



FACULTAD DE MAESTRÍAS Y ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN DOCENCIA UNIVERSITARIA



TEMA:

“Competencias que demanda el mercado laboral y las que ofrece el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicaciones”

PRESENTADO POR:

**Karla Patricia Martínez Reyes
Vilma Estela Zepeda García
Jaime Patricio Villacorta Vega**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

MAESTRO EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

DICIEMBRE, 2009

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

INTRODUCCIÓN

El documento que se presenta a continuación ha sido estructurado en seis capítulos. En el primero se presenta el Planteamiento del problema, que describe la situación que enfrentan actualmente en el mercado laboral los graduados de la licenciatura en Comunicaciones. Esta última, por ser un área dinámica y cambiante, demanda de una constante actualización y adecuación del Plan de Estudios.

El segundo capítulo está compuesto por el Marco teórico. Básicamente describe los escenarios laborales y la necesidad de perfilar un profesional competente ante las exigencias del mundo laboral, y estimular en el estudiante de Comunicaciones, las competencias cognoscitivas, procedimentales y actitudinales; además, el uso de tecnologías de la comunicación y las áreas de redacción. Se hace referencia al compromiso que toma la Universidad Tecnológica de El Salvador ante tal situación, considerando la actualización de los programas de estudios y la reacreditación como respuesta a la calidad académica que demandan las diferentes áreas educativa, política y social de nuestro país.

En el tercer capítulo se presenta el Sistema de hipótesis, donde se afirma o niega el Planteamiento del problema de investigación. Se trabajó solamente con

el objetivo general y se operacionalizó únicamente la hipótesis general con sus respectivos indicadores.

El cuarto capítulo presenta la Metodología de la investigación, describiendo el tipo de procedimientos por ejecutar, la población y muestra objeto de estudio, técnicas e instrumentos por utilizar en el proceso de recolección de datos y la forma de cómo se analizarán los resultados.

En el quinto capítulo se analiza la información recabada a través del instrumento diseñado para ello. La interpretación plantea la interrelación de todos los elementos identificados en la etapa de análisis. En consecuencia, el estado actual de las competencias, tanto en el plan de estudios como las que espera el mercado laboral, queda plasmado en esta última etapa.

En el último capítulo se sistematiza todo el conocimiento a través de las conclusiones. En ellas se refleja el producto de la investigación. En las recomendaciones formulamos una serie de planteamientos, los cuales influirán en la actualización del plan de estudios de la carrera de licenciatura en Comunicaciones, para mejorar de las competencias de los graduados.

ÍNDICE

Introducción	i
Capítulo I.	
Planteamiento del problema	1
A. Situación problemática.....	1
B. Estado de la cuestión	2
C. Formulación del problema.....	5
D. Delimitación del problema.....	6
E. Justificación del problema.....	6
F. Objetivos de la investigación.....	8
G. Limitaciones de la investigación.....	9
Capítulo II.	
Marco Teórico y Conceptual de Referencia	10
a. Antecedentes	10
Evolución de las comunicaciones.....	13
Énfasis en la calidad de la educación superior.....	16
Proceso de acreditación y evaluación.....	18
Mejorar las competencias.....	18
Competencias por desarrollar en la licenciatura en	
Comunicaciones	20
Competencias de entrada	20

Competencias a la mitad de la carrera.....	21
Competencias de salida	24
Perfil del profesional graduado	28
Formas de evaluación de la carrera contempladas en el Plan de Estudios 2008-2012	35
Capítulo III.	
Sistema de hipótesis.....	37
a. Operacionalización de hipótesis en variables... ..	38
b. Operacionalización de variables en indicadores.....	39
c. Matriz de congruencia.....	40
Capítulo IV.	
Metodología de la investigación.....	41
a. Tipo de investigación.....	41
b. Población y muestra.....	41
c. Recolección de datos.....	43
Capítulo V.	
Análisis e Interpretación de resultados.....	45
Comparación de los puestos de trabajo formulados en el plan de estudios y los puestos de trabajo en las empresas investigadas.....	46
Encuesta a empleadores.....	49
Comparación de los conocimientos establecidos en el plan de estudios con los que demandan las empresas consultadas.....	65

Comparación de las habilidades establecidas en el plan de estudios con las que demandan las empresas consultadas.....	68
Comparación de las actitudes establecidas en el plan de estudios con las que demandan las empresas consultadas.....	70
Conocimientos, habilidades y actitudes que ofrece el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones y que no demandan las empresas investigadas.....	72
Conocimientos, habilidades y actitudes que demandan las empresas investigadas y que no ofrece el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones.....	74
Conocimientos, habilidades y actitudes que demandan las empresas investigadas y que no ofrece el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones (Frecuencia).....	78
Asignaturas del plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones en las que aparecen los conocimientos, habilidades y actitudes que demandan las empresas investigadas.....	82

Capítulo VI.

Conclusiones y recomendaciones.....	88
A. Conclusiones.....	88
B. Recomendaciones.....	88

Bibliografía

Anexos

Anexo 1: Guía de entrevista.

Anexo 2: Instrumento de investigación, Formulario 1.

Anexo 3: Instrumento de investigación, Formulario 2.

Anexo 4: Objetivos de la carrera.

Anexo 5: Perfil del profesional que se pretende formar.

CAPÍTULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. Situación problemática

En El Salvador, cada año los centros de educación superior gradúan a cientos de profesionales destinados a trabajar en el área de las comunicaciones. Demás está decir que muchos de los graduados encontrarán trabajo en el área de su especialización; otro porcentaje no tendrá esa suerte, ya sea porque el mercado laboral es limitado o porque no desarrollaron las competencias que demanda.

Todas las instituciones de educación superior deben actualizar sus planes de estudio cada período es equivalente al de la duración de la carrera. El ideal es que la actualización responda a las demandas del mercado laboral no solo para que los graduados encuentren un empleo, sino también para que puedan crear sus propias empresas.

Cuando las actualizaciones de los planes de estudio no toman en cuenta la demanda del mercado laboral, para los graduados es mucho más difícil encontrar oportunidades de empleo.

En tal situación, la Universidad Tecnológica de El Salvador¹ (UTEC) tiene un serio reto. En la medida que el mercado laboral sea incapaz de absorber a la mayoría de estos jóvenes, será una muestra de que las instituciones de educación superior no están formando los profesionales que ese mercado laboral demanda; situación que significa una piedra en el camino, tanto para los graduados aspirantes a los puestos de trabajo como para las empresas y, por qué no decirlo, también para las universidades formadoras de estos profesionales.

Muestra de ello son los resultados que cada año brindan los centros de estudios superiores, quienes otorgan a la sociedad cientos de graduados en diferentes carreras a sabiendas de que la demanda laboral que existe es mínimamente aceptable.

B. Estado de la cuestión

En vista de la demanda que impera en el mundo laboral, tanto de las empresas públicas como de las privadas, la Universidad Tecnológica de El Salvador, con miras a satisfacer las demandas del mercado, realizó un estudio para revisar y actualizar los programas que forman el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones. Por lo que el director de la

¹ Universidad Tecnológica de El Salvador, que se denominará indistintamente UTEC.

escuela de Comunicaciones, licenciado Domingo Alfaro, junto con los coordinadores de las diferentes áreas de comunicaciones, los profesionales Licda. Edith Vaquerano de Portillo, Lic. Antonio Herrera Palacios y un grupo de especialistas reconocidos en el campo fueron los encargados de actualizar los contenidos programáticos de sus respectivos departamentos, para consolidar un nuevo plan de estudios.

Cabe destacar que en todos los planes de estudio actualizados se hizo un esfuerzo por desarrollar a niveles superiores las competencias, con el único afán de potenciar el valor agregado de las carreras servidas por la escuela de Comunicaciones, tanto en el área humanística como en la especialización.

En el plan de estudios 2008 se trabajó en potenciar algunas competencias en la comunicación profesional, tanto oral como escrita y en la sustentación de ideales éticos de carácter personal y social, así como también la capacitación permanente mediante la iniciativa personal con una clara proyección social.

Lamentablemente no, existe un informe escrito que pueda dar cuenta del trabajo pormenorizado y detallado sobre el proceso; es decir, de los

diferentes momentos sobre los cuales trabajaron para crear un documento de vasto interés académico y social.

Es importante señalar que en el año 2008 se llevó a cabo un trabajo de investigación acerca de “ Oportunidades laborales en el corto plazo para los estudiantes egresados y graduados de la carrera de Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador 2007”, trabajo presentado por los docentes investigadores Jaime Villacorta y Óscar Sánchez. Dicha investigación, elaborada bajo el método de la investigación operativa (IVOP), se limitó a identificar “cuellos de botella” que presentan los graduados de Comunicaciones de esta universidad a la hora de competir en el mercado laboral, con especialistas de otras universidades en la misma disciplina.

Algunos aspectos relevantes que se obtuvieron en la investigación son los siguientes: los empleadores consideraron que los graduados de la UTEC deben fortalecer áreas como la redacción, la investigación y el conocimiento de la realidad nacional; la pretensión o expectativas de los empleadores en cuanto a que el especialista en comunicaciones graduado de la UTEC debe ser un especialista “todoterreno”; es decir, que se desempeñe perfectamente en el área de las relaciones públicas, periodismo,

publicidad y con buen dominio de la tecnología utilizada actualmente en el mundo de las comunicaciones.

