:

- Empresas que se apoiam na gestão de alta performance.
- Empresas que investe em treinamentos e formação contínua de seus talentos humanos para se tornarem diferenciadas.
- Foco no desenvolvimento de novos conhecimentos no cerne da organização.
- Gestão do conhecimento como algo essencial.

- Consolidação da Economia do Conhecimento – que veremos a seguir.
- Gestão baseada na Economia da Experiência – que veremos mais adiante.
- Organizações menos hierárquicas, mais enxutas e flexíveis.
- Lideranças que ajudam a expandir a cultura organizacional e a estabelecer a visão do negócio.
- Gerenciamento de pessoas mais humanizado, com participação e feedback constantes.
- O colaborador como um parceiro estratégico.
- Gestão por competências.
- Foco no desenvolvimento humano como requisito para o desenvolvimento de novos diferenciais de mercado.
- Foco na inovação.
- Educação corporativa contínua.
- Learning organizations – “organizações que aprendem” – o processo de ensino-aprendizagem é colaborativo e incentivado na rotina da empresa, apoiado pela estrutura de Universidade Corporativa.
- Desenvolvimento lateral do negócio.

ECONOMIA DO CONHECIMENTO E SOCIEDADE DO CONHECIMENTO

Tudo isso são indícios do que chamamos de **Sociedade do Conhecimento** com reflexos nas empresas. É preciso compreender este conceito para entender a relevância das Universidades Corporativas.

Já compreendemos nesta lição que **o conhecimento é o que faz as empresas se diferenciarem no mercado e se tornarem mais competitivas**. Há algumas décadas, era diferente: apenas o capital, a terra e o trabalho eram fatores de produção. Contudo, como apontado pelas pesquisas da OCDE – Organization for Economic Co-operation and Development, atualmente mais de 60% da riqueza do mundo provém do conhecimento – e isso se intensificou com a evolução tecnológica que vivenciamos nos últimos anos. É o que caracteriza a chamada **Economia do Conhecimento** e a **Sociedade do Conhecimento**.

Assim, entendemos que o **conhecimento** é o novo fator de produção.

Para citar algumas características da Sociedade do Conhecimento em que estão inseridas as empresas de hoje, podemos apontar:

- Há uma exigência quanto ao nível de escolaridade - muito mais elevado do que das outras sociedades (o que é uma oportunidade para o Brasil).
- Empresas que produzem bens com inteligência incorporada – e para isso devem investir em educação corporativa e gestão do conhecimento.
- As organizações (governamentais, privadas e da sociedade civil) são transformadas em organizações inteligentes.
- Conhecimento organizado na forma de expertise digitalizada, estocada em bancos de dados, sistemas especialistas, planos organizacionais e outras mídias.
- Múltiplos centros de expertise e um poli centro de produção de conhecimento – é base para a Universidade Corporativa.
- Diferença entre uma cultura epistêmica de produção de conhecimento e uma cultura de utilização do conhecimento.

Em suma, como uma empresa pode se transformar para ser diferenciada na chamada Sociedade do Conhecimento?

- **Educação** - Educação continuada para atividades de trabalho intensivas em conhecimento. A educação corporativa pode ser apoiada pela Universidade Corporativa. As relações devem ser colaborativas, onde todos têm espaço para aprender e ensinar.
- **Rede** - Rede eletrônica e recursos tecnológicos que aproximem pessoas e ideias, que transmitam rapidamente novas informações e integrem diferentes processos.
- **Cooperação** - O aprendizado deve ser compartilhado entre uma organização, seus colaboradores e seus clientes.

LEARNING ORGANIZATIONS

É importante ressaltar que o conceito de Universidade Corporativa está atrelado aos conceitos de gestão de alta performance, gestão por aprendizado, organizações que aprendem (learning organizations). É fato que estes termos nem sempre são adotados ou conhecidos pelas empresas brasileiras, mas o cenário tende a mudar com rapidez.

Learning organizations são empresas em que a base da sua metodologia de gestão é justamente o aprendizado. O termo foi cunhado pelo autor Peter Senge, em Quinta Disciplina e refere-se a um modelo de “gestão por aprendizado” muito eficaz e que justifica o conceito de Universidade Corporativa.

Empresas são organismos vivos e dinâmicos, compostas por pessoas que têm a capacidade de evoluir e se desenvolver, ensinar e aprender, criar novos conhecimentos e diferenciais no mercado.

AFINAL, O QUE É UMA UNIVERSIDADE CORPORATIVA?

