

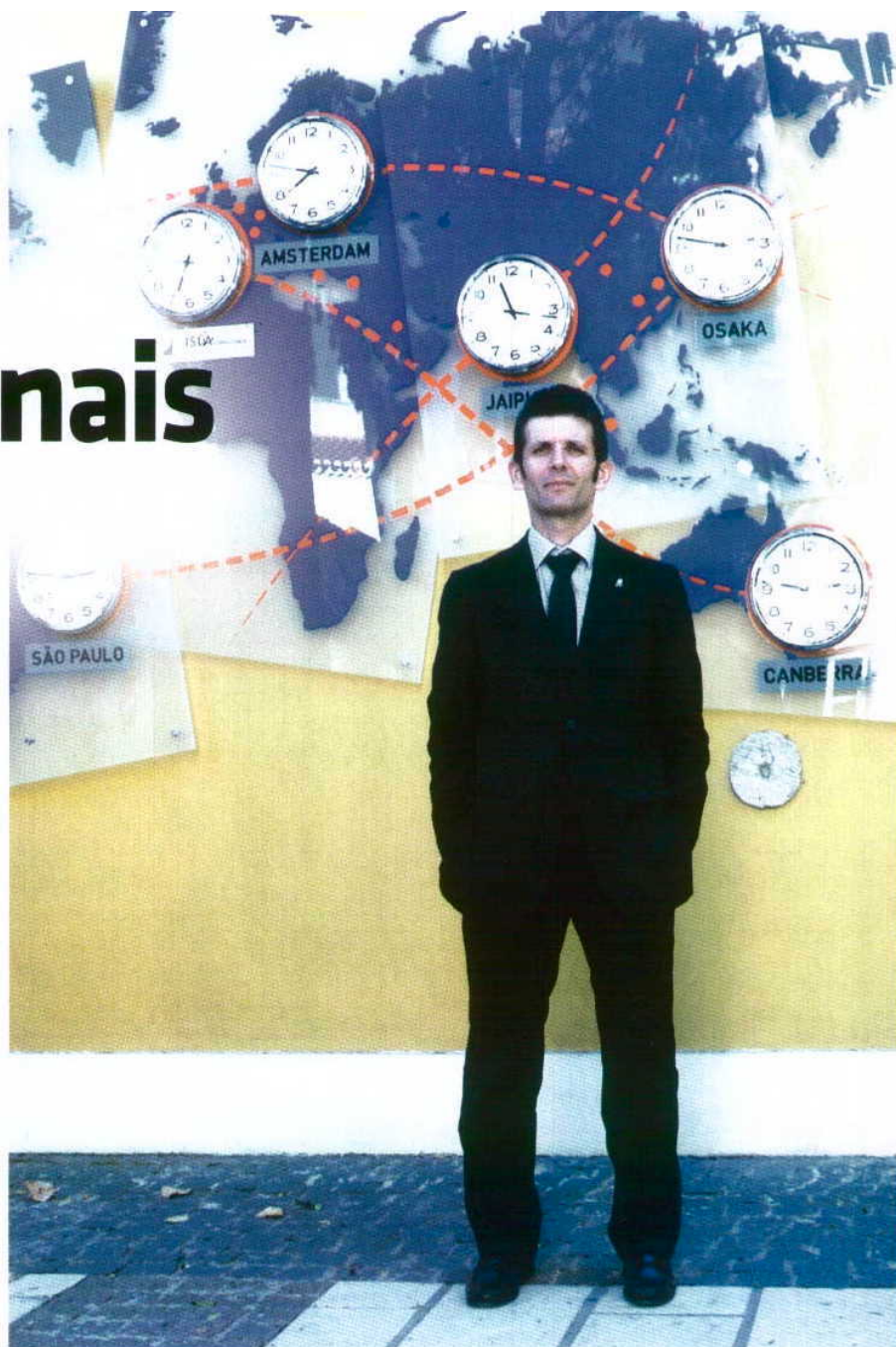


ESTRATÉGIA

A criar profissionais globais

» *Nélson Brito, director-geral do ISLA Campus Lisboa, imprimiu na universidade um modelo de gestão organizacional. O ISLA posiciona-se de forma internacional, integrado no grupo Laureate, o que permite aos seus alunos estudar em mais de 66 universidades de referência espalhadas por 29 países.*

Por **TitiAna Amorim Barroso**



Situado num antigo palácio do séc. XVIII, a 100 metros do Metro de Carnide, o ISLA Campus Lisboa apresenta-se renovado, mantendo o charme do edifício. As instalações têm os serviços e o equipamento necessários para garantir um ensino de qualidade.