Adicionalmente, el profesional de la UTEC subraya la necesidad de que la institución fortalezca la imagen institucional, sobre todo a partir de los logros académicos, pues han identificado en sus empleadores la tendencia a prejuizar a partir del centro de educación superior donde se graduaron.

Por tanto, es de suma importancia desarrollar de forma inmediata un esfuerzo para determinar cuáles son las competencias que esperan los empleadores de los graduados en la UTEC en el área de las comunicaciones, para que los planes de estudio actualizados en el 2008, sin lugar a dudas puedan expresar en una siguiente etapa de actualización las transformaciones necesarias apegadas a la calidad de la educación superior que demande en ese momento el mercado.

C. Formulación del problema

Con esta investigación se dará respuesta al siguiente problema:

¿Qué nivel de correspondencia existe entre las competencias que demanda el mercado laboral y las que ofrece el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones de la UTEC?

D. Delimitación del problema

1. Delimitación espacial

La investigación se realizó en empresas de televisión y radio, medios escritos e instituciones públicas y privadas que cuentan con un departamento de relaciones públicas y comunicaciones, en los departamentos de San Salvador y La Libertad.

2. Delimitación temporal

Se realizó en el periodo comprendido entre los meses de abril - agosto del año 2009.

E. Justificación del problema

Tras reflexionar acerca de los perfiles de los profesionales en comunicaciones que la UTEC gradúa, y que se insertan año con año en el mercado laboral, cabe preguntarse: ¿Realmente este tipo de profesionales son los que necesita nuestro país en el área de las comunicaciones?, ¿O se debe profundizar en las transformaciones curriculares y dotarlas de los elementos que nos permitan formar cuadros que se ajusten a las exigencias de un mercado cambiante?

La voluntad por ejercer y garantizar la calidad en la formación del estudiante de comunicaciones de la UTEC requiere de un nivel igual o mayor a los exigidos por las normas de calidad que permean las escuelas de comunicación a escala nacional e internacional. Por ello la UTEC tiene la disposición de ofrecer la licenciatura en Comunicaciones, tal como lo ha hecho desde hace más de dos décadas. Se ha mencionado anteriormente que el mercado laboral es cambiante; por ello, los planes de estudio también deben renovarse cada cierto tiempo para cubrir las expectativas que los empleadores tienen acerca de los profesionales en el área de comunicaciones y así colocar en diversos puestos de trabajo a los profesionales graduados de la UTEC.

Se debe trabajar a partir de los nuevos aportes que la pedagogía contemporánea pone a disposición del docente y de las instituciones de educación superior, para preparar y formar nuevos especialistas que se conviertan en agentes de cambio social y económico, y, de esa forma, salir del subdesarrollo.

F. Objetivos de la investigación

Objetivo general

- Conocer el nivel de correspondencia que existe entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Objetivos específicos

- Identificar las competencias profesionales que demanda el mercado laboral al licenciado en Comunicaciones en las áreas de relaciones públicas y periodismo.
- Identificar las competencias profesionales que se pretenden formar en el estudiante de la carrera de licenciatura en Comunicaciones, presentadas en el Plan de Estudios 2008, que ofrece la Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Comparar las competencias que demanda el mercado laboral y las que ofrece el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

G. Limitaciones de la investigación

Con el presente estudio no se investigó la proyección de número de puestos en cada empresa de las áreas por investigar en función de edad, sexo, género, uso de tecnologías y escala de salarios, datos que son importantes pero que pueden ser investigados por medio de otros estudios que enriquezcan los hallazgos de éste.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE REFERENCIA

A. Antecedentes

A partir de la necesidad que existe en el actual escenario laboral salvadoreño de cubrir con especialistas de alto rendimiento las áreas estratégicas de la comunicación social, el perfil profesional del especialista graduado en esta disciplina debe orientarse a una serie de competencias, las cuales lo harán más competitivo ante las nuevas exigencias del mercado.

La escuela de Comunicaciones, perteneciente a la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), hace especial énfasis en la actualización de los planes de estudio de la Licenciatura en Comunicaciones, y de los técnicos en Relaciones Públicas y en Periodismo, especialidades que ofrece a partir de su creación en 1986 con el propósito de estimular un cambio evolutivo, con base en una rigurosidad científico-pedagógica.

En la última actualización que ha experimentado, el pensum de la carrera de licenciatura de Comunicaciones (Plan 2008) visualiza claramente la corriente e intensidad con que se trabaja alrededor de estimular las competencias en las diferentes áreas, ya sea en redacción, relaciones

públicas o en el manejo de las diferentes tecnologías que auxilian el proceso de comunicación contemporáneo.

Sin embargo, aún es temprano para evaluar resultados, ya que la primera promoción de este plan de estudios se espera para el 2013. Será entonces cuando se evaluará la correspondencia ante las nuevas exigencias del mercado a los nuevos especialistas.

No obstante, se deben crear en las condiciones actuales mecanismos de medición y evaluación para identificar si se transita por el camino correcto; de ser necesario, fortalecer o corregir las áreas deficientes y sostener aquellas donde se identifiquen fortalezas.

La carrera de técnico en Periodismo ha experimentado algunos cambios. Esta carrera tiene una duración de tres años, incluyendo el proceso de graduación; y en el afán de motivar y desarrollar el análisis y la interpretación en el joven estudiante de periodismo, han sido incluidas dos nuevas asignaturas que les permiten estimular las competencias.

De ahí que en el nuevo pensum aparecen las asignaturas Géneros de opinión y Opinión pública.

Anteriormente la asignatura de Editorial se limitaba a estudiar y practicar en el aula con base en los espacios teóricos que los textos especializados ponían a disposición en torno a este género de opinión. Hoy se amplía el conocimiento con la asignatura Géneros de Opinión, la cual permitirá crear las competencias para que el estudiante asimile la experiencia del artículo de fondo, el ensayo, la columna o el comentario.

En lo que corresponde a la carrera de técnico en Relaciones Públicas, se puede señalar que, al igual que las otras dos carreras, ha experimentado cambios, con el objeto de estimular competencias que, a juicio de los especialistas, se habían descuidado en el plan de estudios anterior.

En el nuevo Plan de Estudios 2008, los estudiantes de esta especialidad cursarán asignaturas como Inglés I e Informática. Es evidente que se busca crear la base fundamental para que los estudiantes al terminar su carrera se sientan con la confianza necesaria de ir en busca de las oportunidades laborales a que tienen derecho como nuevos especialistas en el campo de las comunicaciones.

Evolución de las comunicaciones

Las comunicaciones a lo largo de la historia han sido claves para el desarrollo de la especie humana. Estas han evolucionado en la medida que el hombre ha buscado la forma de comunicarse por sus múltiples necesidades, al momento de establecer una interacción continua en el diario vivir.

En este proceso el lenguaje juega un papel activo y dinamizador de las relaciones entre los hombres y mujeres de un grupo humano. Los signos y los símbolos son los elementos primarios para que las personas con sus mecanismos decodificadores encuentren la forma común para interactuar y llevar así a feliz término las actividades, en las diferentes esferas de la vida.

No se puede hacer a un lado el lenguaje corporal. Para las personas discapacitadas esta forma representa una gran posibilidad de comunicar aspectos que por la falta de habla o sordera no pueden hacerlo

En el ámbito de la tecnología la radio juega un papel muy importante. Existe actualmente un código fonético internacional de mucha utilidad para las

diferentes actividades productivas comerciales tanto en el área marítima como en la aérea.

Existen también otras posibilidades de comunicación a través del código de banderas, que puede utilizarse en al menos nueve idiomas. Se utiliza para transmitir avisos o en caso de catástrofe, para fines militares tanto en mar como en tierra, en tiempos de paz o de guerra.

Antes de la invención de la imprenta, los egipcios inventaron la utilización del papiro, su perdurabilidad es evidente hasta nuestros días. Gracias a este elemento y su uso, hoy conocemos muchos de los aspectos de la vida de los antiguos egipcios, así como de sus manifestaciones sociales, culturales, económicas y políticas.

La invención de la imprenta de tipo móvil en el siglo XV, por el alemán Juan Gutemberg, fue el jalón para que la historia del hombre experimentará un giro, ya que este invento en alguna medida influyó en la difusión de las diferentes formas de pensamiento, más personas tuvieron acceso al conocimiento, tanto tecnológico, político, religioso, incluyendo la literatura de los clásicos griegos, como de las grandes gestas militares.

En 1837 fue inventado el telégrafo, lo que dio paso, para que las grandes urbes y los centros industriales, políticos y económicos se interconectarán entre sí, abriendo el camino al acortamiento de las distancias debido a la evolución vertiginosa de las comunicaciones.

Hoy día la fibra óptica es una alternativa a los viejos cables de cobre, dando la posibilidad de interconectar más de un millón de llamadas al mismo tiempo. El impacto es asombroso, las fronteras han desaparecido paulatinamente, no hay problema si se está en Manila o en Río de Janeiro, tal separación geográfica no es pretexto para realizar negocios o disfrutar de un espectáculo deportivo o musical.

