

¿Por qué los estudiantes cambian de universidad?

S. T.

Las falsas expectativas son la causa principal de cambio de centro de estudios, por ello en Schiller International University escuchar al alumno es una tarea fundamental, para saber qué necesita y adaptarse a sus necesidades. ¿Cómo podemos mejorar la experiencia académica del alumno? ¿Qué recursos tenemos que poner a su disposición para que alcance el éxito? ¿Cómo podemos ayudarle? Estas son algunas de las preguntas que el director de Admisiones de Schiller International University para el campus de Madrid, Mark Cintron, cree que las universidades españolas deben plantearse: «La persona empleada en todas esas preguntas, el 'nosotros', es la clave».

Para las universidades norteamericanas la tasa de retención es un dato extremadamente importante, tanto que de ella depende el mantenimiento de la acreditación del Gobierno. Aunque en España no es tan sencillo como en Estados Unidos realizar un traslado de expediente, son muchos los alumnos que cambian de universidad en nuestro país. En opinión del responsable de Admisio-

nes de Schiller, los motivos que conducen a un alumno a cambiar de universidad son los mismos a un lado y otro del Atlántico: las falsas expectativas. «Contamos con campus en Madrid, Florida, Heidelberg, París y hemos realizado estudios para conocer la realidad también en Londres, donde abriremos un quinto campus en septiembre, y aunque existen especificidades a la hora de mantener la satisfacción de los estudiantes, la mayoría de los motivos que les llevan a cambiar de centro educativo se repiten en todo el mundo».

Muchas universidades prometen un «producto» sin tener los recursos suficientes para proveerlo. Esto hace que los alumnos inviertan tiempo, esfuerzo y dinero esperando, no sólo la empleabili-

En la imagen de la derecha el Campus de Madrid de Schiller International University. Debajo, el campus que compartirá a partir de septiembre con la Universidad de Roehampton en Londres



logía de estudio, especialmente con una generación "millennial" tan inquieta y exigente como la actual», añade Mark Cintron. «Si los inversores financieros aconsejan la diversificación como medida para aumentar la rentabilidad de las empresas, ¿no debería también la diversificación de las metodologías educativas aumentar la rentabilidad para nuestros estudiantes en la que será su mayor inversión en tiempo y dinero?».

Son muchos los motivos que hacen que un alumno decida cambiar de universidad, pero en gran parte de ellos tiene un papel decisivo el educador: «Debemos comprender la complejidad y riqueza de cada alumno y saber adaptarnos a sus necesidades. Si el personal de la universidad lo comprende y se siente motivado para afrontar este reto, la satisfacción de los estudiantes aumentará y no tendrá que preocuparse por la tasa de retención, sino por construir junto con ellos un presente y un futuro nuevos y excitantes».

«La formación turística de postgrado debe adaptarse a los desafíos del sector»

S. T.

El sector del turismo es actualmente uno de los motores más potentes de nuestra economía y una de las asignaturas pendientes en cuanto a formación especializada en nuestro país. Lola Herrero, directora del MSc in Hospitality and Tourism Management de ESCP Europe desvela los puntos clave y los componentes específicos que ha de tener un buen programa enfocado al sector.

– ¿Qué aptitudes y actitudes debe reunir el directivo de una empresa turística para afrontar los nuevos desafíos del sector?

– Una de las claves está en la combinación de dos variables importantes: el conocimiento de las herramientas del «management» enfocadas a las especificidades del sistema turístico, ya que un directivo siempre ha de tener conocimientos de «financial management» y si quiere desarrollar su carrera en el sector, ha de ser especialista en «yield management». Y el desarrollo y la puesta en práctica de las habilidades necesarias para trabajar en contextos multicultura-

les y cambiantes en los que la capacidad de adaptación y liderazgo de equipos humanos resulta fundamental. La formación turística de postgrado debe evolucionar en paralelo a los nuevos desafíos de las empresas y organizaciones turísticas. En áreas más concretas, indicaría la gestión de la sostenibilidad y de la inteligencia del mercado internacional, y como no, el impacto del «Digital Marketing/Management» en los sistemas de comercialización y gestión en empresas turísticas.

– ¿Y en relación a los programas formativos en gestión turística, cuáles son las necesidades y tendencias?

– La formación especializada en gestión turística y hotelera sigue siendo una asignatura pendiente en nuestro país. La solución a esta carencia pasa por propuestas formativas en «management» hotelero y turístico con programas diseñados en función de las necesidades de las empresas turísticas y con metodologías de enseñanza innovadoras, aplicadas y aplicables («live case study», proyectos de consultoría Internacional, etc). Esta oferta formativa pasa por el diseño de programas de postgra-

do «a demanda» de las empresas y que cuenten con la alianza entre instituciones de educación de prestigio en ámbitos complementarios. En nuestro caso, el diseño curricular del Master in Hospitality aporta ese «expertise» en «management» que es complementado con una especialización articulada en módulos específicos del programa PDP (Professional Development Program) de la Cornell University School of Hotel Administration, una de las universidades más prestigiosas de Hotel Management a nivel mundial. Esta alianza constituye un valor añadido para los alumnos, ya que además de su diploma de ESCP Europe obtienen el certificado PDP de Cornell University School of Hotel Administration.

– ¿Cuál es la empleabilidad y la trayectoria profesional de los egresados del MSc Hospitality and Tourism Management de ESCP Europe? ¿Cuál es la diferencia respecto a otros programas en este ámbito?

– Por su configuración y su estructura, nuestro master está concebido para acelerar la empleabilidad del graduado, lo que le hace muy atractivo para las



Lola Herrero, directora del MSc in Hospitality and Tourism Management de ESCP Europe

compañías que apuestan por el talento con perfil internacional. Todos los alumnos del máster combinan la formación conceptual en los más avanzados modelos de gestión corporativa en el sector turismo, con la inmersión de los alumnos en la realidad empresarial a través de: proyectos reales, desafiantes prácticas de empresas, casos teórico-prácticos e investigación del sector. Todo ello junto con la inmersión internacional, el perfil multicultural de los participantes y el dominio de varios idiomas, hacen a estos graduados muy atractivos en el sector turismo. De esta manera, estos egresados consiguen una retribución media de más de 32.000 euros/anuales, y más del 60% consiguen empleo antes de acabar sus prácticas.