

CCC
A I
0369

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá Universidad Javeriana Cra 7 N° 43 - 82 p.7 Ed. Angel Valtierra

FASE A "INFORMACIÓN DE REFERENCIA"

Estudio de mercado y expectativas profesionales

Presentación

Felafacs está realizando esta investigación sobre «Mercados y expectativas profesionales en el área de Comunicación en América Latina» con el objetivo de descubrir, caracterizar y analizar las tendencias del mercado profesional y las creencias de los diversos actores involucrados en las actividades de comunicación en América Latina. La investigación se está realizando en todos los países del continente de la misma manera. Le ruego colabore con nosotros contestando a las preguntas de este cuestionario que corresponde a la primera fase del estudio: «Información de Referencia». Con él se busca obtener una base lo más completa de las tendencias de formación de las diversas facultades en los últimos 14 años.

Cuestionario N°:

Provincia: Morelia, Michoacán
México.

Nombre y apellidos del recolector:
Sergio Inestrosa.

Universidad:
Latina de
América

Carácter de la Universidad Pública
 Privada

Facultad/Escuela: de Comunicación

Dirección: Merental Coatzaco
norte 355, Morelia, Michoacán
México, 58080

Teléfono: 91 (43) 16 44 41.

Fax: 91 (43) 16 44 41

p.1: Díganos por favor cuáles son las «áreas de orientación» de su Facultad o Escuela; el número de estudiantes actualmente matriculados en cada área; y el número total de estudiantes titulados en cada área desde 1980.

Instrucción: Llamamos «áreas de orientación» a aquella asignatura o conjunto de asignaturas del currículo donde se brinda una enseñanza específica y práctica de alguno de los campos profesionales de la comunicación. Por ejemplo periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional, producción de T.V, etc. Son las que algunas Escuelas o Facultades llaman «Enfasis profesionales» o «Áreas de profesionalización» o «Subsistemas».

Area de orientación	N° de estudiantes matriculados	N° estudiantes titulados desde 1980
1. <u>Medios de Comunicación</u>	X	X
2. <u>Mercadotecnia y publicidad</u>	X	X
3. <u>Diseño y publicidad.</u>	X	X
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		

p.2: Ahora díganos por favor las modificaciones que han tenido esas «áreas de orientación» desde 1980 hasta hoy, el año o los años en que ha ocurrido esa modificación y una razón para esa modificación.

Instrucción: las modificaciones de las «áreas» son los cambios de orientación que han tenido por la demanda de nuevos campos profesionales o por la ausencia de ellos. Por ejemplo en muchas Facultades el área denominada «Comunicación Empresarial» pasó a ser «Comunicación Organizacional».

Area de orientación	Modificación	Año	Razón
1. _____			
2. _____			
3. _____			
4. _____			
5. _____			

p.3: Señale por favor si existen documentos sobre las «áreas de orientación» y diga el título de cada uno de los documentos, el año en que fueron realizados y anéxeles al cuestionario.

¿Existen documentos sobre áreas de orientación?

Si

No

Instrucción: Llamamos «documentos» a cualquier escrito realizado por o en la Facultad sobre el tema de una o de todas las áreas de orientación. Generalmente son documentos mecanografiados o en computador que señalan el objetivo del área, las asignaturas que incluye y su duración y creditaje. Si esos documentos se hayan dentro del «Libro de Programas» que contiene el Plan de estudios general, por favor envíenos el libro.

	Año	Título
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		

p.4: Díganos por favor el tipo de Trabajo de Grado que realizan los estudiantes, el tiempo que demoran realizándolo y las formas de evaluación.

No existe trabajo de grado

Instrucción: cuando decimos «Tipo de Trabajo de Grado» estamos hablando de las diferentes modalidades de grado. Estos trabajos pueden ser producciones técnicas como videos o alguna otra modalidad de producción, monografías o tesis de grado, seminarios de final de carrera; y pueden ser evaluados como parte de una asignatura o como trabajo especial.

Tipo de trabajo	Duración	Forma de evaluación
1. Tesis	No más de 2 años	examen profesional
2. Reporte de Grupo	6 meses	evaluación de la calidad y logros del mismo.
3. Reporte de trabajo social	6 meses	" "

p.5: Señale y anexe los documentos producidos en o por la Escuela o Facultad sobre «Mercados Profesionales», el tipo de documento, el título y el año de realización.

No existen documentos



Instrucción: estos documentos pueden ser ponencias de profesores, investigaciones realizadas para o por la Escuela o Facultad, o documentos de trabajo. Estos documentos pueden ser diagnósticos, análisis o descripciones del mercado profesional.

Tipo de documento	Año	Título
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		

p.6: Díganos si la práctica profesional de los estudiantes está relacionada con las áreas de orientación, en qué semestre o año del plan de estudios se hace y si los estudiantes quedan vinculados con las organizaciones.