El concepto de *aldea global*, término que aparece en la década de los setenta, como un aporte de Marshall McLuhan, para entender la vertiginosa carrera de las comunicaciones en un afán por acercar a los hombres del planeta no importando, el punto geográfico donde habite. Hoy día más de 900 millones de personas están interconectados por la red de Internet. Este portentoso invento acercó de manera decisiva a los diferentes sistemas socioeconómicos a los modelos de desarrollo; a los centros de poder los hizo vecinos de al lado. La Internet, proceso de comunicación multimedia, capaz de navegar en los caminos interminables de la red es, hoy por hoy, el invento de los últimos años que ha influenciado en la construcción de

nuevos rasgos culturales entre cada uno de los pueblos de la Tierra. Se terminaron las distancias, el concepto de *tiempo*. La Internet cambió las maneras de pensar; es posible que una nueva revolución en las comunicaciones cambie los paradigmas actuales de nuestra civilización.

Énfasis en la calidad de la educación superior

En vista de la importancia de desarrollar una serie de competencias en los profesionales del área de las comunicaciones, la escuela que imparte esta especialidad en la UTEC con el único fin de garantizar una inserción exitosa de nuestros graduados en el mercado laboral actual y de acuerdo a la corriente que marca a la educación superior en América Latina, se enfoca en mejorar la calidad de los planes de estudio de las especialidades antes mencionadas.

Asume en este sentido, que la calidad de los conocimientos impartidos en las aulas de la UTEC, en cuanto a los parámetros establecidos por los especialistas en el campo, están en consonancia con las políticas que al respecto externa la Comisión para la Educación de las Naciones Unidas (Unesco). Luego de la década de los años 80, cuando en la educación superior aún existía una fuerte presencia estatal y con un protagonismo muy fuerte de la autonomía institucional; un ejemplo de ello, sería la

Universidad de El Salvador, la cual funciona con una buena parte del presupuesto de la nación, y con una Ley Orgánica que le permite normar y funcionar internamente.

Sin embargo, en la década de los noventa, con la irrupción del neoliberalismo en todos los ámbitos de la vida, incluyendo la educación, tiene que adaptarse a nuevas estrategias en las que se impulsaba políticas de mercado y de privatización de servicios públicos, entre ellos la educación.

Frente a tal situación, desde esa fecha ha sido necesario establecer mecanismos de control de calidad en relación con los procesos que regulen el buen funcionamiento de las universidades (Informe sobre Educación Superior 2000-2005 del IESALC).

Crece la preocupación ante tal heterogeneidad de la calidad de la educación superior en nuestro continente y, por consiguiente, en nuestro país, aunque aún son lentos los procesos para asegurar la calidad de la educación que se imparte en nuestras universidades. Se hace todo lo posible por garantizar que esta mejore con el día a día.

Procesos de acreditación y evaluación

Para mejorar la calidad de la educación se han diseñado los procesos de evaluación y acreditación en las Instituciones de Educación Superior. En esta corriente, la UTEC marcha a la vanguardia, pues es una de las instituciones de educación superior en nuestro país que manifiesta un interés especial a la hora de adherirse a este proceso, que es una garantía para elevar, sin lugar a dudas, la calidad de la educación que en ella se imparte.

El año recién pasado, la UTEC se sometió a este proceso ante las autoridades de educación superior, un área que funciona adjunta al Ministerio de Educación. Los resultados obtenidos por la evaluación reflejan el esfuerzo de años para mostrar los parámetros idóneos ante los cuales la calidad de la enseñanza es lo más importante.

Mejorar las competencias

Ante tal situación, la UTEC no cesa en el esfuerzo común de las autoridades superiores de la universidad, el personal docente y el administrativo y todos aquellos que velan por generar una cultura de evaluación permanente con el fin de mejorar los niveles de competencia de los egresados de esta universidad.

Con el cambio de planes, se toca pues un hilo sensible del tejido educativo de nuestro país, se genera, como consecuencia de ese proceso, una revisión continua de las competencias que deseamos desarrollar en nuestros estudiantes para que sean un agente de cambio y progreso contribuyendo de esta manera con el desarrollo de El Salvador.

Entre mejor se cumplan los compromisos para con los procesos de acreditación, más importante se vuelve la responsabilidad de alcanzar niveles superiores de desarrollo en relación con las competencias que exige la práctica de la profesión en este momento.

Todos los países del mundo contemplan en sus respectivas leyes constitucionales el derecho a la educación. El Salvador no es la excepción. A lo largo de este proceso han sido identificadas muchas de las debilidades del sistema de educación superior, las cuales alcanzan a esta universidad. Es pues obligación de todos trabajar por construir niveles de calidad, los cuales desarrollen competencias cualitativamente superiores año con año.

Competencias por desarrollar en la licenciatura en Comunicaciones.

Competencias de entrada

Desde su creación, la Universidad Tecnológica ha visto con especial preocupación las competencias que deben ser desarrolladas en los estudiantes que ingresan a la carrera de Comunicaciones. En los diferentes planes de estudio se refleja la evolución de estas competencias, no solo en sus inicios, sino también a la mitad de su desarrollo y hasta el final.

Entre las competencias generales (de entrada) que se han de desarrollar por parte de los aspirantes a licenciados en Comunicaciones se mencionan: conocimiento básico del idioma inglés, de la realidad nacional, de informática; razonamiento verbal, lógico, despertar interés por los medios de comunicación, es decir, se debe crear en el estudiante que recién inicia su carrera un marco lógico que le permita orientarse en el complejo mundo del saber, sobre todo en un momento en que la sociedad del conocimiento renueva constantemente las premisas para conocer la realidad.

Competencias a la mitad de la carrera

Las competencias que se espera hayan hecho mella en los jóvenes estudiantes, habiendo cursado la mitad de las asignaturas de la carrera, podemos destacar: capacidad de análisis y comprensión de la realidad nacional. Es muy importante que el futuro cuadro profesional en comunicaciones conozca de cerca los entornos político, social, económico y cultural del país, con los cuales le tocará interactuar, más temprano que tarde, en su esfuerzo por poner a disposición sus saberes en el mercado laboral

Tener la suficiente entereza para comprender las diferentes formas de conducta del individuo; por lo tanto, ser capaz de explicarse de acuerdo con determinados escenarios, el porque de sus variadas respuestas; es decir, debe comprender las diferentes formas de cómo se comportan los individuos en los diferentes planos de la realidad.

Otra de las competencias que el plan de estudios actual se propone fortalecer entre los estudiantes a la mitad de la carrera de Comunicaciones es la capacidad de analizar y, por tanto, de hacer suyos los retos para avanzar de cara al desarrollo en las condiciones de nuestro siglo.

Especial énfasis requiere preparar a estos jóvenes *“en los principios básicos del conocimiento administrativo, de gerenciamiento y planeación de sus actividades laborales a futuro”*.² Debe de saber identificar los diferentes medios de comunicación a partir del reflejo político e ideológico que transmiten en las diferentes secciones, identificar como los fenómenos sociológicos influyen para que determinados medios establezcan compromisos con determinados sectores de la población.

La parte del comportamiento apegado a los principios éticos de la profesión es un compromiso serio, que los estudiantes en esta etapa deben haber desarrollado, pues sin normas ni valores se sobrepasan los límites que nos permiten vivir en armonía con el resto de individuos que componen el grupo social. Cabe señalar que la misión y visión de la UTEC es trascendente pues exige de cada uno de sus egresados, docentes y empleados, un claro compromiso con este tipo de principios.

En el campo de las disciplinas académicas es importante destacar que, en este punto de su carrera, los estudiantes deben desempeñarse en el manejo de equipo y producción de material fotográfico, en la redacción de material noticioso; es decir, de alguna forma el joven debe ser capaz de dar

² Universidad Tecnológica de El Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela de Comunicaciones. Documento vigente. Planes de estudio de la licenciatura en Comunicaciones, Técnico en Relaciones Públicas y Técnico en Periodismo, 2008-2012, San Salvador, pág. 2.

respuestas fiables a determinados compromisos, laborales si el caso lo amerita. Muchos de los jóvenes estudiante a ese nivel de la carrera optan por trabajar, por tal razón se ven en la necesidad de poner a disposición de sus empleadores aquellas competencias desarrolladas y asimiladas hasta entonces.

El conocimiento básico de un segundo idioma, en este caso el inglés, les abre nuevas posibilidades de acercarse a bibliografías actualizadas, así como de continuar desarrollando las habilidades y destrezas de esta lengua, que hoy en día les facilita las oportunidades de trabajo en las diferentes áreas laborales.

A este nivel de conocimientos, el plan de estudios apuesta por que los estudiantes sean capaces de analizar e interpretar a través de la elaboración de notas de opinión todo lo concerniente a sus inquietudes en referencia al entorno cultural, tecnológico y social en el que se desempeñarán. Solo en la medida que los estudiantes puedan ubicarse dentro de un contexto concreto y de antecedentes de situaciones especiales, el futuro egresado será capaz de modificar su realidad.

Competencias de salida

En esta etapa, la última de la carrera, se espera que los egresados hayan asimilado las competencias que les permitirán, ir al encuentro del mercado laboral, el cual cada día se vuelve más exigente; espera respuestas efectivas y eficaces de las personas que entran a formar parte de esas empresas e instituciones.