Faz agora um ano que o ISLA Campus Lisboa foi adquirido pela rede Laureate International Universities, que é o maior grupo de ensino superior a nível mundial. O Laureate está presente em 29 países, com 700 mil estudantes, 60 mil colaboradores e 66 instituições de ensino.

«O projecto educativo do ISLA visa ser uma universidade de referência internacional e a primeira escolha quer para estudantes quer para empregadores. Sabemos que ain-

da não o somos, mas estamos a trabalhar nesse sentido. O ISLA é a instituição de ensino mais antiga do País, em termos privados, celebra 50 anos e já formou cerca de 18 mil diplomados», assegura Nélson Brito, director-geral do ISLA Campus Lisboa.

Foi há precisamente um ano que Nélson Brito assumiu a direcção da universidade. «É um desafio que vem complementar algo de muito importante ao longo da minha vida. Em primeiro lugar, é um projecto muito interessante de transformar uma instituição de 2700 alunos numa univer-

sidade internacional de sucesso. É um projecto empresarial, mas acima de tudo um sonho de construir uma universidade de referência internacional. E junta outro factor, estou num sector que pode contribuir para a melhoria do País, a educação é uma área muito importante e veio complementar a minha preocupação em termos de responsabilidade social», desabafa.

Reinventar a indústria

Para Nélson Brito não há disparidade entre uma empresa e uma universidade, «não queremos que haja diferen-



entre nós e qualquer outro sector de actividade, queremos que nos considerem como uma organização moderna. É a primeira vez que existe um projecto de ensino em Portugal que vai ao mercado e tenta contratar bons profissionais em qualquer área». A equipa do ISLA é oriunda do mundo empresarial. «O director de Recursos Humanos vem da Novabase, o director de Operações da Central de Cervejas, e eu, o director de Marketing e a directora Financeira somos provenientes da Kraft Foods. A academia tenta criar profissionais para o mundo empresarial, mas não é comum ter pessoas das empresas. Aqui, no ISLA, há uma mistura desses dois mundos», acrescenta.

Outro ponto diferenciador no ensino desta universidade é o facto de todos os cursos serem criados em conjunto com o mercado de trabalho. «Por isso dizemos que estamos a reinventar a indústria, e consideramos que o ensino é uma indústria. Quando temos um plano de estudos vamos às empresas e perguntamos se acham que é este o caminho, o que falta aos recém-licenciados e quais as soft skills mais importantes. Tentamos, como qualquer outra indústria de grande consumo ou de serviços, ver primeiro o que as pessoas necessitam, neste caso as empresas, e a partir daí avançamos com os programas. Desta forma, acreditamos que os nossos cursos têm mais sucesso a nível de empregabilidade. Vamos lançar Ciências de Comunicação, este ano, há muitos licenciados nesta área, mas fomos novamente ouvir as empresas para perceber o que os recém licenciados não têm e que se o ISLA proporcionar garante níveis de empregabilidade em detrimento dos outros cursos. Acreditamos que podemos montar uma licenciatura muito mais forte das que existem no mercado. É uma forma muito diferente de ver o ensino superior em Portugal. Não é fácil aproximarmo-nos das empresas, não é fácil obter feedback, é uma luta diária, também não é fácil consertar posições. Temos que ter uma capacidade muito crítica para não formar programas à imagem da empresa x ou y,

ANO DE CRIAÇÃO

DIPLOMADOS

ALUNOS

COLABORADORES

ESTUDANTES DE 26 NACIONALIDADES

nem defraudar expectativas», sublinha. O ISLA é uma universidade multidisciplinar, e este ano apostou em novas áreas de intervenção. «Uma universidade que quer ser de referência internacional tem que ter uma oferta em termos de Programa muito alargada», avança. Um investimento elevado, que o director do ISLA não desvenda o valor, mas adianta que em sete meses já se investiu mais do que nos sete anos passados, e o retorno estará previsto no mínimo em cinco anos, consoante as áreas.

