

Cultura corporativa y organización de la Universidad

Juan Diego¹, Laura R¹, and Zeltia¹

¹Affiliation not available

February 1, 2019

Abstract

Este artículo analiza algunas características de los departamentos universitarios en tanto que organizaciones básicas de la Universidad, apoyándose en los resultados de una investigación sobre los procesos de construcción de la identidad profesional y desempeño del rol social por parte de profesores y alumnos, realizada en la Universidad de Sevilla.

Palabras clave

Universidad; organización; cultura corporativa; análisis de contenido; AQUAD 5; identidad profesional

Introducción

La investigación y la teoría sobre las organizaciones educativas han estado ensayando, en las últimas décadas, nuevos conceptos y visiones que, por un lado, muestran la especificidad de éstas dentro del marco general de las organizaciones sociales y, por otro, ayudan a configurar un marco adecuado para la acción organizativa en cualquiera de sus modalidades: la acción directiva, la innovación, la evaluación, la planificación, la coordinación, etc. ([Bates 1987](#))

Figure 1: Estructura organizativa típica de la Universidad

References

Bates, R. J. (1987). Corporate Culture Schooling, and Educational Administration. *Educational Administration Quarterly*, 23(4), 79–115. doi:10.1177/0013161x87023004007