En este documento se señalan las competencias que se considera son determinantes para que los graduados de la UTEC deben formarse con eficiencia, y así ponerlas a disposición de sus empleadores.

Aparte de conocer la realidad nacional en sus diferentes ámbitos, deben de ser capaces de comprender, conocer a aquellas personas con las cuales establecen relaciones laborales, a los que brindarán sus servicios profesionales; en fin, conocer los diferentes tipos de conducta de los individuos de la sociedad de la que forman parte.

Resumir la cantidad de competencias que deben ser parte natural y de formación profesional de los egresados y graduados de la UTEC es un reto de mucha responsabilidad. Sin embargo, debe hacerse para comprender el tema planteado.

Por tanto a través de este documento se debe dar a conocer qué es lo que hace la escuela de Comunicaciones para consolidar los conocimientos adquiridos y expresados en los diferentes procesos de enseñanza y aprendizaje, asimilados durante el desarrollo de la carrera por los estudiantes y egresados, reflejados en forma de competencias, que son la carta de presentación de los graduados.

Al final, pues, es importante que la capacidad de comunicarse, de analizar las diferentes situaciones para transformarse en individuos que tengan injerencia en los cambios que experimenta en el día a día este país sean una realidad.

Quiere decir entonces que, aparte de transmitir adecuadamente sus ideas y de conocer los principios básicos para administrar correctamente sus esfuerzos, deben ser capaces de manipular de manera correcta el equipo y tecnología que exige el escenario laboral.

La informática, incluyendo Internet, que ha tenido una influencia decisiva en cualquier área del pensamiento, forma desde hace algún tiempo parte importante de la formación básica del profesional de las comunicaciones, sin el dominio de ellos, los profesionales tienen desventajas competitivas en el mercado laboral.

La universidad, a través de la implementación del plan de estudios, brinda las posibilidades de acumular competencias a través de conocer principios básicos sobre estadísticas y la solución de problemas afines a esta disciplina.

Entre las competencias de salida que el egresado debe haber consolidado cabe destacar la capacidad de aplicar de manera exitosa las competencias básicas de las relaciones públicas, pues son estas, conjuntamente con los saberes adquiridos en relación con las técnicas mercadológicas y en el área de la publicidad, las que hacen al graduado de la UTEC eficiente y generador de confianza ante sus empleadores.

De vital importancia resulta manejar competencias enfocadas al diseño, manejo y edición de un periódico, de las secciones que en él se reflejan, de los diferentes géneros, para saber expresar el sentir e ideario filosófico de la institución a la que pertenece. Las competencias a las que hace referencia este material escrito son determinantes para la consecución de los intereses estratégicos, razón por la cual el futuro graduado selecciona a la UTEC para estudiar en el área de las comunicaciones.

En el campo de la publicidad las competencias que han sido identificadas como una prioridad son aquellos saberes que permitan diseñar, planificar,

conducir, asesorar y evaluar una campaña publicitaria, atendiendo al tipo de medio en la que esta se realice. Se ofrece la formación básica en el área de la propaganda política, a fin de dotarlo con conocimientos básicos que le permitan razonar, reflexionar y formar una actitud activa ante los mensajes políticos, producto de una comunicación política.

Así como es capaz de valorar los mensajes provenientes de una comunicación cuyo origen es la política, el graduado también es un guía para conducir de manera eficiente los diferentes planes estratégicos que requieren las campañas de comunicación institucional.

Para finalizar con este breve marco referencial acerca de las competencias por desarrollar en los licenciados en comunicaciones, es importante dotar al egresado en competencias que le permitan enfrentar con éxito situaciones de crisis y desarrollar en el marco social adecuado, políticas de responsabilidad hacia las comunidades más necesitadas. La UTEC expresa en este campo el sentir con que sus fundadores emprendieron el reto de preparar jóvenes para forjar un futuro mejor en el ámbito del desarrollo y el progreso.

Perfil del profesional del graduado de la UTEC

En este apartado se trata de establecer el perfil general de los graduados de las diferentes especialidades de la escuela de Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador. En tal sentido, se trabajan competencias en cuatro áreas fundamentales: *“de formación general, básicas de la carrera, área humanística y de énfasis de la especialización”*.³

En el campo de las competencias generales se trata de resumir y reflejar lo más cercano a la realidad en correspondencia con los planes de estudio formulados para el 2008-2012. Los profesionales, tanto a nivel de licenciatura, como a nivel de técnico, deben de ser aptos para comunicarse tanto de forma oral como escrita, y desempeñarse sin contratiempos cuando se trate de trabajar en equipo, capaces de utilizar la informática como instrumento tecnológico en función de adaptarse a los nuevos tiempos. Los egresados deben conocer los paquetes informáticos, como hojas de cálculo, de diseño gráfico, de texto, de audio y de video para dar respuesta a las demandas de un mercado cambiante y exigente.

Los nuevos profesionales, son personas responsables, con profundo arraigo ético, tal y como lo plantea la misión y visión de la institución.

³ Universidad Tecnológica de El Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Escuela de Comunicaciones. *Plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones*. San Salvador, noviembre de 2008, pág. 7.

La sensibilidad social es un principio básico en la formación de profesionales, así como la responsabilidad social que todos los egresados aspiran en función de ser transformadores de la realidad.

“El profesional de comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador tendrá las competencias teóricas, técnicas y prácticas que le permitirán desempeñarse en los diferentes sectores e instituciones públicas y privadas, en los campos de actuación de su formación profesional”.⁴

Agregadas a las competencias anteriores debe poseer amplio conocimiento de la historia de nuestro país, poder identificar plenamente los valores éticos y morales y tener conocimientos básicos del marco jurídico salvadoreño aplicado a la empresa, debe tener conocimientos para el buen uso del idioma, tanto a nivel sintáctico como morfológico, que le permitirá desarrollar amplios niveles de comunicación, útiles para aquellos que se desempeñan en el mundo laboral.

Al mismo nivel de los conocimientos anteriores, el egresado debe poseer conocimientos básicos de gerencia, psicología y sociología de la comunicación. Tales disciplinas le permiten al joven conocer de cerca la realidad social y psicológica en el ámbito de las relaciones de comunicación que se establecen, luego de graduarse.

⁴ Ibidem, pág. 8.

Las técnicas para elaborar un plan de *marketing* es otra de las posibilidades que el egresado desarrolla para salir y competir con otros comunicadores. Así mismo se asimilan conocimientos básicos sobre gerencia aplicable a los medios de comunicación.

Las técnicas de redacción de noticias, ya sea en radio, televisión o prensa escrita, deben estar consolidadas al finalizar el IV ciclo. Los principios y técnicas del género de opinión, así como los principios básicos de la propaganda, deben de ser parte de los conocimientos que se forman en el VI sexto ciclo.

Se dota al estudiante de las técnicas que debe utilizar en cuanto a las relaciones públicas, publicidad, producción en radio y televisión, de tal forma que le permitan diseñar campañas de imagen institucional. Este tipo de conocimiento es para aquellos alumnos que finalizaron el IX ciclo.

Al finalizar la carrera los estudiantes egresados deben conocer y aplicar estrategias para el manejo de crisis en las organizaciones; estrategias y tácticas para gerenciar, planificar y administrar una campaña de comunicación.

Se desarrollan habilidades dirigidas a potenciar:

La expresión verbal y escrita, la capacidad de interpretar en un contexto de presión máxima. El manejo de equipos audiovisuales y multimedia, pues sin este tipo de conocimiento los egresados verían limitado su campo de aceptación laboral.

Es importante destacar qué habilidades para elaborar una tarea de *marketing* son importantes para los cuadros profesionales egresados de la escuela de Comunicaciones, así como producir materiales audiovisuales para radio y televisión.

El diseño de programas de relaciones públicas y campañas de imagen audiovisual se logrará al finalizar los ciclos VIII y IX respectivamente. Se corona la carrera con el perfil adecuado para manejar crisis de corte institucional y para el diseño de campañas publicitarias y de comunicación institucional.

Desarrollar actitudes para:

Formar actitudes positivas, propositivas, creativas, dinamismo; búsqueda de la excelencia y la honestidad. Fomentar estos principios es de vital importancia, ya que despierta en el egresado una actitud activa, propositiva y transformadora de la realidad; deberá ser tolerante, respetuoso y objetivo

a la hora de juzgar o analizar las diferentes situaciones que se le presenten; no dejarse llevar por las emociones, poseer dominio propio y actuar con discreción y decoro.

El razonamiento lógico y la sensatez se producen al desarrollar la habilidad de análisis de las diferentes situaciones a las que se enfrenta. En tanto esto suceda, el estudiante será competente para desarrollar procesos de aporte de conocimiento hacia situaciones en las que se vea involucrado, tanto en la vida personal como laboral.

Es muy importante destacar que el egresado de la UTEC reconoce entre sus actitudes fundamentales la voluntad de *“ser responsable, adquirir compromisos y estar dispuesto al sacrificio”*.⁵

Estructura del Plan de estudios

La estructura del plan se ha organizado en función de dos aspectos relevantes, académicamente hablando: por cátedra y de servicio. En cuanto a la organización por cátedra, la de Redacción, la de Comunicación y la de Comunicación especializada, coordinada por el departamento de Periodismo.

⁵ Universidad Tecnológica. Op. Cit., pág. 11.