Já vimos que o diferencial que faz uma empresa competitiva e atraente no mercado são os conhecimentos que consegue desenvolver em seu cerne. Vimos ainda que os colaboradores devem estar em um ambiente saudável e de grande estímulo, com apoio de treinamentos, eventos, atividades colaborativas e outras ações que apoiem o seu processo de ensino-aprendizagem, ou seja, que a empresa tenha entre os seus valores e na essência da sua cultura organizacional a educação corporativa de qualidade e de gestão de conhecimento.

Vimos ainda que quando a educação, a rede de recursos e a colaboração são focos do modelo de gestão adotado pela empresa, ela cria vantagens competitivas sustentáveis e de difícil imitação, pois está enraizada nas pessoas que trabalham na empresa, e não na sua estrutura física.

Para alinhar todas estas demandas e perspectivas, um conceito muito comum e fácil de implantar na empresa é a Universidade Corporativa – uma academia que envolve colaboradores, gestores, lideranças, fornecedores, investidores e até clientes, que ajuda a expandir a compreensão de produtos e serviços, a padronização da produção, o nivelamento técnico estratégico, a dar um novo direcionamento às proposta do negócio e à cultura organizacional, integrando também ideias, informações, conhecimentos e práticas de ensino-aprendizagem mútuos.

Uma Universidade Corporativa é uma **ferramenta de gestão**, capaz de alinhar e centralizar diferentes ações relacionadas ao aprendizado e transmissão de novos conhecimentos. Em geral, envolve os gestores da empresa, profissionais de RH especializados em treinamento, equipe técnica (que centraliza a Universidade Corporativa em um sistema) e os usuários – colaboradores, fornecedores, parceiros (como representantes, canais e franqueados de uma empresa, por exemplo) e clientes.



A Universidade Corporativa é um meio para as políticas de educação corporativa adotada pela empresa.

Não há restrições de segmento ou dimensão para uma empresa adotar uma Universidade Colaborativa. De startups às grandes multinacionais, é essencial para disseminar informações sobre o negócio e gerar novos conhecimentos. Logo, a Universidade Corporativa tem muitas funções:

- Centraliza os treinamentos, informações pessoais sobre o desenvolvimento do colaborador nas suas capacitações – como notas, históricos, relação de competências e habilidades adquiridas, etc.

- Serve como um canal criativo de produção de conteúdo e de novos conhecimentos por parte dos colaboradores, gerando diálogos sobre diversos temas.
- É suporte para o plano de carreira e outras estratégias adotadas pela empresa.
- Centraliza eventos internos e seus resultados.
- Facilita a mensuração de resultados das ações da empresa quanto à educação corporativa e gestão do conhecimento.
- Ajuda a desenvolver não apenas capacidades técnicas dos colaboradores, mais aspectos do desenvolvimento humano, como a motivação, por exemplo.
- É uma forma da empresa padronizar os conhecimentos e posturas necessárias aos seus colaboradores. Afinal, deve a Universidade Colaborativa tem como ponto de partida os interesses, objetivos, valores e estratégias das empresas.

- Na maioria dos casos, a Universidade Corporativa não é uma universidade no conceito mais amplo, mas um setor estratégico da empresa, com recursos tanto físicos quanto digitais.
- Contribui para as ações de marketing interno das empresas.
- Dar apoio para que usuários dentro de empresas de clientes tenham formação sobre os produtos e serviços desenvolvidos pelas empresas – o que é muito comum na área de TI.
- Deve ser pautada na andragogia corporativa, a “pedagogia” para adultos, ou ainda Pedagogia Corporativa.
- O objetivo principal da Universidade Corporativa é oferecer cursos, webinários e outros eventos específicos para funcionários de uma empresa ou para o seu público externo. Deve possuir, desta forma, um alto nível de personalização para refletir as políticas, estratégias e objetivos empresariais.

Qual a importância das Universidades Corporativas para as empresas?



Já falamos que cada vez mais as empresas, e até mesmo os profissionais, encontram um mercado mais acirrado e competitivo. O diferencial das empresas está na expansão do seu capital humano e intelectual, valorizando a diversidade. É assim que conseguirá desenvolver novos conhecimentos exclusivos.

Em um cenário econômico onde a concorrência se mostra cada vez mais competitiva, faz-se necessário adquirir vantagens competitivas em relação a outros players no mercado. Uma das maneiras mais eficientes para isso é trabalhar o comprometimento da empresa com o desenvolvimento dos seus funcionários.

Se a intenção final da Universidade Corporativa é gerar novos conhecimentos para a empresa como diferenciais, é importante dizer que a construção do conhecimento ocorre “quando se reconhece o relacionamento sinérgico entre o conhecimento tácito e o conhecimento explícito dentro de uma organização” (CHOO, 2006) e se estes conhecimentos fazem parte do capital corporativo desta empresa, a Universidade Corporativa surge para suprir a necessidade de aprendizado contínuo, especializado, de qualidade, que nem sempre são oferecidos em outros contextos.