Instrucción: entendemos por práctica profesional el trabajo que realiza un estudiante en una organización en alguno de los campos de la comunicación al finalizar sus estudios o durante ellos y que está supervisado por la Escuela o Facultad. Si la escuela o facultad no tiene áreas de orientación señale simplemente las prácticas que hacen los estudiantes.

Area de orientación de la práctica	Semestre o Año	Tipo de vinculación con la organización
1. Medio de Comunicación Cin	a partir del 3er semestre	Como practicantes.
2. En agencias de publicidad Lond.	a partir del 3er semestre	Como practicantes.
3. Como diseñadores.	a partir del 1to semestre	En nuestra propia universidad diseñando
4.		la propia promoción y publicidad de la universidad
5.		Sidad (servicio social).
6.		

p.7: Díganos en qué tipo de organizaciones realizan los estudiantes sus prácticas profesionales, la duración de esa práctica -en meses- y señale si son remuneradas

Instrucción: díganos el tipo de organizaciones y no las organizaciones en concreto. Por ejemplo emisoras de radio, periódicos locales y/o nacionales, agencias de publicidad, bancos, hoteles, programadoras de T.V., universidades, etc.

Tipo de organización	Duración de la práctica	¿Hay remuneración?
1. Periódicos, Códigos de tv y radio	Al menos un semestre.	NO
2. la misma universidad.	"libre" o por servicio	NO
3.	social	
4. Agencias de publicidad	al menos un semestre.	NO.
5.		
6.		
7.		

p.8: Señale los recursos de infraestructura con que cuenta la Escuela o Facultad para las asignaturas de las áreas de orientación.

Instrucción: recursos de infraestructura son por ejemplo estudios de T.V, emisora de radio, sala de computadores, centro de documentación, etc.

Recursos de infraestructura	Áreas de orientación que los requieren
1. Talleres de radio, foto y televisión, computación y diseño	los 3. (medios, imagen y publicidad) y Diseño y publicidad.
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	

p.9: Díganos el número total de profesores de la Escuela o Facultad de dedicación exclusiva, dedicación parcial y por asignatura y el salario *en dólares* que reciben.

Instrucción: dedicación exclusiva son profesores de tiempo completo, dedicación parcial son profesores de medio tiempo, y asignatura son profesores de cátedra por horas. Para el salario díganos lo que gana un profesor de Tiempo completo y medio tiempo al mes, y lo que gana el profesor de asignatura por la hora de clase trabajada.

	Número	Salario(US\$)
Profesores dedicación exclusiva	1	2,000.- al mes.
Profesores dedicación parcial	X	
Profesores asignatura	12	230.- por hora al mes.

p.10: Díganos el número total de profesores de las áreas de orientación de dedicación exclusiva, dedicación parcial y por asignatura; el número total de profesores que tienen título de Comunicador y/o su variedad y el número de profesores con título de postgrado.

Instrucción: Cuando decimos título de comunicador o su variedad nos referimos a las diferentes modalidades de títulos que dan las Escuelas o Facultades de comunicación como Licenciado en Comunicación Social, o comunicador social periodista, etc.

Area de orientación	N° profesores dedicación exclusiva	N° profesores dedicación parcial	N° profesores asignatura
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Todavía no llegaron ellos

N° total de profesores de la Escuela/Facultad	N° profesores con título de Comunicador	N° profesores con Postgrado
11	4	3

p.11: Indíquenos el número de profesores de las áreas de orientación que realizan actividades profesionales fuera de la docencia y qué tipo de actividades realizan.

Instrucción: Indíquenos cuántos de ellos son por ejemplo periodistas o publicistas o jefes de relaciones públicas, o si son pequeños empresarios, o pintores, músicos, gerentes de banco, etc.

Area de orientación	N° profesores con otra actividad	Tipo de actividad
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

p.12: Díganos por favor si las áreas de orientación generaron estudios de postgrado dentro de la Escuela o Facultad o viceversa.

No existen postgrados



Instrucción: por ejemplo si el área de periodismo generó un postgrado en periodismo económico o uno en periodismo televisivo, o al contrario si el postgrado en Comunicación Organizacional generó un área de relaciones públicas.

Area de orientación	Postgrado
1.	
2.	
3.	

Postgrado	Area de orientación
1.	
2.	
3.	

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá

Pontificia Universidad Javeriana

Cra 7 N° 43 - 82 p.7

Ed. Angel Valtierra

Mercados y expectativas profesionales

FASE B
"INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL"
MODELO PARA LA RECOLECCIÓN DE
INFORMACIÓN

INFORMACION PERSONAL

Apellidos		Nombres	
Inestrosa González		Sergio.	
Sexo	Estado Civil	Fecha de nacimiento	Ciudad
<input type="checkbox"/> F <input checked="" type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> S <input checked="" type="checkbox"/> O	Día Mes Año 10 10 57	México, D.F.
Dirección residencia		Teléfono	Ciudad
Morelos 48, S2o Andrés Totoltepec, Tlalpazán, 14400, D.F.		(5) 8 49 0125	México D.F.
Dirección oficina		Teléfono	Ciudad
Manantial Coimatzio norte 205 Fraccionamiento Las Mesas Tides, Morelia, Michoacán		(43) 26 44 41	Morelia.