La escuela de Comunicaciones recibe de parte de otros departamentos asignaturas en calidad de servicio, las cuales forman parte fundamental de los estudiantes y egresados de la UTEC. Entre estas asignaturas podemos mencionar Realidad Nacional, Psicología General, Seminario-Taller de Competencias, Desarrollo Individual, Psicología de la Comunicación, Sociología de la Comunicación, Filosofía, Gramática Superior, Expresión Oral y Escrita. Como podemos apreciar, en el plan de estudios de la escuela de Comunicaciones 2008-2012, administradas por los departamentos de Castellano, Inglés y Psicología, que dan apoyo académico decisivo en la determinación del perfil profesional del egresado de Comunicaciones.

En el ámbito interno, partiendo de las cátedras propias de redacción, que es coordinada por el departamento de Periodismo, se sirven asignaturas tales como Redacción para Medios de Comunicación, Editorial y Propaganda, Reportaje Interpretativo e Investigativo y Producción para Prensa Escrita. Todas estas asignaturas sientan las bases académicas para que los egresados puedan desempeñarse en el área de prensa, ya sea en radio, televisión o prensa escrita, incluyendo la modalidad interactiva y soporte virtual.

En la cátedra de Comunicación básica, que coordina el departamento de Relaciones Públicas, Publicidad y Audiovisuales, se sirve la asignatura de Teoría de la Comunicación, esta se imparte en el primer ciclo de la carrera. En ella se sientan las bases fundamentales para el resto de asignaturas de la carrera.

La cátedra de comunicación especializada, también bajo la coordinación del departamento de Periodismo. Sirve una serie de asignaturas mediante las cuales se dota al estudiante de los saberes, habilidades y destrezas para la publicidad, las relaciones públicas y prensa, especialmente en radio y televisión.

Se imparten asignaturas orientadas a la adquisición de los saberes en el plano de la imagen institucional. Para ello el plan de estudios contempla tres relaciones públicas.

Producción en radio y televisión garantiza que el estudiante asimile los saberes y desarrolle las habilidades y destrezas que el mercado y las empresas de radio y televisión exigen para responder a las necesidades actuales.

Se desarrollan en el campo de la publicidad dos asignaturas, Publicidad I y Publicidad II. El plan de estudios contempla la asignatura de Seminario de Investigación. En ella se consolida la adquisición de conocimientos básicos acerca de los diferentes métodos de investigación, así como también la metodología y aplicación de técnicas en ese campo, que al final viene a fortalecer las competencias del profesional permitiendo con ello, que pueda enfrentarse al campo laboral y ser competitivo según las necesidades demandadas.

Para finalizar, el plan de estudios ofrece una fase de preespecialización, con el fin de consolidar los conocimientos en un área de las comunicaciones. Para tal fin, se hacen los estudios y consultas necesarias para orientar el curso en cuestión.

Formas de evaluación de la carrera

Contemplados en el Plan de Estudios 2008-2012

El plan contempla las diferentes formas de evaluación que el proceso de enseñanza-aprendizaje exige en la educación superior contemporánea, a fin de comprobar la correspondencia para el logro de los objetivos en las diferentes asignaturas.

La Universidad Tecnológica de El Salvador se apoya en la evaluación diagnóstica debido, a que en esta modalidad se logra detectar los conocimientos previos de los estudiantes al iniciar una asignatura.

En la evaluación formativa, que es una segunda expresión de las modalidades de evaluación de la Universidad Tecnológica, se busca identificar los progresos de los estudiantes, con especial énfasis a la mitad de la carrera.

En la evaluación sumativa, que es la última modalidad en este proceso, se busca identificar y valorar los conocimientos, habilidades y conductas que presenta el egresado al final de su formación académica.

Este plan de estudios se encuentra vigente desde el año 2008, y se extiende hasta el 2012. Los contenidos de las asignaturas comprendidas en él se revisan cada año, por lo general en el mes de noviembre, en el marco del congreso docente, cuya fecha de realización es determinada por las autoridades de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Es importante señalar que la nota mínima para graduarse es haber obtenido un CUM de 7.0 a lo largo de la carrera y haber realizado las 500 horas sociales, y llenar demás requisitos que exigen los estatutos de la institución.

CAPÍTULO III.

SISTEMA DE HIPÓTESIS

Con base en el problema de investigación y los objetivos y el marco teórico, se formula la siguiente hipótesis:

H:

Existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Ho:

No existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

A. Operacionalización de hipótesis en variables

Hipótesis	Variables
H: Existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	V. Competencias que demanda el mercado laboral
	V. Competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

B. Operacionalización de variables en indicadores

Variables	Indicadores
Competencias que demanda el mercado laboral	Capacidades requeridas en cuanto a: ✓ Conocimientos ✓ Habilidades ✓ Actitudes
Competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	Capacidades requeridas en cuanto a: ✓ Conocimientos ✓ Habilidades ✓ Actitudes

C. Matriz de congruencia

TEMA: “Competencias que demanda el mercado laboral y las que ofrece el Plan de Estudios de Licenciatura en Comunicaciones”

PROBLEMA: ¿Qué nivel de correspondencia existe entre las competencias que demanda el mercado laboral y las que ofrece el Plan de Estudios de Licenciatura en Comunicaciones?

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIONES	INDICADORES
General Conocer el nivel de correspondencia que existe entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	General H. Existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	Competencias que demanda el mercado laboral. Competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	Capacidades integrales que establece el mercado laboral. Capacidades integrales que ofrece el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.	Competencias que demanda el mercado laboral: ✓ Conocimientos ✓ Habilidades ✓ Actitudes Competencias formuladas en el plan de estudios: ✓ Conocimientos ✓ Habilidades ✓ Actitudes

CAPÍTULO IV.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A. Tipo de investigación

La investigación que realizaremos es aplicada, descriptiva y de campo, ya que se aplicará sobre un problema práctico con una necesidad concreta de la universidad, como son las competencias; descriptiva porque presenta el programa de competencias que demanda el mercado laboral y las definidas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador; y de campo, porque se entrevistará a los empleadores de profesionales en el área de comunicaciones.

B. Población y muestra

1. Población

No existe un dato específico sobre el número de empresas de televisión, radio, medios escritos e instituciones públicas y privadas que cuenten con un departamento de relaciones públicas y comunicaciones; en los departamentos de San Salvador y La Libertad.

2. Muestra

Muestra cualitativa de voluntarios expertos

La investigación se realizó en las siguientes empresas:

Cuadro No. 1

Muestra de empresas investigadas

Departamentos	Empresas
San Salvador	Revista <i>Enlaces</i> El Diario de Hoy Periódico <i>Colatino</i> Canal 33 Canal 8 Canal 27 Radio Cadena Mi Gente Radio Restauración Radio UTEC Radio Cadena Sonora Universidad Tecnológica de El Salvador Instituto Salvadoreño para el Desarrollo Integral de la Niñez y la Adolescencia (ISNA) Estratégica, Agencia de publicidad Alcaldía Municipal de San Salvador Ministerio de Salud
La Libertad	<i>La Prensa Gráfica</i> Canal 12

C. Recolección de datos

1. Técnicas e instrumentos

Para la recolección de datos utilizamos la técnica de la entrevista, y como instrumento para reunir los datos diseñamos una guía de entrevista que nos permitió conocer cuáles son los puestos que ofrecen las empresas investigadas, a los profesionales en el área de comunicaciones, así como también las funciones, tareas, equipo técnico para desarrollar esas tareas y los requisitos necesarios para desempeñar ese tipo de puestos.

2. Validación de instrumentos

Para la validación del instrumento contamos con el apoyo de un profesional experto en el área de investigación, así como también con la colaboración de un profesional en el área de relaciones públicas y comunicaciones, quienes nos hicieron observaciones y algunas sugerencias que ayudaron a mejorar el diseño y contenido del instrumento para la recolección de datos.

3. Procedimiento de recolección

Para la recolección de datos, luego de tener la validación del instrumento, procederemos a solicitar audiencias, posteriormente realizaremos las visitas respectivas a los profesionales expertos para la entrevista, utilizando en esta el cuestionario respectivo al área en que se desempeña.

Como equipo de investigadores, preparamos una guía en la cual se predeterminaron una serie de pasos por seguir, para desarrollar la etapa de recolección de datos a partir del momento de la solicitud de la audiencia con las personas que serían entrevistadas. En primer lugar solicitamos entrevistarnos con el personal de recursos humanos para que nos proporcionara la información pertinente acerca de los puestos que la empresa ofrece a profesionales en el área de comunicaciones. En la mayoría de los casos fuimos remitidos directamente con la persona encargada del área de comunicaciones de la institución, por ser la persona más idónea para brindar la información requerida. Luego de entrevistarnos y presentar el instrumento para recolectar la información, nos retiramos. Ellos devolvieron el instrumento de investigación días después de la entrevista.

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta el análisis de resultados en función de la hipótesis de nuestra investigación:

H:

Existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Ho:

No existe correspondencia entre las competencias que demanda el mercado laboral y las competencias formuladas en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Puestos de trabajo que ofrecen las empresas a los licenciados en Comunicaciones en comparación con los que ofrece el Plan de Estudios.