As Universidades Corporativas têm a importância de conectar a empresa com seus colaboradores (funcionários, fornecedores, comunidade, etc.), possibilitando a troca de informações e o diálogo, que venham a gerar novos diferenciais e fazer evoluir a própria empresa.

Outra vantagem da Universidade Corporativa é a de contribuir para a formação e retenção de profissionais, valorizando-os e capacitando-os para que haja o desejo de permanecer na corporação e de evoluir a carreira.

Aspectos Comuns das Universidades Corporativas

Vejam os alguns aspectos essenciais em Universidades Corporativas, que podem ser pontos de partida para o desenvolvimento do escopo de seu projeto:

- **Diagnóstico organizacional:** Realizar pesquisas e implementar ações quanto ao diagnóstico organizacional e de negócios para que todos os seus envolvidos tenham mais condições de tomada de decisão.
- **Alinhamento estratégico:** Propor eventos educativos e rotinas que promovam o alinhamento estratégico entre a empresa e nossos argonautas a partir de treinamentos, capacitações, webinários, palestras, criação de conteúdo, etc.

- **Desenvolvimento pessoal e funcional:** Criar estratégias para desenvolver pessoas e dos negócios da empresa constantemente.
- **Desenvolvimento de currículo:** Atuação nos processos e práticas que envolvem a escolha de conteúdos de toda a demanda da Universidade Corporativa, bem como a criação de estratégias para a inovação de suas ofertas e manutenção do conteúdo.
- **Desenvolvimento, implementação e avaliação de programas:** Desenvolver estratégias para que o negócio possa expandir com excelência e sustentabilidade. Divulgação dos recursos educacionais e soluções da Universidade Corporativa, bem como a manutenção de sistemas, mídias, acessos, interfaces, mensuração de resultados e avaliação do investimento, apoio educacional e suporte tecnológico.
- **Organização do conteúdo e gestão do patrimônio cultural:** Organizar as informações estratégicas da empresa e fazer a gestão do conhecimento e do patrimônio cultural da marca.

Desenvolvimento de Estratégias para Universidades Corporativas



Há muitos modelos de Universidades Corporativas, podendo ser aplicadas em empresas públicas ou privadas. Não há regras para a implementação e desenvolvimento de Universidades Corporativas, mas os objetivos do negócio são sempre um bom ponto de partida. Na lição anterior, descrevemos alguns aspectos essenciais e funções que devem ser atendidas no desenvolvimento de uma Universidade Corporativa. A seguir, você confere uma trilha para o planejamento e escopo do projeto:

PLANEJAMENTO E ESCOPO DO PROJETO

A Universidade Corporativa é um conceito que centraliza e dinamiza diversas funções da educação corporativa. O desenvolvimento das estratégias citadas nas lições anteriores para a implementação de uma Universidade Corporativa na empresa deve partir do **planejamento assertivo**.

Este planejamento deve estar alinhado com o planejamento estratégico e objetivos da empresa. E a Universidade Corporativa vincula o desenvolvimento do colaborador às metas da organização. Veja abaixo alguns requisitos que devem constar no planejamento da Universidade Corporativa em contraposição com o ensino tradicional:



Fonte: (EBOLI, 2004).

Além de gestores, pessoal de RH, lideranças (que identificam as necessidades de treinamentos e promovem junto às equipes a cultura organizacional da empresa), os designers instrucionais (ou educacionais) são os profissionais especializados no projeto de Universidade Corporativa.



No planejamento devem estar em pauta os seguintes aspectos:

- Qual o objetivo da Universidade Corporativa?
- Que tipo de aprendizado deve ser oferecido? Quais as referências teóricas? Qual será a ênfase do projeto?
- Qual o escopo do projeto?

- De quem são as diferentes responsabilidades?
- Quem serão os aprendizes (público)? Pode-se dividir em diferentes setores, funções ou características do público-alvo, com ações para todos os públicos e outras mais especializadas.
- Qual o espaço disponível – físico e virtual?
- Quais são os recursos tecnológicos necessários?
- Como será produzido o conteúdo disponibilizado nos treinamentos e ações de desenvolvimento? Quem serão os responsáveis?
- Qual o orçamento disponível?
- Como integrar todas as ofertas da Universidade Corporativa? Haverá um sistema?
- Quem serão os profissionais envolvidos no desenvolvimento e implementação da Universidade Corporativa?

