

Sectores y Empresas

EDUCACIÓN

Oferta en posgrado: corta y especializada

Las escuelas de posgrado responden a la mayor demanda por programas de menor duración y mayor especialización.

Las escuelas de posgrado son el segmento de la educación superior que mejor resistirá el impacto por el Covid-19 en el 2020. La mayor demanda de cursos cortos, así como de programas especializados en analítica de datos, educación digital y liderazgo, amortiguará el impacto de la caída de la matrícula en maestrías en la mayoría de escuelas.

Algunas escuelas de posgrado ya contaban con formatos *blended* —clases semipresenciales— y plataformas digitales para la enseñanza virtual, lo que sostuvo el traslado efectivo hacia la educación remota durante la pandemia (ver gráfico). “El portafolio de *blended* no se afectó porque el alumno ya sabía cómo era su programa. En los programas asincrónicos [grabados] no hubo ningún cambio. El 99% de programas inició el 21 de marzo”, señala Sandro Ragonesi, director ejecutivo de la Escuela de Postgrado de la UPC. “Ya teníamos el *software* y la plataforma para hacerlo. Lo que nos demandó un trabajo urgente, pero no tardó más de 15 días, fue la capacitación de los profesores para pasar de

Tipo de oferta de programas educativos pre-coronavirus

Escuela posgrado

● Presencial ● Online*



* Incluye tanto *blended* como formatos online asincrónicos

** Su oferta solo incluye maestrías

Elaboración propia

formato”, cuenta Percy Marquina, director general de Centrum PUCP.

El crecimiento de las escuelas se apoyará en la oferta de programas más cortos, cuya demanda ha crecido este año. “Cada vez abrimos más porque encontramos un apetito por programas de seis meses o menos, y ya no tanto por maestrías que duran mucho tiempo y son más costosas”, comenta Roberto Urrunaga, director de la Escuela de Postgrado de la Universidad del Pacífico (UP), que estima que su población estudiantil se ha reducido en 10%, a 6,000 alumnos, en el 2020. “Antes era muy difícil que lancemos programas cortos, como seminarios de ocho o seis horas, y ahora lo hemos hecho con éxito. Eso también ha permitido generar algunos ingresos importantes”, añade Peter Yamakawa, decano de Esan Graduate School of Business, quien estima una reducción de alumnos de 10% en sus maestrías. Por su parte, Centrum PUCP espera un crecimiento de 20% en alumnos de programas de educación ejecutiva, mientras que en los programas de grado no tendrían un crecimiento.

Los programas educativos estarán enfocados en atender nuevas necesidades sectoriales, así como en cubrir las →



El formato *blended* facilitó el tránsito hacia la teleeducación. ISTOCK

habilidades más demandadas durante la pandemia. “Hemos desarrollado nuevos productos de acuerdo a las necesidades de algunos sectores críticos de la economía, como salud, minería, agronegocios, derecho corporativo y B2B”, dice Yamakawa, de Esan. “Tenemos un curso de certificación de docencia digital al que nadie le hacía caso y ahora está reventando”, agrega Ragonesi, de la UPC, que este año ha lanzado más de 100 cursos virtuales sincrónicos (clases en vivo). Asimismo,

La UPC ha lanzado más de 100 cursos virtuales este año

la UP ha desarrollado módulos de 120 horas en base a los cursos de liderazgo y habilidades blandas que for-

maban parte de sus maestrías.

La oferta de maestrías sería la menos favorecida este año, coinciden las fuentes. Sin embargo, existen algunas maestrías especializadas cuyo atractivo ha crecido en pandemia. “Hemos notado mucho más interés por maestrías en dirección de contenidos, y en dirección de operaciones y proyectos. Esta última tiene un perfil de estudiante que viaja constantemente y no tiene tiempo de estudiar. Entonces, el formato remoto ha facilitado su acceso”, comenta Sabina Mlodzianowska, directora de la maestría en dirección de operaciones y proyectos de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima, cuya oferta solo está centrada en maestrías. “Lanzamos este año la maestría de educación, *data science*, y ciberseguridad y gestión de la información, y han superado las metas de captación en 130%”, comenta Ragonesi, de la UPC. (EP) ■