Cuadro No. 2

Comparación de los puestos de trabajo formulados en el plan de estudios y los puestos de trabajo en las empresas investigadas

Puestos de trabajo en el Plan de Estudios de Licenciatura en Comunicaciones 2008	Puestos de trabajo en las empresas investigadas
Asesor	Asesor de actividades
Conferencista	
Gerente de medios de comunicación	
Encargado de divulgación	
Investigador	
Relacionista público	Publirrelacionista
Encargado de atención al cliente	
Jefe de programas especiales	
Productor de radio y televisión	Productor general
Creativo en publicidad y diseño gráfico	Diseñador / Creativo
Diagramador en prensa	Diagramador
Presentador en medios televisivos	Presentador
Promotor de actividades	
Gerente de información	
Vocero	
Capacitador	
	Fotógrafo
	Editor y coeditor
	Redactor
	Coordinador de prensa

Fotoperiodista
Publicista
Editor de fotografía
Coordinador de fotografía
Jefe de relaciones públicas
Director en prensa
Reportero
Periodista
Locutor
Director de radio
Jefe de prensa
Director de comunicaciones
Gestor de comunicaciones
Responsable de actos
institucionales
Responsable de página web
Responsable de la comunicación
institucional
Ventas
Capacitador
Monitoreador
Encargado de protocolo
Jefe de mercadeo

Puede observarse que hay puestos que ofrece el Plan de Estudios que no tienen las empresas consultadas, pero también hay puestos que ofrecen las empresas y que no están comprendidas en el Plan de Estudios, lo que indica que se debe realizar un ajuste entre ambas.

Con el propósito de obtener información que contribuya a enriquecer la actualización del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicaciones, se le pidió a los empleadores que escribieran las funciones, tareas, equipo técnico y requisitos para cada uno de los puestos que ofrecen. A continuación se presentan los resultados.

Cuadro No. 3

✓ Gestor de educación media.	✓ Mantener las relaciones existentes entre la universidad y los centros de educación media. ✓ Gestionar y crear proyectos de promoción de la universidad.	✓ Visitas a centros educativos. ✓ Relación con directores.	✓ Computadoras. ✓ Cámaras de video y fotográficas.	✓ Licenciado en las áreas de comunicación.
--	--	---	---	--

✓ Encargado de actos institucionales.	✓ Planificar los actos institucionales. ✓ Ejecutar actos. ✓ Control de cambios en página web.	✓ Seguimiento a los proyectos en el sector.	✓ Equipo de proyección.	✓ Experiencia en proyectos educativos. ✓ Conocimiento de video y fotografía. ✓ Preferible una maestría.
---	---	---	---	---

	✓ Coordinar diseño y mejoras a la página web.	✓ Controlar visitas en página web. ✓ Coordinación de secciones nuevas en la web. ✓ Comunicación y coordinación en lo relacionado con el sitio con la empresa proveedora.	✓ Computadora.	✓ Licenciatura en Comunicación o Relaciones Públicas. ✓ Conocimientos experiencia manejo y administración de sitios web.
--	---	--	--	---

✓ Encargado de protocolo.	✓ Cuidar la imagen de la institución. ✓ Responsable de supervisar todas las normas y reglas de los actos.	✓ Coordinación de estudio de televisión. ✓ Control de pauta publicitaria en los medios de comunicación. ✓ Verificación de la planificación y organización de los actos.	✓ Computadoras. ✓ Cámaras de video. ✓ Cámara fotográfica. ✓ Equipo de oficina. ✓ Grabadora. ✓ Audiovisuales. ✓ Equipo informático.	✓ Licenciado en Relaciones Públicas y/o en Comunicaciones. ✓ Excelente redacción. ✓ Preferible con maestría en Mercadeo. ✓ Seguridad. ✓ Liderazgo.
---	--	---	--	--

✓ Periodista.	✓ Propiciar la búsqueda de información.	✓ Supervisión, orden de procedencia de mesa de honor. ✓ Concretar y/o confirmar citas para entrevista. ✓ Gestionar el traslado del equipo necesario para el lugar de la cita.	✓ Micrófonos. ✓ Control remoto. ✓ Consola. ✓ Equipo multimedia	✓ Conocimientos teóricos de la ley a escala nacional e internacional. ✓ Graduado de comunicaciones. ✓ Licenciado en Comunicaciones. ✓ Creatividad. ✓ Excelente ortografía.
---------------	---	---	---	--

✓ Redactor.	✓ Reportero de noticias. ✓ Investigar, reportear y redactar los diferentes géneros periodísticos.	✓ Realizar entrevistas. ✓ Escribir notas periodísticas. ✓ Monitorear noticias o actividades. ✓ Investigar. ✓ Dar cobertura a conferencias de prensa.	✓ Grabadora. ✓ Computadora. ✓ Fax, Internet, teléfono. ✓ Copiadora, scanner.	✓ Habilidad para el uso de equipo tecnológico. ✓ Capacidad de redactar las preguntas. ✓ Buena presentación. ✓ Excelente ortografía.
---	--	--	---	--

✓ Editor y co-editor. ✓ Fotoperiodista.	✓ Planificador de trabajo. ✓ Coordinar y supervisar el trabajo en equipo. ✓ Toma de fotografías.	✓ Asistir a reuniones. ✓ Revisión y corrección de textos. ✓ Proponer temas de actualidad. ✓ Realizar sesión fotográfica.	✓ Computadora. ✓ Cámara digital. ✓ Cámara manual. ✓ Trípode. ✓ Lentes especializados. ✓ Manejo de paquetes computacionales como Photoshop y diseño.	✓ Visionario. ✓ Experiencia previa. ✓ Responsable. ✓ Con voz de líder. ✓ Trabajo interdisciplinario. ✓ Amplio criterio. ✓ Ético. ✓ Dinámico.
--	--	---	--	---

✓ Reportero.	✓ Analizar la realidad nacional y los procesos políticos, coyunturas que afectan a nuestro país. ✓ Redactar notas y otros materiales que reflejen la realidad nacional.	✓ Elaborar materiales que reflejen la realidad de este país. ✓ Ser consciente del medio en que se desenvuelve. ✓ Grabar y editar.	✓ Todo el equipo, tanto análogo como digital. ✓ Cámara. ✓ Micrófono. ✓ Cassette. ✓ Cables.	✓ Que sea graduado o, al menos, egresado. ✓ Dinámico. ✓ Respetuoso. ✓ Dominio del tema. ✓ Que sepa técnicas de investigación.
--	--	---	--	---

✓ Productor.	✓ Análisis del programa. ✓ Conocimiento de técnicas de cámara. ✓ Conocimientos de escenografía. ✓ Manejo de audio y video.	✓ Elaboración de pre-producción. ✓ Producción. ✓ Postproducción ✓ Camarógrafos, editores.	✓ Monitor. ✓ Cámaras. ✓ Luces. ✓ Cables. ✓ Equipo de escenografía. ✓ Guiones.	✓ Objetivo y analítico. ✓ Responsable. ✓ Mínimo un año de experiencia. ✓ Conocimientos generales de televisión. ✓ Conocimientos de guiones.
--------------	---	--	--	---

✓ Productor general.	✓ Producir programas. ✓ Coordinar programas. ✓ Supervisión de personal técnico camarógrafos, editores, operadores de audio y video.	✓ Supervisión de programas en vivo o grabados. ✓ Edición de programas. ✓ Convocatoria de personal.	✓ Consolas de video y de audio. ✓ Cámaras. ✓ Editoras. ✓ Computadora. ✓ Luces. ✓ Fax.	✓ Conocimientos de producción en televisión, uso de cámara de video, consola de audio, rotulación y edición en computadora, iluminación, dirección de cámaras.
--	---	--	--	--

✓ Jefe de relaciones públicas. ✓ Publiirrelacionista.	✓ Agenda de jefatura. ✓ Mantener informe de actividades. ✓ Coordinar actividades. ✓ Ejercer el protocolo. ✓ Contribuir a la mejora de imagen.	✓ Llamar a actividades sociales. ✓ Desarrollar todo tipo de campañas. ✓ Planificar y desarrollar eventos externos e internos.	✓ Computadoras. ✓ Fax. ✓ Cámara fotográfica.	✓ Graduado en su área o mercadeo. ✓ Capacidad. ✓ Graduado en relaciones públicas o carrera afín.
--	---	---	--	--

✓ Asesores de actos.	✓ Asesorar a clientes en sus áreas. ✓ Comunicaciones. ✓ Relaciones públicas. ✓ Prensa. ✓ Cabildeo. ✓ Lobby.	✓ Planificar y desarrollar actos externos e internos. ✓ Aplicar el protocolo en los actos. ✓ Redactar boletines internos para la cartelera.	✓ Fax. ✓ Computadoras. ✓ Cámara fotográfica.	✓ Graduado en su área o en mercadeo. ✓ Capacidad. ✓ Graduado en relaciones públicas y comunicaciones.
--	--	---	--	---

✓ Diseñador creativo.	✓ Diseñar campañas. ✓ Diseñar anuncios publicitarios.	✓ Elaborar planes de relaciones públicas, publicidad y audiovisuales. ✓ Crear anuncios para radio prensa y televisión. ✓ Proponer varios anuncios para campañas publicitarias.	✓ Computadoras. ✓ Cámara de video. ✓ Cámara fotográfica. ✓ Manejo de equipo computacional. ✓ Dominio de equipo fotográfico y de diseño.	✓ Licenciado en comunicaciones Relaciones públicas. ✓ Poseer dominio en el arte del diseño, graduado en Diseño gráfico.
---	--	--	---	--

