

FORMACIÓN

Así se actualiza la Universidad

Adaptar los grados, crear nuevas titulaciones y ofrecer formación complementaria en habilidades digitales y de trabajo en equipo es la estrategia de la Universidad para preparar a los futuros profesionales y responder a las nuevas necesidades del mercado laboral. **Por A. Casilda.**

Cómo puedo convertirme en un experto en una nueva profesión si apenas existe formación para especializarme en esa actividad? Ese es uno de los retos a los que se tienen que enfren-

tar hoy profesionales, empresas y centros educativos. Hasta ahora la falta de titulaciones específicas en las nuevas áreas ha complicado mucho la tarea de encontrar a candidatos muy cualificados en ellas. Y la mayoría de los que

hoy son especialistas se han ido formando dentro de la misma empresa. Muestra de ese desajuste entre la Universidad y la empresa es la decisión que tomó Zed, compañía que aplica el *big data* al Internet móvil. Tras un

tiempo sin encontrar a perfiles cualificados, optó por crear su propia universidad, U-tad, especializada en el arte digital.

Hoy los centros educativos comienzan a mostrar los primeros signos de

adaptación. "Debido a la constante evolución del mercado propiciada por el auge de la tecnología, las universidades han tenido que adaptar algunos de sus grados, másteres o títulos, y han participado incluso en la creación de otros nuevos", asegura Begoña Mañanas, *corporate communications manager* de Catenon. Así, la experta destaca las nuevas carreras de Tecnologías de la Información aplicadas a la Salud de la Universidad de Alicante; *Global Studies* en la Universidad Camilo José Cela; Diseño y Desarrollo de Videojuegos en la Universidad Politécnica de Madrid; y el grado en Marketing de la Universidad Rey Juan Carlos.

Por su parte, Antonio Obregón, vicerrector de ordenación académica y profesor de la Universidad de Comillas, reconoce que la innovación en la oferta educativa es compleja, ya que afecta a toda la organización académica y además de formar a los estudiantes, también hay que formar al profesorado. De todos modos, cada vez se hacen más esfuerzos por escuchar los reclamos de las empresas y los expertos en recursos humanos para acercarse a lo que estos piden. "Ahora mismo estamos actualizando nuestra oferta de tres formas diferentes: creando nuevos títulos, como el de *Business Analytics* y Derecho; transformando los ya existentes para adaptarlos a las nuevas necesidades; e impartiendo formación complementaria para inculcar habilidades de corte digital, trabajo en equipo y emprendimiento", explica Obregón, quien reconoce que muchas veces resulta más sencillo la creación de títulos novedosos que modificar los ya existentes.

Así, una de las tendencias más claras por las que ha apostado la universidad durante los últimos años para adaptarse a las exigencias del mercado es la creación de dobles grados. Estos estudios combinan dos titulaciones afines o que son complementarias entre sí. «Realmente, las empresas no aprecian tanto los conocimientos más amplios con los que cuentan los egresados en estas titulaciones, como las habilidades que se supone que han adquirido durante la carrera. Estos estudiantes suelen tener una mayor carga de trabajo, por lo que aprenden a gestionar sus responsabilidades y suelen ser más versátiles», matiza Obregón. En este contexto, es la Universidad Rey Juan Carlos la que se está dando a conocer por ser la que ofrece más titulaciones de este tipo, con un total de 50.

En el panorama general, entre los nuevos dobles grados destacan ADE y Marketing, una de las muestras más claras de unión entre una carrera tradicional y otra que aporta valor añadido por su nivel de especialización. Además, ADE es una de las titulaciones que cuenta con un mayor número de combinaciones, entre las que llama la atención la fusión que se ha hecho con ingenierías, con el objetivo de dotar al estudiante de la visión de negocio que va a necesitar en su incorporación al mundo laboral.