



OFERTA

Escolas enfrentam novos desafios em tempos de crise

Mercado dita cada vez mais as regras no tipo de oferta das escolas de negócios.

“As mudanças que estão a acontecer no mercado de trabalho exigem que as universidades revejam a sua oferta formativa, aperfeiçoando e verificando a adequação das novas ofertas às necessidades do meio e aos interesses e expectativas dos estudantes”, diz João Proença, director da Faculdade de Economia do Porto. Contudo, ninguém questiona que a crise financeira em 2008 obrigou a acelerar o passo e a um aumento da atenção para o que o mercado – alunos e empresas – procura.

“O portfolio da nossa oferta executiva apresenta uma diversidade de cursos de pequena e média duração, que permitem que cada um desenhe o seu plano de desenvolvimento pessoal em concordância

como seu perfil e ambições, mas também com a sua disponibilidade de tempo e de dinheiro”, diz Álvaro Nascimento, director da Faculdade de Economia e Gestão e da Escola de Gestão Empresarial da Católica Porto.

Esta adaptação por parte das escolas é uma das razões que explica que as formações executivas especializadas estejam a conseguir manter o nível de procura – a outra é o facto de cursos de menor duração apresentarem, em termos absolutos, menos custo. “Os tradicionais MBA parecem ter entrado numa fase de maturidade, o que tem feito crescer muito a procura por mestres especializados”, diz João Proença. Uma pesquisa realizada

este ano pelo GMAC - Graduate Management Admissions Council, indica um aumento do número de candidaturas em 83% das escolas com oferta na área das Finanças e 69% com “masters” em Gestão. Também o responsável pela FEG da Católica Porto confirma que a escola registou este ano um crescimento superior a 20% nas candidaturas.

O diálogo constante com as empresas é um factor crucial para as escolas para detectar que tipo de formação poderá ser mais valorizada a cada momento. Este estreitar de relações tem contribuído para aumentar o número de cursos realizados a pedido das empresas (formação “in-company”), mas também para lançar cursos que respondam

As mudanças que estão a acontecer exigem que as escolas revejam a oferta formativa.

JOÃO F. PROENÇA

Director da Faculdade de Economia do Porto

às suas necessidades. “É cada vez mais importante o desenvolvimento de estruturas que liguem as escolas aos empregadores e aos Alumni, para se perceber como servir me-

lhor esses públicos”, justifica o responsável da FEP.

A credibilidade e a reputação de uma escola constroem-se pela adequação da sua formação ao mercado, grau de exigência dos currículos, qualidade do corpo docente e também por uma crescente internacionalização. Este último é um dos factores de diferenciação, desde que a colaboração envolva escolas de excelência. “Estamos a desenvolver a progressiva integração da FEP em redes de colaboração internacionais e uma orientação estratégica que aposte em parcerias com as melhores universidades da Europa e dos Estados Unidos”, revela João Proença, que já tem 21 professores estrangeiros no corpo docente.