✓ Presentador .	✓ Presenta el programa. ✓ Conduce el programa. ✓ Prepara y presenta la noticia.	✓ Busca la noticia. ✓ Entrevista a diversos personajes. ✓ Investiga la información para el programa.	✓ Manejo de cámara. ✓ Micrófono. ✓ Computadora. ✓ Cámara fotográfica. ✓ Video, etc.	✓ Licenciado en comunicaciones Relaciones públicas. ✓ Poseer dominio en el arte del Diseño, graduado en Diseño gráfico.
---	---	--	---	--

✓ Fotógrafo.	✓ Tomar fotografía. ✓ Editar fotografía. ✓ Preparar presentaciones. ✓ Comunicar de manera gráfica.	✓ Buscar sitios o temas especiales para la fotografía. ✓ Prepara ambiente fotográfico. ✓ Editar fotografías. ✓ Imprimir fotografías.	✓ Cámara fotográfica. ✓ Equipo. Computacional.	✓ Dominio de paquetes computacionales de fotografía y diseño. ✓ Experiencia en fotografía. ✓ Ambientación.
--	---	---	---	--

Aunque para cada puesto de trabajo los empleadores no llegaron a un nivel muy específico, en término de funciones y para las correspondientes tareas la información recolectada es de mucha utilidad para la actualización del plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones.

A continuación se presentan tres cuadros comparativos de los conocimientos, habilidades y actitudes establecidos en el plan estudios de la carrera de licenciatura en Comunicaciones y los conocimientos, habilidades y actitudes que demandan las empresas.

Cuadro No. 4

Comparación de los conocimientos establecidos en el plan de estudios con los que demandan las empresas consultadas

Conocimientos formulados en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Conocimientos que demandan las empresas investigadas
Conocimientos sobre: Historia de El Salvador, aspectos culturales, educativos, sociales, políticos y económicos; valores éticos y morales; marco jurídico aplicado a las empresas. Morfología, sintaxis, fonética, semántica así como la lexicografía de la lengua española. Técnicas fotográficas. Técnicas para elaborar un plan de <i>marketing</i>. Teoría de la psicología y sociología de la comunicación. Gerencias aplicables a medios.	Normas regulatorias Procesos políticos a escala nacional, e internacional Cultura general Oratoria Redacción de discursos Ortografía Teoría sobre manejo de equipo fotográfico Mercadeo

Conocimientos formulados en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Conocimientos que demandan las empresas investigadas
Conocimientos sobre: Técnicas para la redacción de noticias de prensa, radio y televisión. Investigación de tipo periodístico para la redacción de noticias. Técnicas de editorial, propaganda y reportajes, aplicables a la realidad nacional e internacional. Técnicas de información para medios. Estrategias y tácticas de relaciones públicas. Técnicas de producción de radio y televisión. Normas del ceremonial y el protocolo. Diseño de programas de relaciones públicas. Diseño de campañas de imagen institucional. Diseño de campañas de responsabilidad social empresarial. Estrategias y tácticas para el manejo de crisis en las organizaciones. Estrategias y tácticas de publicidad. Estrategias y tácticas para el diseño de campañas de comunicación institucional.	Técnicas de redacción y producción de noticias Técnicas de producción de programas Técnicas de investigación Elaboración de proyectos de investigación Atención al cliente Técnicas de audio y video Teorías del manejo del protocolo y la etiqueta Relaciones públicas Diseñar campañas Manejo de conflictos Publicidad Técnicas de investigación Nuevas tecnologías Organización de actividades Administrativos Manejo de personal Uso de software relacionado a la fotografía Técnicas de diseño e imagen

Conocimientos formulados en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Conocimientos que demandan las empresas investigadas
	Diseñar anuncios publicitarios Software relacionado al diseño Administración de proyectos Toma de decisiones Géneros periodísticos Asignación de equipo Elaboración de planes de carrera o capacitación Pedagogía Técnicas de enseñanza Técnicas de negociación

En relación con el cuadro anterior, en el cual se muestran los conocimientos formulados en el plan de estudios y los que demandan las empresas investigadas, se puede observar que existe una diferencia entre ellos, ya que las empresas investigadas demandan otro tipo de conocimientos que no están considerados en el plan de estudios y deben ser fortalecidas.

Cuadro No. 5

**Comparación de las habilidades establecidas en el plan de estudios con
las que demandan las empresas consultadas**

Habilidades formuladas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Habilidades que demandan las empresas investigadas
Expresión verbal y escrita. Lectura veloz e interpretativa Manejo de equipos de comunicación, audiovisual, multimedia. Editar en medios de comunicación, redactar textos, producir reportajes, procesar y difundir información. Aplicar técnicas fotográficas y de diseño gráfico. Elaborar un plan de marketing. Aplicar estrategias y tácticas de relaciones públicas. Producir materiales para radio y televisión. Organización de actos oficiales y empresariales aplicando normas del ceremonial y el protocolo. Diseñar programas de relaciones públicas. Diseñar campañas de imagen institucional. Diseñar campañas de responsabilidad social empresarial. Diseñar programas de manejo de crisis. Diseñar campañas publicitarias de multimedios.	Interpretar la realidad Fluidez verbal Lectura Comprensión lógica Redactar informes Conducir y producir entrevistas Manejar crisis

Habilidades formuladas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Habilidades que demandan las empresas investigadas
Diseñar campañas de comunicación institucional.	Estructurar un noticiero. Dirigir un programa en vivo o grabado. Coordinar un programa. Buen desempeño de trabajo en equipo. Lenguaje corporal. Relaciones interpersonales. Bilingüe. Dirigir ceremonias. Filtrar y seleccionar la información. Manejar cámaras de fotografía y video. Operar equipos de sonido. Elaborar pauta informativa. Usar consolas de audio y video, cámaras, luces, computadora.

En relación con el cuadro anterior, en el cual se muestran las habilidades formulados en el plan de estudios y las que demandan las empresas investigadas, se puede observar que no existe correspondencia entre ambas, ya que las empresas demandan otro tipo de habilidades que no están considerados en el plan de estudios, pero hay un buen número de habilidades que se pretenden desarrollar en los estudiantes y que no mencionan las empresas investigadas.

Cuadro No. 6

Comparación de las actitudes establecidas en el plan de estudios con las que demandan las empresas consultadas

Actitudes formuladas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Actitudes que demandan las empresas investigadas
Desarrollará actitudes para: La apertura, actitud creativa, conocimiento personal, dinamismo, eficiencia, búsqueda de la excelencia, honestidad. El crecimiento individual, ser líder, crítico para evaluar la realidad social, solidaridad. Ser objetivo, tolerante, ecuánime para afrontar dificultades, discrecionalidad, manejar la frustración. Razonamiento lógico, capacidad de análisis y de síntesis, toma de decisiones oportunas. La responsabilidad, compromiso y sacrificio.	Apego a la verdad y realidad de los hechos. Iniciativa para la búsqueda de información. Íntegro. Compromiso con la sociedad. Autocontrol o dominio de si mismo. Disposición para ayudar. Con respeto a los límites de la información. Solidaridad al ejecutar acciones conjuntas. Responsable. Intuitivo. Deductivo. Versatilidad. Proactivo. Dinámico. Extrovertido. Detallista. Dispuesto.

Actitudes formuladas en el plan de estudios de licenciatura en Comunicaciones 2008	Actitudes que demandan las empresas investigadas
Desarrollará actitudes para:	Leal. Fiel. De aprendizaje constante. Buena imagen. Investigador. Líder. Creatividad. Positivismo. Valores espirituales y morales Plegarse al código de autorregulación vigente. Atento. Receptivo. Comunicativo.

En relación con el cuadro anterior, en el cual se muestran las actitudes formuladas en el plan de estudios y las que demandan las empresas investigadas, se puede observar que no existe correspondencia entre ambas, ya que las empresas demandan otro tipo de actitudes que no están considerados en el Plan de Estudios, estas actitudes deben ser fortalecidas en los estudiantes de Licenciatura en Comunicaciones.

Cuadro No. 7

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES Y QUE NO DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES
1	Teoría de la psicología y sociología de la comunicación	Elaborar plan de marketing	Razonamiento lógico, capacidad de análisis y de síntesis, toma de decisiones oportunas.
2	Gerencia aplicable a medios	Aplicar estrategias y tácticas de relaciones públicas	
3	Técnicas de editorial, propaganda y reportaje, aplicables a la realidad nacional e internacional	Organización de actos oficiales y empresariales	
4	Técnicas de información para medios	Diseñar campañas de imagen y responsabilidad social empresarial	
5		Diseñar campañas publicitarias	
6		Diseñar campañas de comunicación institucional	

- ✓ Del total del área *Conocimientos* **(19)**, que presenta el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones, solamente **4 (21%)** no son demandadas por las empresas investigadas.

- ✓ Del total del área *Habilidades* **(15)**, que presenta el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones, solamente **6 (40%)** no son demandadas por las empresas investigadas.