Outro ponto distintivo do ensino do ISLA é o facto de pertencer à Laureate International Universities - o maior grupo mundial de ensino superior, presente em 29 países com 66 instituições, mais de 700 mil estudantes e 60 mil colaboradores. Faz agora precisamente um ano, que o ISLA Campus Lisboa, integrou o grupo Laureate, possibilitando assim a mobilidade internacional dos seus estudantes. «Democratizámos o acesso a boas escolas a muito mais pessoas. Estamos a entrar em áreas de muito investimento, como a de Design. Mais uma vez fomos às agências de publicidade saber o que se podia fazer de diferente e perguntámos também aos estudantes, disseram-nos, por exemplo, que era importante ter uma experiência internacional de contacto com o que de melhor se faz lá fora. E nós temos a possibilidade, durante o curso, de os alunos poderem passar um tempo na nossa escola de Naba ou Domus, ou garantir que os nossos professores vão ter formação dada por esses especialistas, para que os métodos de ensino sejam os mais modernos», conta. Além disso,

o ISLA proporciona um semestre fora sem uma propina adicional. «Os nossos estudantes têm oportunidade de estudar, por exemplo, em Chicago pelo mesmo valor de propinas que pagam aqui, primeiro é uma experiência única de estudarem numa cidade estrangeira com estudantes de nacionalidades diferentes, segundo têm conhecimento de uma cultura diferente e terceiro abrem potencialidades de empregabilidade num destino diferente. A vantagem em termos económicos é também única, nenhuma faculdade neste momento consegue oferecer o mesmo em Portugal. Chicago custa 15 mil dólares por semestre, o ISLA custa 1700 euros», garante o director-geral do ISLA.

A dupla titulação é outro factor de diferenciação, o que permite que todos os diplomas tenham reconhecimento no estrangeiro. Outro aspecto particular é a parceria desenvolvida com o ISCTE. É o primeiro acordo entre uma universidade privada e uma pública para desenvolver em conjunto programas, quer de mestrado, doutoramento e investigação.

Estratégia organizacional

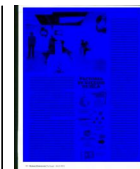
«O que faz a diferença no nosso projecto é o facto de muitas universidades não terem estratégia, nós sabemos onde estamos, onde queremos chegar e o que precisamos de fazer para o conseguir», afirma Nelson Brito.

O ISLA assume um modelo de ensino que coloca o estudante no centro. «É um modelo académico do século XXI, muito virado para o mercado das empresas e não para o "formar por for-

FORMAÇÃO SUPERIOR EM RH

» Recursos Humanos é uma das principais áreas de aposta do Projecto Laureate para Portugal, uma vez que confia que o conhecimento adquirido ao longo dos últimos 50 anos permitirá continuar a ser uma das melhores escolas a formar profissionais para esta área. O ISLA Campus Lisboa desde 1962 que ministra formação superior em Recursos Humanos. E em 1986, criou a primeira licenciatura do País na área. O ISLA Campus Lisboa no seu Campus em Carnide para além da licenciatura em RH e Organização Estratégica, tem ainda o mestrado em Gestão de RH, a pós-graduação em Gestão Administrativa de RH e a de Gestão e Desenvolvimento Estratégico de RH.

Para este ano as novidades serão o mestrado de RH em horário full-time, ou seja com a parte curricular a concluir durante um ano, os Executive Masters em People Management, com a coordenação de Fernando Neves de Almeida, e o Executive Master em Gestão para RH.



