

Posgrados: mejor contenido y más tecnología

Estos más de dos años de pandemia han permitido a las escuelas y programas de posgrado mejorar su contenido académico tomando como principal herramienta a la tecnología, base fundamental que estas instituciones educativas tuvieron no solo para recuperar el terreno perdido, sino afianzar con los que ya contaban.

Al respecto, la directora de Pacífico Business School, Giuliana Leguía, señala que la pandemia ha representado para la educación posgrado una serie de retos y desafíos para garantizar una propuesta académica de calidad virtual.

“Definitivamente creo que los procesos de aprendizaje en línea pueden ser muy enriquecedores para un estudiante, pero se tiene que tener la metodología adecuada, que significa hacer un proceso de aprendizaje mucho más experiencial y generar los espacios de vinculación con los alumnos”, explica.

En ese sentido, asegura que la educación a distancia podría llegar, incluso, a tener un impacto mayor en términos de aprendizaje que probablemente una propuesta presencial. Asimismo, indica que, si bien en términos de costos las escuelas de negocios no han variado su oferta, lo que sí hay es una mejora en el contenido académico. “Lo que han hecho es reforzar sus contenidos porque han desarrollado e incorporado nuevos conceptos y conocimientos”, explica.

Por su parte, la directora de Programas de Desarrollo Gerencial de ESAN Graduate School of Business, Ana Reátegui, indica que ahora las escuelas de negocios realizan un esfuerzo en hacer que la tecnología sea más transversal hacia todas las unidades o todas las grandes áreas académicas.

“La tecnología está incorporada en el marketing, ventas, salud, operaciones, recursos humanos, finanzas. Antes probablemente, se le veía más como el área de tecnología, pero, ahora la tecnología atraviesa más bien a todas las áreas”, remarca.

Programas de educación ejecutiva

Para la directora de Marketing e Imagen Institucional de Centrum PUCP, Carolina Pretell, la pandemia tuvo un efecto negativo durante los años 2020 y 2021 para los programas de grado académico; sin embargo, se vio una explosión para los programas de educación ejecutiva.

Precisa que los programas de grado han reducido su demanda en 15%, mientras que los programas de educación ejecutiva han aumentado en 20%. “En el año 2022, se aprecia una recuperación en cuanto a la demanda de programas de grado y la alta demanda de educación ejecutiva se mantiene a pesar de que los ingresos reales de los hogares de clase media se encontraron aún 9% por debajo de lo que tenían antes de la pandemia, explica.

Educación híbrida

La enseñanza híbrida, es decir, la que combina la virtualidad con la presencialidad es uno de los formatos que funciona adecuadamente en los programas posgrados. La directora de Pacífico Business School, Giuliana Leguía, asegura que este formato funciona “muy bien” y que se adapta a las necesidades de los estudiantes.

Sin embargo, anota que la educación virtual ha sido una oportunidad muy grande para incorporar, por ejemplo, a alumnos de las ciudades del interior del país que no podían venir presencialmente a Lima y que se han podido incorporar a las propuestas académicas de las escuelas. Añade que alumnos de Latinoamérica también se han incorporado como parte de los estudiantes, así como docentes.

En el caso de Centrum PUCP, Carolina Pretell sostiene que ofrecen diversas modalidades de estudio de acuerdo a los horarios de los profesionales, siguiendo las normas de cada país. “Nuestras clases pueden ser online, presencial, quincenal, dominical, intensivo y semanal”, subraya. Así, afirma que en Centrum PUCP siguen innovando con transformación digital, poniendo como eje central al alumno con un modelo educativo fluid learning.

Nuevas especialidades

La “nueva normalidad” ha impulsado la transformación digital de las escuelas de negocios donde imparten posgrados, generando nuevas especialidades y reforzando las que ya tenían. Es así que, Giuliana Leguía, Pacífico Business School,

destaca que en esta nueva etapa de enseñanza se han reforzado las habilidades blandas que se han hecho más necesarias que nunca a partir de la pandemia.

Además, afirma que todo está vinculado con la transformación organizacional, la gestión de la tecnología, la gestión de data y la transformación digital.