INFORMACION ACADEMICA

Año egreso Esc/Fac.	Año de grado	Postgrado	Universidad	Año de grado
92	Maestría	en Comunicación	UIA	

INFORMACION ACADEMICA

	Trabajo Actual	Trabajo Anterior	Pública	Privada	Coherencia con estudios
Empresa	Universidad Latina de América	Asistente de Investigación UIA.		X	
Departamento	Comunicación	Investigación		X	
Cargo	coordinador de la licenciatura.	Asistente.		X	
Expectativas de Trabajo	Investigador	Investigador titular		X	

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Santafé de Bogotá

Universidad Javeriana

Cra 7 N° 43 - 82 p.7

Ed. Angel Valtierra

FASE B

"INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL"

Estudio de mercado y expectativas profesionales

Presentación

Felafacs está realizando esta investigación sobre «Mercados y expectativas profesionales en el área de Comunicación en América Latina» con el objetivo de descubrir, caracterizar y analizar las tendencias del mercado profesional y las creencias de los diversos actores involucrados en las actividades de comunicación en América Latina. La investigación se está realizando en todos los países del continente de la misma manera. Le ruego colabore con nosotros contestando a las preguntas de este cuestionario que corresponde a la segunda fase del estudio; «Inserción en el mercado laboral» en el que se busca conocer las actividades profesionales de los egresados de una muestra de Facultades.

Cuestionario N°:

Municipio: Dorcelia, Nechaozón

Provincia: Quiché

Nombre y apellidos del recolector:

Sergio Justosa.

Universidad: Javeriana de América

Carácter de la Universidad Pública

Privada

Facultad/Escuela: Comunicación

Dirección: Manantial Coatzacoatz Norte
335, Marolía, Nechaozón.

Teléfono: 164441 (43)

Fax: 164441 (43)

p.1: Díganos por favor el número total de egresados de su Escuela o Facultad desde 1980. De ese total indíquenos cuántos son hombres, cuántas mujeres, el promedio de edad con el cual egresan, el estado civil y el número total de titulados.

Instrucción: egresados son aquellos estudiantes que finalizan sus estudios cumpliendo con todos los requisitos y que ingresan al mercado profesional titulados o sin titular.

		N° de egresados	N° de titulados
Hombres	Edad promedio		
	Estado civil		
	TOTAL		
Mujeres	Edad promedio		
	Estado civil		
	TOTAL		
TOTAL:			

Todavía no tenemos egresados.

p.2: Ahora díganos por favor el número total de titulados desde 1980 con estudios de postgrado y las principales áreas en que han realizado dichos estudios.

Instrucción: indíquenos las áreas generales como por ejemplo Ciencias Políticas, o Economía, Administración, Comunicación y Cultura, etc.

Áreas de postgrado	Número
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
TOTAL:	

Todavía no tenemos titulados.

p.3: Señale por favor el tipo de empresas y el número de egresados de su escuela o facultad que trabajan en ellas desde 1980. Díganos si son públicas, privadas o empresas propias

Instrucción: diga el tipo de empresa que puede ser periódico, agencia de publicidad, emisora de radio, banco, ministerio, etc., y el número de egresados vinculados con cada tipo de empresa.

Tipo de empresa	Pública, privada o propia	Número de egresados
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		
TOTAL:		0

No tenemos datos

este tipo de

de servicio

p.4: Díganos por favor en qué departamentos dentro de las empresas trabajan los egresados de su Escuela o Facultad desde 1980.

Instrucción: indique el departamento por ej: redacción, edición, creativo, relaciones públicas, personal, etc y el número de egresados por cada departamento.

Departamentos de las empresas	Número de egresados	
1. _____		
2. _____		
3. _____		
4. _____		
5. _____		
6. _____		
7. _____		
TOTAL:		0

No tenemos datos

p.5: Señale el tipo de cargo que ocupan los egresados de su Escuela o Facultad dentro de las organizaciones, las expectativas de trabajo que tienen y la coherencia o no con los estudios realizados.

Instrucción: el cargo puede ser director, reportero, fotógrafo, jefe de departamento, etc. Las expectativas sintéticas en categorías como adquisición de nuevos conocimientos, desarrollo de proyectos personales, mejora salarial, ascenso, etc.

Tipo de cargo	Espectativas de trabajo	Coherencia con los estudios
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		
9.		
10.		