

EVOLUCIÓN Propuestas novedosas

Una ingente oferta adaptada al signo de los tiempos

Los títulos de posgrado se multiplican y se transforman para atender a las tendencias que imponen la nueva economía y los cambios sociales

B. RODRIGO

La oferta de títulos de posgrado aumenta en cada curso en busca de aproximarse más a las demandas del mercado laboral. Hay nuevas tendencias que se traducen también en nuevas propuestas para este tipo de estudios superiores. Por ejemplo, todo lo relacionado con Business Analytics o la sostenibilidad, «muy presente en todos nuestros programas», indica Mikel Larreina, vicedecano de Relaciones Institucionales e Internacionales de Deusto Business School.

«Los estudios de posgrado están impulsando nuevas metodologías que fomentan vínculos directos con el mundo real, desarrollan nuevas competencias en los estudiantes y que, sobre todo, ofrecen una base teórica que evoluciona con la rapidez que lo hacen sus profesiones», afirma Luisa Fernanda Rodríguez Hevia, Vicedecana Área Business De la Universidad Alfonso X el Sabio. En esta universidad han entendido este escenario cambiante y «nos adaptamos para crear una oferta formativa que modula estas exigencias, para lo cual es inevitable integrar tecnología que genere valor para los estudiantes, que sea útil en su carrera profesional, les ayude a desarrollar su potencial y que les provea de herramientas para estar en esa necesaria y constante actualización».

Tecnología práctica

ESIC Business & Marketing School, por ejemplo, amplía este curso su apuesta por la formación de postgrado centrada en el Marketing, a través de los programas Máster en Marketing Digital, «en el que el alumnado aprenderá a utilizar las herramientas más utilizadas por las empresas y adquirir licencias y certificaciones que reflejarán todo el conocimiento aprendido, como es el caso de Shopify, Google Ads o Hubspot», re-

saltan desde la escuela. Además, ESIC dispone de programas focalizados en áreas como el Marketing Deportivo, el Marketing Turístico, el Marketing de Moda y Lujo o el Marketing Político. Tal y como explica Jose María Visconti, director del Máster en Marketing Digital de ESIC, «notamos un incremento del interés por toda la formación relacionada con marketing y tecnología».

La profesión vive un proceso de cambio constante y la reconversión de las empresas en organizaciones centradas en los datos lleva a muchos profesionales a querer reciclarse y conocer mejor las herramientas tecnológicas que les reclaman en su día a día. Es por ello que su alumnado busca completar su perfil para cumplir con los requisitos de sus empleadores, es decir, «ser personas orientadas a resultados económicos medibles con retor-

nos claramente cualificados; además de adquirir una capacidad de aprender de forma dinámica y rápida, adaptándose a lo que sus organizaciones requieren de ellos en cada momento».

En el caso de la Universidad CEU San Pablo se trabaja la oferta de Posgrado en base a las competencias demandadas por las empresas e instituciones, «así como al entendimiento del entorno laboral dinámico y cambiante en el que nos encontramos», explica José Poblaciones, responsable de Desarrollo de Nuevos Proyectos de Posgrado de este centro universitario. Algunos de sus nuevos másteres son el de Derecho Digital- Legal Tech, diseñado para abogados y juristas que quieran afrontar los nuevos retos tecnológicos que exige el entorno digital o el de Análisis y Divulgación de Datos que ofrece al alumno el aprendizaje de cómo gestionar los datos y a saber comunicarlos.

Cuentan igualmente con un Máster FP en Marketing Digital y Redes Sociales que profundiza en un amplio conocimiento del marketing digital y las redes sociales, junto con

TENDENCIAS

BUSINESS ANALYTICS

El alumno aprende a mejorar el impacto económico y social del negocio mediante la implantación de una cultura orientada al dato

CIENCIAS DE LA SALUD

Estudios dirigidos para alumnos de Medicina, Farmacia, Biología, Biotecnología, Enfermería..., donde se busca más especialización

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Alumnos con estudios de Economía, Derecho o Ciencias Médicas optan por estos estudios porque se están implantando en sectores muy variados

CIBERSEGURIDAD

Hay una creciente demanda de profesionales de la ciberseguridad. Según el estudio Cybersecurity Workforce, faltan 3,4 millones de candidatos con este perfil una cifra que ha aumentado un 26,6% en un año.

el diseño de estrategias, análisis de resultados y optimización de las distintas acciones para lograr la rentabilidad y el éxito de una estrategia.

Sectorización

En Mioti Tech & Business School, todos los programas son de posgrado y Fabiola Pérez Ramos, su CEO afirma que las nuevas tendencias de este tipo de estudios son «la especialización y la sectorización, estamos yendo hacia una especialización tanto en la temática como en los sectores». En este sentido, «podemos ver muchos másteres específicamente enfocados en una función muy concreta, como puede ser 'people analytics' o ciencia de datos, porque son funciones que demandan las empresas y donde hay paro cero», resalta Pérez Ramos. Es por ello que las escuelas y universidades cuentan con másteres más cortos y más experienciales, «que se llevan a cabo junto con empresas de esa especialización en concreto, para que haya una parte más práctica dentro del máster, la formación del 'training on the job'», resalta la CEO de la escuela. Una de las últimas incorporaciones que Mioti ha llevado a cabo es el máster de Digital Marketing & Analytics. Con él han buscado unificar el marketing digital con la analítica de datos. Se adquieren las habilidades necesarias para transformar los datos en oportunidades.