“Soy una convencida de que una escuela de negocios tiene que estar cerca a la empresa, a las organizaciones, al ecosistema empresarial, y desde ahí el gran reto para nosotros es poder responder a estas nuevas demandas de las organizaciones, generando propuestas académicas acorde a estas necesidades”, subraya.

Asimismo, la directora de Programas de Desarrollo Gerencial de ESAN Graduate School of Business, Ana Reátegui, refiere que ahora hay más variedad de especialidades que se han tenido que incorporar durante los dos últimos años y que la parte de transformación digital es como el gran paraguas de los diferentes aspectos que tiene ahora la enseñanza.

“Hoy se habla mucho del blockchain y fintech, nuevos temas vinculados al soporte que da la tecnología. Así como la tecnología le da soporte al e-commerce, la tecnología también le da soporte a las finanzas o recursos humanos. Entonces, los cursos se han tenido que actualizar incorporando a la tecnología”, explica.

De igual manera, manifiesta que todos los canales de

comunicación se han vuelto virtuales y los temas que están ofreciendo tienen que ver con transformación digital y con marketing digital.

“Dentro de este proceso de COVID y post COVID un área que se ha visto seriamente estresada y también ha obligado a mayor formación es la parte de supply chain o cadena de suministros, para llevar los productos que la gente quiere”, subraya.

En el caso de Centrum PUCP, Carolina Pretell, menciona que vienen innovando de la mano de la transformación digital con modalidades virtuales en sus programas de grado. “Ofrecemos cuatro modalidades de MBA Online, con facilidad de horarios que te da la oportunidad de transformar tus conocimientos y tus experiencias en insumos para la acción empresarial”, detalla.

El responsable académico internacional de la Universidad Internacional de Valencia, Ignacio V. Mayoral Narros, señala que, atendiendo a ámbitos específicos de conocimiento, la pandemia y la “nueva normalidad” han puesto el foco en continuar apostando por una formación de posgrado especializada, resiliente e innovadora en los campos de la salud pública, la educación formal e informal, y la intervención social.

Precisa que las universidades y escuelas de negocios son conscientes de la necesidad y de la oportunidad que supone abrir sus aulas más allá de los espacios físicos. Asimismo, refiere que se trata de dar respuesta al carácter universal de toda universidad, facilitando que sus programas académicos lleguen a más posibles destinatarios, independientemente de cuál sea el lugar de residencia. “De ahí el aumento progresivo de programas de posgrado híbridos y 100% online”, agrega. Por ello, menciona que, para enfrentar una mayor competencia, estas escuelas de negocios invierten en competitividad académica y científica que respondan a las necesidades de formación.

Por su parte, la vicedecana de EAE Business School en Barcelona y Madrid, Cristina Tomás, sostiene que la educación de posgrado en el ámbito de las comunicaciones se está desarrollando en la gestión de crisis y los modelos comunicación online en todos los niveles. Y a nivel de marketing, el análisis del comportamiento del consumidor en un contexto con un nuevo paradigma: menos movimiento, más tiempo en casa, menos viajes al extranjero; es lo que está predominando.

“Las tecnologías digitales han tenido un gran impacto en las metodologías en diversos aspectos. Así, docentes y estudiantes se conecten remotamente en tiempo real, lo que tiene grandes implicaciones, ya que permite gran flexibilidad. Por ejemplo, nos permite contar con los mejores docentes sin limitación geográfica o con alumnos con limitaciones de movilidad”, puntualiza.

¿Cómo enfrentan la competencia?

“Mientras más competencia haya en el entorno, hay más retos para las escuelas de negocios locales y nos fuerza a mejorar más y más rápido, pero definitivamente sí hay que trabajar mucho en términos de adaptarte e incorporar nuevas metodologías”, asevera la directora de Pacífico Business, Giuliana Leguía.

Además, agrega que es importante reconocer cuáles son los nuevos requerimientos que hay en el entorno y en las organizaciones para poder responder a ello y adaptar las metodologías que ya existen con propuestas mucho más modernas.

Para ESAN, si bien hay ciertas correcciones en el tema de los precios de la educación posgrado, no se puede hablar de un descenso debido a la competencia que hay en el mercado. “Nosotros consideramos que es mejor darle al alumno mayor calidad y formación incorporando más servicios educativos para marcar mayores diferenciadores”, precisa Ana Reátegui.