

Medio	Diario Financiero
Fecha	13-03-2012
Mención	Nuevas tendencias en postgrados. Habla Cristián Ramírez director de Admisión de la Facultad de Economía y Negocios de Universidad Alberto Hurtado.

LAS UNIVERSIDADES HAN IDO ADAPTANDO SUS PROGRAMAS A LOS NUEVOS REQUERIMIENTOS DE LOS ESTUDIANTES

Formación integral, más global y en menos tiempo: las nuevas tendencias en postgrado

Contenidos como el emprendimiento, la sustentabilidad y la responsabilidad social, y el énfasis en áreas funcionales de la empresa como el marketing y la digitalización forman parte de las demandas de los alumnos.

La metodología de los postgrados ha ido variando y hoy se están utilizando procesos que permiten a los estudiantes "aprender haciendo".

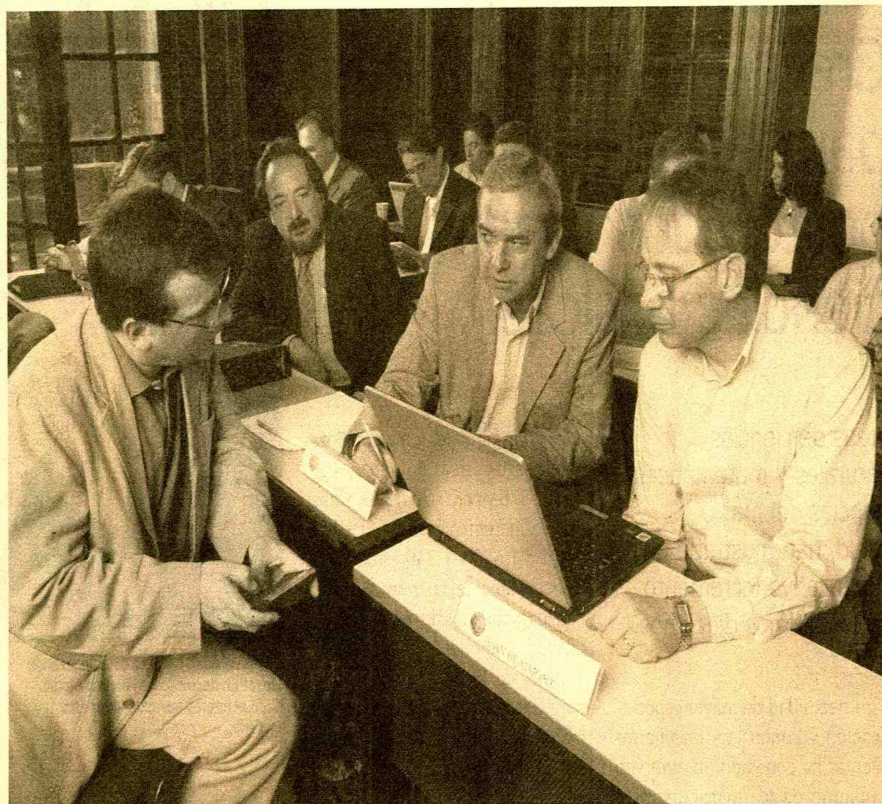


FOTO: MBA U. ALBERTO HURTADO

Promover una formación integral que contemple junto a los conocimientos técnicos habilidades blandas y contenidos de ética, desarrollo personal y organizacional, y que éstos sean entregados en el menor tiempo posible, forman parte de las demandas que muchos estudiantes de postgrado han ido incorporando con el paso del tiempo. Las universidades no han estado ajenas a ellas y han ido adaptando paulatinamente sus programas a las nuevas necesidades del mercado, acortando la duración de sus postgrados de dos años a un año y medio, y ofreciendo diversas especialidades dependiendo de los intereses de cada alumno.

Cristián Cortés, vicedecano de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad del Desarrollo, explica que en general, "los postgrados han ido reduciendo su duración y aumentando su intensidad, ya que los ejecutivos prefieren programas en los que tengan que dedicar más

horas de estudio personal, pero que demoren menos de 1,5 años. Es así como la mayoría de los de magister se han ido a formatos de unos pocos días al mes de clases y es raro encontrar programas que superen los 18 meses de extensión".

Respecto de la adaptación de los contenidos, Claudia Halabí, directora de la Escuela de Postgrado de la Facultad de Economía de la Universidad Diego Portales, sostiene que la tendencia actual "es ofrecer formación tanto en dirección de empresas, como en emprendimiento en un marco de globalización, enfatizando los temas de sustentabilidad y responsabilidad social, gobiernos corporativos, innovación y el área digital". Agrega que también existen áreas funcionales en la empresa cada vez más demandadas, como el marketing directo y digital, yeme-

todologías de gerencia de calidad de clase mundial, como el Lean Six Sigma, donde las compañías adquieren herramientas que mejoran la capacidad de los procesos del negocio.

Cristián Ramírez, director de Admisión de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Alberto Hurtado, añade que "no es que no se valore el conocimiento teórico tradicional, sino que los alumnos le están dando importancia a otros aspectos de lo laboral que no necesariamente se enseñaban antiguamente. Por lo tanto, están demandando la complementariedad de lo que estudiaron, porque en el transcurso de su vida profesional se han dado cuenta de que la necesitan para mejorar su empleabilidad".

En ese sentido, detalla que ya no basta con poseer un stock de conocimientos teóricos y técnicos, sino también tener las habilidades y las competencias necesarias para liderar organizaciones y relacionarse con

otros de forma más competente.