ESTRATÉGIA



mar? Temos estado à procura de docentes que percebam que existem porque existem estudantes. Isto parece uma questão básica, mas é das situações mais difíceis que temos pela frente. Damos relevo à disponibilidade dos docentes no acompanhamento do aluno, avaliamos desde a capacidade de comunicação com os alunos ao conhecimento técnico.»

Outro foco do ISLA é o cuidado dado à área de conhecimento científico. «Fazemos Marketing em tudo. Isto não pode ser confundido com o colocar banha da cobra em tudo. Não, o Marketing significa investigar, ter a certeza absoluta que o que estamos a fazer está correcto, mensurar e avaliar – toda a área de serviços tem cliente mistério para sabermos se o serviço que estamos a prestar é digno. E temos um desafio interno, trabalhamos para que os nossos colaboradores nos considerem uma das melhores organizações para trabalhar em Portugal, que sejamos uma “Best Choice to Work” pelo menos no sector educativo.»

À inovação é também dado um enfoque global. «Pomos inovação em tudo o que fazemos, no acolhimento dos alunos até aos serviços que são diferentes das outras universidades. Desde que os estudantes chegam ao campus, que há uma preocupação no desenvolvimento das soft skills. No primeiro ano preocupamo-nos que os estudantes saibam identificar o mercado de trabalho, que se conheçam a si próprios e saibam o que querem fazer no futuro; no segundo ano ajudamo-los a criar um currículo e preparamo-los para entrevistas de trabalho; e no último ano focamo-nos se sabem ir a uma entrevista, se se sabem vestir e fazer a diferença. Alertamos os pais dos candidatos, desde o primeiro ano, para o papel importante que terão na preparação dos seus filhos para o mundo do trabalho, na forma como os podem ajudar e para o facto da licenciatura não chegar para se conseguir um emprego». No que diz respeito à empregabilidade do ISLA esta é, em mé-

FACTORES DE SUCESSO DO ISLA



dia, de 91%, ainda assim há cursos que registam os 100%, como o de Secretariado e Comunicação Empresarial. Em relação aos serviços, o ISLA disponibiliza aos alunos as seguintes marcas: Elp Me que diz respeito ao Admission Services Center, um serviço que tem como responsabilidade gerir os novos processos de admissão de licenciaturas, de mestrados e de pós-graduações; Elp Us, ou seja, o Student Services Center é um centro que gere todo o processo administrativo da relação do estudante com o ISLA, desde os processos de equivalências, à criação de turmas, passando pelos diplomas; e Elp You, o Student & Alumni Value Center, actua nas áreas de empregabilidade, de responsabilidade social e de experiência internacional. A estratégia da universidade passa também por trazer ao longo do ano várias empresas, como a PT, EDP, Novabase, RTP, Ernest & Young, num calendário que apelidam de iFuture, de forma a possibilitar o contacto entre empregadores e estudantes. Já os iExecutive são palestras com executivos, neste alinhamento já trouxeram, por exemplo, por videoconferência a directora de Marketing do Real Madrid, que nos últimos anos triplicou as receitas. E os iWorld, nos quais são trazidos oradores de renome mundial em videoconferência como no caso de Tom Peters no próximo dia 24 de Maio.

«Estamos a competir com o mercado na generalidade, público e privado, posicionamo-nos como uma universidade que quer ser de referência internacional em todo o sector e estamos a ter boa aceitação. Não basta ter bons programas, temos que construir e ganhar prestígio, os primeiros sinais são bons, temos um Board Advisory formado por Miguel Anacoreta Correia, Maria de Belém Roseira, Pedro Rebelo de Sousa, José Theotónio, entre outros, quando temos pessoas deste valor a aceitarem significa que estão a gostar do que têm visto. Não se constrói de um dia para o outro um grupo com 66 instituições, 700 mil alunos, há aqui muita experiência e muito conhecimento. É bom para o País ter um grupo internacional a chegar e a tentar fazer diferente», vaticina Nelson Brito. ■



ESTRATÉGIA
COMO O ISLA CRIA
PROFISSIONAIS
GLOBAIS