

CCC  
AI  
0375

# 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: León, Guanajuato,  
México

Nombre y apellidos del recolector:

Lic. Jorge Federico Rébago  
Virgen

Universidad:

Universidad  
Iberoamericana Plantel León

Carácter de la Universidad

Pública

Privada

Facultad/Escuela: Licenciatura en  
Comunicación

Dirección: Libramiento Norte Km. 3

Teléfono: 11-38-60 11-38-61

Fax: 11-54-77

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».

Área de orientación	N° de estudiantes matriculados	N° estudiantes titulados desde 1980
1. Diseño Gráfico	12	2
2. Publicidad y C. de Instit.	25	7
3. Medios Audiovisuales	67	13
4. Producción de Televisión	31	6
5. Comunicación Organizacional	8	0
6. Com. y Cultura Mexicana	12	7
7. Publicidad	17	0

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».

Área de orientación	Modificación	Año	Razón
1. Medios Audiovisuales	Producción de Televisión	1991	Especialización
2. Publicidad y C. de Instituciones	Publicidad	1992	Especialización
3. Publicidad y C. de Instituciones	Comunicación Organizacional	1994	Especialización
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 anéxelos 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		Examen Recrepcional
2. Reporte de Servicio Social		Examen Recrepcional
3. Créditos de Maestría		Examen Recrepcional

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. Tabulación de Datos de Investigación Descriptiva	1993	Egresados de la Lic. en Comunicación y sus Empleadores. Una Descripción
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. Televisión	1994	Producción de Programas para T.V. Comercial
2. Publicidad	1993	Diseño de campañas con Agencias de la localidad.
3.		
4.		
5.		
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. Canal Comercial de Televisión	6 meses	No
2. Agencias Publicitarias	4 meses	No
3.		
4.		
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	Areas de orientación que los requieren
1. Sistema de producción de TV. Formato 3-4 SP. Estudio.	
<del>2</del> 2 Islas Edición. 2 Cabinas	Producción de Televisión.
2. Sala de Computadoras Mac-	
<del>3</del> intosh. Software para el diseño.	Publicidad.
<del>3</del> 3. Biblioteca, Diapositeca, Videoteca, Hemeroteca, Dis-	Ambas.
<del>5</del> coteca.	
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.

UJA-LEON

	Número	Salario(US\$)
Profesores dedicación exclusiva	4	800
Profesores dedicación parcial	3	400
Profesores asignatura	15	9

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. Publicidad	-	-	3
2. Producción de T.V.	-	-	3
3.			
4.			
5.			

N° total de profesores de la Escuela/Facultad	N° profesores con título de Comunicador	N° profesores con Postgrado
22	5	4

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. Publicidad	1	Director Medios Ag. Pub.
2. Producción de T.V.	3	Capacitación
3.		Estudio Propio
4.		Dir. Producción TV.
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	
Sexo	Estado Civil	Fecha de nacimiento	Ciudad
<input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> O	Día    Mes    Año <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	
Dirección residencia		Teléfono	Ciudad
Dirección oficina		Teléfono	Ciudad

#### INFORMACION ACADEMICA

Año egreso Esc/Fac.	Año de grado	Postgrado	Universidad	Año de grado

#### INFORMACION ACADEMICA

	Trabajo Actual	Trabajo Anterior	Pública	Privada	Coherencia con estudios
Empresa					
Departamento					
Cargo					
Expectativas de Trabajo					



# 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: León

Provincia: Guanajuato; México

Nombre y apellidos del recolector:

Lic. Jorge Federico Rábago

Virgen

Universidad: Universidad

Iberoamericana Plantel León

Carácter de la Universidad       Pública

Privada

Facultad/Escuela: Licenciatura en  
Comunicación

Dirección: Libramiento Norte Km. 3

Teléfono: 11-38-60    11-38-61

Fax: 11-54-77

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	24	
	Estado civil	Soltero	
	TOTAL	36	6
Mujeres	Edad promedio	23	
	Estado civil	Soltera	
	TOTAL	136	30
TOTAL:		172	36

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. Educación	1
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
TOTAL:	1

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. Medios (Productoras de radio y T.V. Periódicos, Agencias P.)	Privada/Propia	69
2. Banco	Privada	14
3. Industria	Privada	34
4. Dependencia Gubernamental	Pública	8
5. Servicios - Comercio	Privada / Propia	12
6. Diseñadora/Impresora	Privada	6
7. Escuela	Pública Privada Propia	15
8. Desempleo/Hogar		14
<b>TOTAL:</b>		172

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. Producción/Redacción/Creativo	65	
2. Relaciones	21	
3. Docencia	15	
4. Informática	4	
5. Personal	28	
6. Diseño	15	
7. Análisis de Información	10	
8. Desempleo	14	
<b>TOTAL:</b>		172

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. Director	Desarrollo de Proyectos Personales. (DPP)	Sí. Usa lo aprendido en la Carrera.
2. Productor	DPP	Sí. Aunque falta más Mercado Tecnia.
3. Jefe de Area	Mejora Salarial	Sí.
4. Supervisor	Desarrollo de Creatividad. Servicio a la Comunidad.	Sí.
5. Creativo	DPP	Sí. Le sirve lo visto en la Carrera.
6. Redactor	Concreción de Ideas Comprensión de lo real.	Sí, pero aún no a satisfacción.
7. Diseñador	Actualización de conocimientos	No. Faltó mucha Computación.
8. Docente	Actualización Técnica.	Sí, pero falta aún actualizarse.
9.		
10.		