

LA EXPERIENCIA DE LOS ALUMNOS DEL BACHILLERATO DE CIENCIAS SOCIALES EN **ESIC**



Colegio Fray Luis de León

¿QUE ES ESIC?

Esic Business & Marketing School es la escuela de negocios líder en la enseñanza de Marketing en España y responde, mediante el conjunto de sus diferentes áreas de actividad, a las necesidades actuales de la empresa y de su entorno competitivo, mediante la formación de profesionales capaces de analizar, reflexionar, decidir y actuar responsablemente en todos los niveles de la empresa.

“ La Escuela contribuyó desde sus inicios y seguirá contribuyendo en el futuro al desarrollo de nuestra sociedad formando profesionales capaces de dar respuesta a las necesidades cambiantes del mercado y de la sociedad en su conjunto, y ante todo, seguir ejerciendo de puente de unión entre la universidad y la empresa ”

Eduardo Gómez Martín
Director General de ESIC

¿ A QUÉ SEMINARIOS HEMOS ASISTIDO?

Los seminarios de ESIC son unas sesiones de carácter gratuito que se nos ofrecen a los estudiantes preuniversitarios en plena fase de incertidumbre ante nuestro futuro laboral, con el afán de ayudarnos a contemplar posibles alternativas de decisión haciendo más cercano el mundo de la empresa con todas sus vertientes: Digital Business, Comunicación & Relaciones Públicas, Marketing, Administración y Dirección de Empresas, International Business, Publicidad & Relaciones Públicas. A continuación, nos centraremos en aquellos a los que hemos tenido la oportunidad de asistir.

seminario creatividad

> 12 noviembre de 2016.
Duración de 4 horas
(Sábados 10 a 14 h.)

seminario economics & business

> 28 enero de 2016.
Duración de 4 horas
(Sábados 10 a 14 h.)

seminario mercados financieros y bolsa

> 26 noviembre de 2016.
Duración de 4 horas
(Sábados 10 a 14 h.)

seminario digital business

> 11 febrero de 2017.
Duración de 4 horas
(Sábados 10 a 14 h.)

seminario marketing

> 14 enero de 2017.
Duración de 4 horas
(Sábados 10 a 14 h.)

SEMINARIO DE MARKETING

Este seminario consistió en una explicación acerca de qué es el marketing. La presentación estaba organizada en tres premisas: el marketing como actividad, las cuatro claves del marketing y el marketing como profesión. En primer lugar, comenzó definiendo el concepto de marketing, su función y metas en la empresa, las cualidades que debe presentar –como diría el profesor que nos impartió esta charla, Alberto Alcalde - un verdadero ‘marketero’; y cómo llevar a cabo la planificación de la estrategia a través del método DAFO. En segundo lugar, detalló las cuatro bases esenciales que conforman el marketing: consumidor, producto, pensamiento y estrategia. Nos mostró, a través de numerosos ejemplos, cómo el consumidor reacciona ante el producto; y cómo las decisiones de compra se ven influenciadas por las opiniones online de otros consumidores, reflejando la repercusión de las TIC en la actualidad. Haciendo referencia a la creatividad, añadió la importancia de abandonar las áreas de confort y aportar nuevas ideas rompedoras, valiosas y originales. En referencia a la publicidad, defendió la idea de que las marcas han de emocionar, han de entrar en la mente del consumidor, citando: “*el producto es mudo, es la marca quien habla*”. Por último, aprendimos las características que debe presentar un auténtico empresario, como la inquietud, la seguridad y el riesgo.



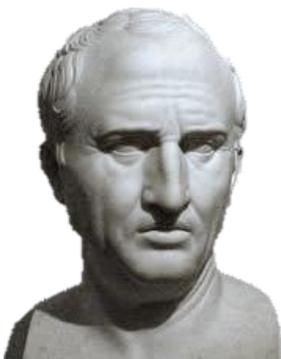
Durante la exposición, se nos mostró varias citas que llamaron nuestra atención. Ésta es una de ellas:

“Si haces lo que siempre has hecho nunca llegarás más allá de donde siempre has llegado”.

