

Índice

Prólogo	15
Introducción	23
Capítulo 1. La reputación corporativa	31
1.1 Contexto y auge del término	32
1.2 Buscando la claridad conceptual	43
1.3 ¿Cómo se forma la reputación?	51
1.4 Los efectos de la reputación	62
Capítulo 2. La Universidad	67
2.1 La institución del saber superior	68
2.2 Una comunidad de propósito plural	85
2.3 En un entorno global y en movimiento	91
Capítulo 3. La reputación de las universidades	103
3.1 Los orígenes del debate	104
3.2 Definición	110
3.3 Marco conceptual	121
3.4 Consecuencias para las universidades	128

Capítulo 4. Implicaciones para el gobierno universitario	133
4.1 Una brújula para gobernar las universidades	134
4.2 La reputación en la toma de decisiones	142
4.3 La comunicación como guardián de la reputación	144
4.4 Los rankings universitarios, ¿pueden medir la reputación?	148
Capítulo 5. La profesionalización y sus desafíos: una propuesta	153
5.1 Planificación y procesos	154
5.2 Capacidades y funciones	156
5.3 Actividades, indicadores y resultados	166
5.4 Sistemas de evaluación y cuadros de mando	178
5.5 Limitaciones y desafíos profesionales	185
Conclusión	187
Epílogo	197
Agradecimientos	199
Referencias	203