- ✓ Del total del área de *Actitudes* **(5)**, que presenta el plan de estudios de la licenciatura en Comunicaciones, solamente **1 (20%)** no es demandada por las empresas investigadas.

Cuadro No. 8

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES

No.	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES
1	Técnicas de investigación	Estructurar un noticiero	Intuitivo
2	Uso de nuevas tecnologías	Dirigir un programa en vivo o grabado	Deductivo
3	Organización de actos	Coordinar un programa	Versatilidad
4	Manejo de personal	Buen desempeño de trabajo en equipo	Proactivo
5	Uso de software fotográfico	Lenguaje corporal	Dinámico
6	Diseño de anuncios publicitarios	Relaciones interpersonales	Extrovertido
7	Elaboración de planes de capacitación	Bilingüe	Detallista

**CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS
EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE
LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES**

No.	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES
8	Técnicas de enseñanza y negociación	Dirigir ceremonias	Dispuesto
9		Filtrar y seleccionar la información	Leal
10		Manejar cámaras de fotografía y video	Fiel
11		Operar equipos de sonido	De aprendizaje constante
12		Elaborar pauta informativa	Buena imagen
13		Usar consolas de audio y video, cámaras, luces, computadora	Investigador
14			Líder

**CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS
EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS
DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES**

No.	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES
15			Creatividad
16			Positivismo
17			Valores espirituales y morales
18			Plegarse al código de autorregulación vigente
19			Atento
20			Receptivo
21			Comunicativo

- ✓ Del total del área *Conocimientos* **(37)** que demandan las empresas investigadas, solamente **8 (22%)** no aparecen en el perfil del graduado de la licenciatura en Comunicaciones.

- ✓ Del total del área *Habilidades* **(21)** que demandan las empresas investigadas, solamente **13 (61%)** no aparecen en el perfil del graduado de la licenciatura en Comunicaciones.

- ✓ Del total del área *Actitudes* **(32)** que demandan las empresas investigadas, solamente **21 (66%)** no aparecen en el perfil del graduado de la licenciatura en Comunicaciones.

Cuadro No. 9

CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES

No.	CONOCIMIENTOS	f	HABILIDADES	f	ACTITUDES	f
1	Técnicas de investigación	10	Estructurar un noticiero	10	Intuitivo	5
2	Uso de nuevas tecnologías	12	Dirigir un programa en vivo o grabado	10	Deductivo	6
3	Organización de actos	4	Coordinar un programa	15	Versatilidad	3
4	Manejo de personal	6	Buen desempeño de trabajo en equipo	8	Proactivo	7
5	Uso de software fotográfico	7	Lenguaje corporal	5	Dinámico	9
6	Diseño de anuncios publicitarios	6	Relaciones interpersonales	9	Extrovertido	12
7	Elaboración de planes de capacitación	5	Bilingüe	9	Detallista	2
8	Técnicas de enseñanza y negociación	2	Dirigir ceremonias	5	Dispuesto	11

**CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS
EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE
LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES**

	CONOCIMIENTOS	f	HABILIDADES	f	ACTITUDES	f
9			Filtrar y seleccionar la información	4	Leal	9
10			Manejar cámaras de fotografía y video	10	Fiel	4
11			Operar equipos de sonido	9	De aprendizaje constante	5
12			Elaborar pauta informativa	10	Buena imagen	10
13			Usar consolas de audio y video, cámaras, luces, computadora	10	Investigador	10
14					Líder	11
15					Creatividad	10
16					Positivismo	3

**CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS
EMPRESAS INVESTIGADAS Y QUE NO OFRECE EL PLAN DE ESTUDIOS DE
LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES**

	CONOCIMIENTOS	f	HABILIDADES	f	ACTITUDES	f
17					Valores espirituales y morales	5
18					Plegarse al código de autorregulación vigente	2
19					Atento	5
20					Receptivo	5
21					Comunicativo	10

- ✓ Según las empresas investigadas, los conocimientos solicitados con mayor frecuencia son: uso de nuevas tecnologías (12 veces), técnicas de investigación (10 veces), uso de software fotográfico (7 veces).

- ✓ Según las empresas investigadas, las habilidades solicitadas con mayor frecuencia son: dirigir un programa en vivo o gravado (12 veces), estructurar un video, manejar cámaras de fotografía y video, elaborar pauta informativa, usar consolas de audio y video, cámaras, luces, computadoras (10 veces), operar equipo de sonido (9 veces).

- ✓ Según las empresas investigadas, las actitudes solicitadas con mayor frecuencia son: extrovertido (12 veces), dispuesto, líder (11 veces), buena imagen, investigador, creatividad, comunicativo (10 veces).

Cuadro No. 10

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIONES EN LAS CUALES APARECEN LOS
CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN
LAS EMPRESAS INVESTIGADAS**

	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS	No. de Asignatura	ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES
CONOCIMIENTOS			
1	Técnicas de investigación	26 28	Reportaje Interpretativo e Investigativo Métodos de Investigación
2	Uso de nuevas tecnologías	9 13 22	Fonología Fotografía Publicitaria Tecnologías para Medios de Comunicación
3	Organización de actos	37	Protocolo y Oratoria
4	Manejo de personal	8	Administración
5	Uso de software fotográfico	22	Tecnologías para Medios de Comunicación
6	Diseño de anuncios publicitarios	24 40	Dibujo Publicitario Publicidad I
7	Elaboración de planes de capacitación	8	Administración
8	Técnicas de enseñanza y negociación		

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIONES EN LAS CUALES APARECEN LOS
CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN
LAS EMPRESAS INVESTIGADAS**

	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS	No. de Asignatura	ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES
HABILIDADES			
9	Estructurar un noticiero	16 36	Redacción para Medios de Comunicación Producción en Televisión
10	Dirigir un programa en vivo o grabado	16 36	Redacción para Medios de Comunicación Producción en Televisión
11	Coordinar un programa	16 36	Redacción para Medios de Comunicación Producción en Televisión
12	Buen desempeño de trabajo en equipo		Todas las asignaturas
13	Lenguaje corporal	37	Protocolo y Oratoria
14	Relaciones interpersonales	37	Protocolo y Oratoria
15	Bilingüe	14 19	Inglés I Inglés II
16	Dirigir ceremonias	37	Protocolo y Oratoria

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIONES EN LAS CUALES APARECEN LOS
CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN
LAS EMPRESAS INVESTIGADAS**

	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS	No. de Asignatura	ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES
	HABILIDADES		
17	Filtrar y seleccionar la información		
18	Manejar cámaras de fotografía y video	13	Fotografía Publicitaria
19	Operar equipos de sonido		
20	Elaborar pauta informativa	21	Editorial y Propaganda
21	Usar consolas de audio y video, cámaras, luces, computadora		

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIONES EN LAS CUALES APARECEN LOS
CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN
LAS EMPRESAS INVESTIGADAS**

	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS	No. de Asignatura	ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES
	ACTITUDES		
22	Intuitivo		
23	Deductivo		
24	Versátil		
25	Proactivo		
26	Dinámico		
27	Extrovertido		
28	Detallista		
29	Dispuesto		
30	Leal		
31	Fiel		
32	De aprendizaje constante		
33	Buena imagen	37	Protocolo y Oratoria

**ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
COMUNICACIONES EN LAS CUALES APARECEN LOS
CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN
LAS EMPRESAS INVESTIGADAS**

	CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES QUE DEMANDAN LAS EMPRESAS INVESTIGADAS	No. de Asignatura	ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIONES
	ACTITUDES		
34	Investigador	26 28	Reportaje Interpretativo e Investigativo Métodos de Investigación
35	Líder	8	Administración
36	Creatividad		
37	Positivismo		Todas las asignaturas
38	Valores espirituales y morales		Todas las asignaturas
39	Plegarse al código de autorregulación vigente		
40	Atento		
41	Receptivo		
42	Comunicativo		

En relación con el cuadro anterior, se puede observar que, aunque los conocimientos, habilidades y actitudes que demandan las empresas investigadas no aparezcan reflejadas en el perfil profesional del graduado en licenciatura en Comunicaciones, existen algunas asignaturas que con el desarrollo de los contenidos o la metodología aplicada, pueden estar fortaleciendo el desarrollo de las necesidades presentadas por las empresas.

CAPÍTULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A. CONCLUSIÓN

Con base en los resultados de la investigación, se concluye que no existe correspondencia total entre los conocimientos, habilidades y actitudes establecidas en el plan de estudios de la carrera de licenciatura en Comunicaciones y las que demandan las empresas investigadas.

B. RECOMENDACIONES

- Considerar en el perfil profesional del graduado en Comunicaciones, los conocimientos, habilidades y actitudes presentadas por las empresas investigadas y que no aparecen actualmente en el perfil profesional.

- Tomar de referencia los hallazgos de la presente investigación para actualizar el plan de estudios de la carrera de licenciatura en Comunicaciones.

- Para obtener más información que ayude a mejorar el plan de estudios, sería conveniente que la escuela de Comunicaciones realice un seminario-taller con representantes de las empresas de comunicaciones del país, y con aquellos que tengan unidades de relaciones públicas.
- El plan de estudios debe ser actualizado y mejorado en cuanto a los conocimientos, habilidades y dominio sobre la utilización de nuevas tecnologías e investigación.