SEMINARIO DE DIGITAL BUSINESS



La idea principal de este seminario era explicarnos cómo el marketing despierta los deseos y las necesidades de los consumidores, haciendo el producto imprescindible. Tal y como nos enseñaron, el Digital Business se compone de tres fases. Primeramente, el estudio del mercado, esto es, conocer al consumidor: qué quiere y qué necesita. A continuación, debe crearse el producto adecuado, conociendo las capacidades de fabricación de la empresa. Finalmente se establece la comunicación, logrando que el consumidor conozca el producto y lo desee. A través de su experiencia en el negocio de las naranjas, el profesor Juan Luis González nos ilustró diferentes estrategias tácticas de promoción y marketing que él mismo llevó a cabo, para alcanzar una posición competitiva en el mercado cítrico. Nos incidió en lo importante que resulta el Community Manager, figura que se encarga de la comunicación externa (empresa-cliente). Éste ha de estar siempre al día de las últimas novedades, además de conocer al cliente y gestionar adecuadamente las posibles desviaciones y adversidades que vayan surgiendo durante el camino.



“Si quieres convencerme, has de pensar en lo que pienso, sentir mis emociones, y hablar con mis palabras”.- Cicerón.



SEMINARIO DE MERCADOS FINANCIEROS Y BOLSA



En este seminario práctico aprendimos una visión general sobre los mercados internacionales (monetarios, financieros, divisas y derivados). Se nos explicó en qué consistía la gestión de riesgo, así como realizar operaciones financieras como las relacionadas con el IBEX (bolsa española) o las internacionales.

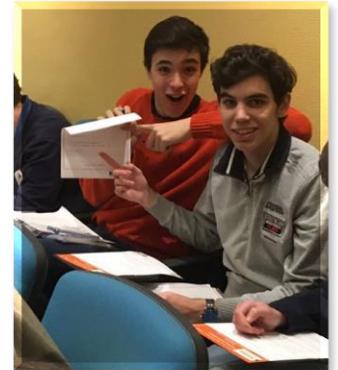
VALORACIÓN DEL CENTRO Y OPINIÓN PERSONAL

Tras varias visitas a ESIC durante este curso, podemos decir que nuestras impresiones han sido muy gratificantes. El ambiente general ha sido acogedor, cómodo y agradable. Se respira, tanto en el profesorado como en las aulas, un clima de trabajo y dedicación, con un alto nivel de profesionalidad y pasión por el mundo empresarial. Hemos agradecido los servicios prestados, como los almuerzos y el material escolar adecuado para sacar el máximo partido a las sesiones (bolígrafos, cuadernos, pen-drives...). También las visitas guiadas, que han permitido a los alumnos interesados en estudiar en el centro conocer más a fondo las instalaciones.



Los docentes no se han limitado a impartir clases puramente magistrales, sino que han puesto especial hincapié en nuestra participación, promoviendo el dinamismo y la puesta en común entre todos. Valiéndose siempre de casos prácticos y cotidianos, nos ha sido posible conocer de una manera más cercana la importancia y el sentido de los contenidos estudiados en la materia de Economía, tanto en 1º como en 2º de Bachillerato. Aplicando los conocimientos teóricos adquiridos durante el curso a estas situaciones reales, hemos sido más conscientes de todo lo aprendido y de su utilidad, no puramente laboral sino también personal y social. A través de esta metodología, hemos trabajado y reforzado nuestras habilidades en cuanto a trabajo en grupo, comunicación y oratoria. También la innovación y la originalidad, al tener que diseñar un proyecto desde cero; la tolerancia y el respeto hacia las ideas del resto de compañeros; además de aprender a trabajar bajo presión, capacidad requerida en cualquiera que sea nuestro trabajo futuro.

Asimismo, hemos tenido ocasión de tomar un primer contacto con el ambiente universitario, el cual constituye un futuro muy próximo para la mayoría de nosotros. Estas actividades, junto a la estancia en el centro y el haber visto con sus propios ojos el método de enseñanza de los profesores de Esic, han hecho ver a ciertos alumnos interesante y atrayente la idea de estudiar en este centro, famoso por su especialización en las diferentes ramas de la economía.



En definitiva, consideramos que es una actividad muy recomendable para cualquier persona, independientemente de su itinerario, ya que hemos podido descubrir nuestro potencial creativo y darnos cuenta de cómo llega a influir, casi inconscientemente, las estrategias empresariales en nuestras necesidades y decisiones de compra.