Visión global

Para Alejandra Haddad, directora ejecutiva de la Escuela de Postgrado Economía y Negocios de la Universidad de Chile, además de querer actualizar sus conocimientos y adquirir nuevas herramientas y habilidades para una gestión exitosa, los alumnos también le están dando mayor prioridad a la realización de pasantías y viajes al extranjero, ya que con éstos obtienen "una visión global". Algo con que coincide Bárbara Stengel, directora de Relaciones Internacionales de la Universidad del Desarrollo (UDD), al señalar que junto con darles un sello diferenciador a su formación académica, los postgrados, especialmente los internacionales, "posicionan a los estudiantes y les dan una ventaja competitiva al momento de ingresar al mercado laboral". A la fecha 400 alumnos de la UDD han participado en alguno de ellos.

MBA CADA VEZ MÁS INTERNACIONALES

Además de potenciar habilidades blandas como el liderazgo, las universidades están internacionalizando cada vez sus Master in Business Administration (MBA). El MBA de la Universidad Católica, por ejemplo, realiza desde 2007 un viaje anual a China como parte del curso Conducting Business in China y en 2011 organizó el primer Doing Business in India con el Indian School of Business.

La Universidad Adolfo Ibáñez, en tanto, cuenta con el Global Executive MBA UCLA-UAI cuyas clases cada tres meses se dictan por dos semanas en escuelas de negocios de Miami, Los Angeles, Sao Paulo y Santiago.

La Universidad de Chile ofrece el Global MBA for Americas con doble titulación; un MBA Evening que contempla un International Study Tour en Brasil, Panamá o EEUU, y el MBA Weekend que incluye un módulo de clases en Washington, EEUU.

Otra de las aristas de esta internacionalización es la doble titulación con instituciones extranjeras que ofrecen las Universidades de Chile, Católica, Adolfo Ibáñez y Alberto Hurtado, entre otras.

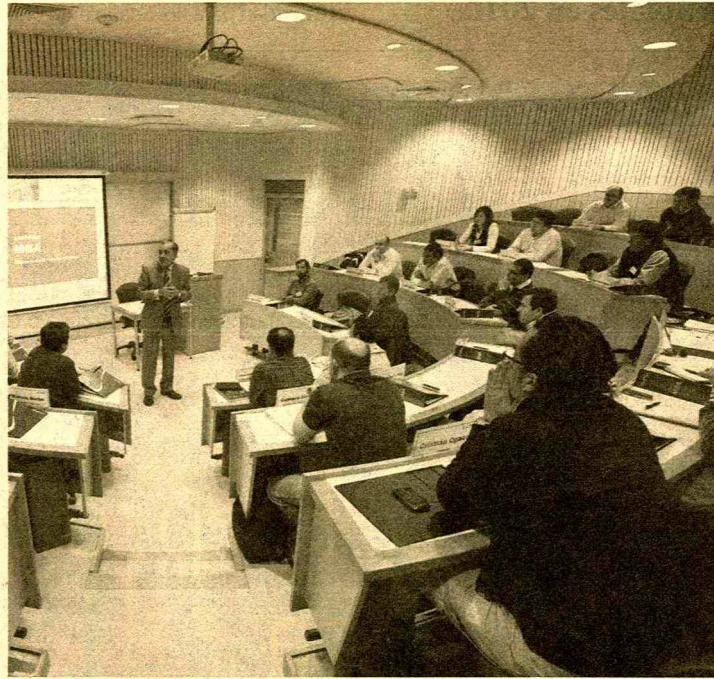


FOTO: MBA U. ADOLFO IBÁÑEZ

La calidad del cuerpo docente, entendida como calidad académica y experiencia profesional, se ha convertido en un elemento clave para los estudiantes.

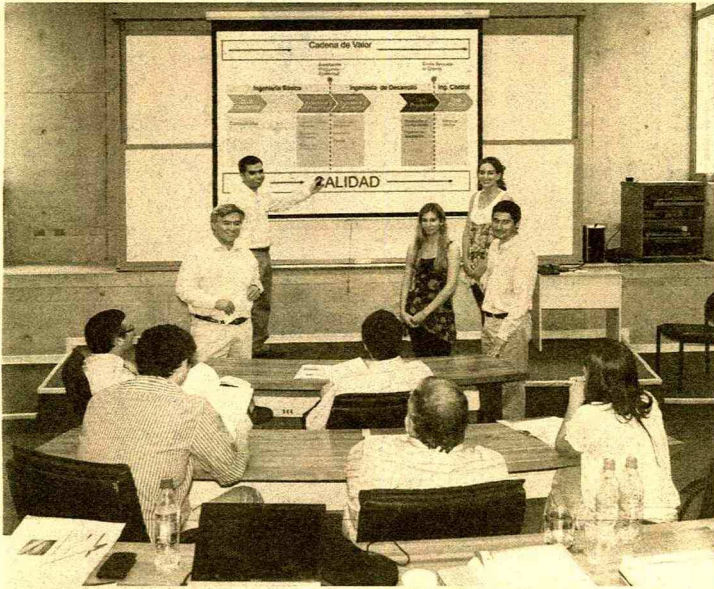


FOTO: MBA U. DEL DESARROLLO

Tener la posibilidad de ampliar sus redes profesionales es otro de los requerimientos de los alumnos de estos programas.

Según los expertos, ya no basta con tener un stock de conocimientos teóricos y técnicos, sino poseer las habilidades necesarias para liderar empresas y ser más proactivo.