- Quais os diferenciais e vantagens competitivas almejadas com este projeto?
- O aprendizado está atrelado às demandas empresariais?
- O escopo do projeto e o currículo de cursos e eventos agregam os 3Cs da Educação Corporativa? (3 Cs da Educação Corporativa: Cidadania Corporativa, Contexto e Competências básicas)
- Quais técnicas de aprendizagem serão utilizadas?
- Como se dará o acesso dos aprendizes da Universidade Corporativa?
- Quais serão as atividades previstas dos aprendizes na Universidade Corporativa?
- Como serão avaliados os aprendizes e mesmo os cursos e eventos ofertados?
- A Universidade Corporativa está integrada com todos os setores da empresa?

- Quais os requisitos para a mensuração dos resultados?
- Qual o cronograma de desenvolvimento e implementação da Universidade Corporativa?

TRILHAS DA APRENDIZAGEM

As trilhas de aprendizagem podem ser desmembradas como trilhas de conhecimento, trilhas de desenvolvimento ou, ainda, jornadas de aprendizagem são essenciais na análise da situação, indicando ainda quais as soluções estruturadas mais coerentes, diversificadas e alinhadas com os propósitos da Universidade Corporativa em cada etapa de desenvolvimento do aprendiz (usuário).

É uma abordagem muito eficiente na construção das especificações e cursos da Universidade Corporativa em todas as etapas do processo – seja no planejamento de cada ação ou mesmo na manutenção dos treinamentos.

FORMATOS E RECURSOS

É importante dizer que as Universidades Corporativas são um processo e não recursos físicos. Trata-se de um conceito muito mais abrangente do que as suas condições físicas ou digitais. E isso deve estar bem definido no planejamento do projeto da Universidade Corporativa.

Atualmente, com a grande variedade de produtos tecnológicos, é muito comum as empresas adotarem sistemas digitais ou on-line para centralizar cursos, treinamentos, eventos, como os webinários, além de ações de integração de aprendizes, como fóruns, grupos de discussão, bibliotecas com conteúdo de diferentes mídias (vídeos, e-books, podcasts, links, etc.).

Os recursos digitais podem aproximar, por exemplo, colaboradores de diferentes filiais da empresa em um mesmo propósito. A EAD – Educação a Distância tem se desenvolvido muitíssimo nas últimas décadas e ganhou um grande apoio justamente nas empresas e em suas demandas. Há uma grande variedade de recursos digitais que conseguem atender às necessidades da educação corporativa.

Em exemplo são as plataformas prontas e personalizáveis online, com workflow, ideais para empresas de todos os tamanhos, que podem ser oferecidas por serviços de licenças, por exemplo. A empresa pode ainda optar por sistemas internos ou criar a partir de plataformas com código aberto, como o [Moodle](#) – muito utilizado por universidades e empresas brasileiras.

Mas é possível que este setor tenha uma presença física na empresa, tanto para o desenvolvimento de conteúdo e de estratégias quanto na disponibilização de recursos e espaço para eventos e treinamentos presenciais.

Acima estão citadas algumas possibilidades de recursos utilizados em Universidade Corporativa, que podem variar conforme as necessidades da empresa.

EXEMPLOS DE UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

Vejamos alguns exemplos de Universidades Corporativas como referência:

SulAmerica - <<https://universas.com.br/>>.

UniBrad (Bradesco – eleita uma das melhores do mundo) –
<<https://banco.bradesco/html/classic/sobre/cursos-online.shtm>>.

IBM - <<https://www.ibm.com/br/university/>>.

Sebrae - <<http://uc.sebrae.com.br/>>.

McDonalds - <<http://www.mcdonaldsuniversity.com.br/>>.

Conclusão

Você pôde conferir um pouco sobre o panorama de mercado para as empresas e profissionais brasileiros, ávidos por se diferenciarem da maioria. O caminho é um só: o conhecimento como diferencial de mercado. Há, contudo, um longo processo de adaptação das empresas que ainda a gestão humanizada, baseada na alta performance e no aprendizado.

Vivemos em um mundo em que o conhecimento chegou ao status de fator produtivo e não se pode negar que as empresas possuem a obrigação de desenvolver pessoas, além de ter seus próprios interesses. Uma empresa se faz de pessoas e da geração de novos conhecimentos.

Para isso, a gestão do conhecimento, do aprendizado e do capital intelectual deve ser organizado e alinhado com os valores e objetivos do negócio. A Universidade Corporativa é uma ferramenta de gestão que atende às demandas educacionais da empresa, cujo investimento é muito pequeno em relação às possibilidades de crescimento da corporação.

A cada dia, novos recursos e soluções para a sua implementação surgem no mercado, colocando as empresas que adotam a Universidade Corporativa em uma condição privilegiada. O planejamento do projeto é o ponto de partida. Há uma grande demanda de profissionais de diferentes áreas para o trabalho no desenvolvimento de universidades corporativas e esta pode ser também a sua oportunidade de ter uma carreira promissora.

Esperamos que tenha gostado do curso.

Sucesso!