

David Blanco, Mariolis Castro, Karime Correa, Edson Fuentes, Daniela Morales

Resumen

El mundo moderno exige un sistema educativo en el cual se planteen exigencias en la formación de profesionales universitarios, que garanticen el dominio de los conocimientos necesarios para obtener una grata experiencia en el medio laboral; y así mismo, fomentar valores, habilidades y recursos que impulse al egresado a desempeñarse con eficiencia, autonomía, ética y compromiso social en los contextos, heterogéneos y cambiantes, donde va a desarrollarse.

Actualmente una gran variedad de carreras profesionales y técnicas cuentan con programas de prácticas empresariales que se constituyen como un requisito de grado y que hacen parte del aprendizaje integral. Estos programas hacen posible que la transición del estudiante al mercado profesional sea más efectiva, ya que a través de ellos puede conocer más a fondo los pormenores de la profesión. A partir de los resultados obtenidos, se evidencia que el perfil previamente establecido no satisface, en muchas ocasiones, las expectativas de las empresas.

Palabras clave: Alumnos, educación, satisfacción, universidad.

Abstract

The modern world requires an educational system which demands arising in the training of university professionals, to ensure mastery of the skills to get a great experience in the workplace; and likewise, promote values, skills and resources to boost the graduate to work efficiently, autonomy, ethics and social commitment contexts, heterogeneous and changing, which will develop (Delors, 1996).

Currently a variety of professional and technical careers have programs that constitute business practices as a graduation requirement and are part of comprehensive learning. These programs enable the transition from student to professional market more effective, because through them can learn more about the ins and outs of the profession. From the results, it is evident that the profile does not meet previously established, in many cases, the business expectations

Keywords: Students, education, satisfaction, university.

CARACTERIZACIÓN DEL ESTUDIANTE DE V Y VI SEMESTRE DE DISEÑO PUBLICITARIO DE LA FUNDACIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES COMFANORTE (FESC)

1. INTRODUCCIÓN

La formación educativa en los campos profesionales debe regirse por un proceso de transformación y actualización adecuado a la vida contemporánea, lo que conlleva a generar nuevas estrategias de aprendizaje, que promuevan a los futuros profesionales como individuos aptos, capaces de evolucionar y desarrollarse correctamente en el ámbito laboral. La formación en competencias es uno de los objetivos esenciales de la universidad actual (González y González, 2008).

El mundo moderno exige un sistema educativo en el cual se planteen exigencias en la formación de profesionales universitarios, que garanticen el dominio de los conocimientos necesarios para obtener una grata experiencia en el medio laboral; y así mismo, fomentar valores, habilidades y recursos que impulse al egresado a desempeñarse con eficiencia, autonomía, ética y compromiso social en los contextos, heterogéneos y cambiantes, donde va a desarrollarse (Delors, 1996).

Actualmente una gran variedad de carreras profesionales y técnicas cuentan con programas de prácticas empresariales que se constituyen como un requisito de grado y que hacen parte del aprendizaje integral. Estos programas hacen posible que la transición del estudiante al mercado profesional sea más efectiva, ya que a través de ellos puede conocer más a fondo los pormenores de la profesión.

En las prácticas empresariales los estudiantes se desenvuelven en el medio laboral y comprueban las habilidades, destrezas y conocimientos adquiridos a través de su formación académica; de igual manera, estas proveen una relación de retroalimentación, en la que se benefician los estudiantes y las empresas correspondientes, brindando así, la oportunidad de obtener una mejora significativa en las competencias necesarias para el desarrollo de un profesional (Universidad de Medellín, 2015).

En la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), se establece un margen de conocimiento que cada estudiante debe tener para ser calificado como apto en el proceso previo a las prácticas empresariales, teniendo al menos el 80% de las asignaturas establecidas en el pensum, debidamente aprobadas. Asegurarse de que los estudiantes de V y VI semestre de la Tecnología en Diseño Publicitario posean las características y cualidades necesarias para desenvolverse en el mercado laboral, es de fundamental importancia para la institución, por lo que se implementan ciclos propedéuticos que suministre un aprendizaje completo (Triana, 2015).

Ante la crisis económica que atraviesa la ciudad de Cúcuta, algunos estudiantes de V semestre han presentado solicitud de empleo como diseñador publicitario en diferentes empresas de la ciudad, sin lograr resultados positivos en el proceso aceptación de las prácticas empresariales. Esto indica que el requerimiento de experiencia es un aspecto clave para acceder a algún puesto de trabajo; de igual manera se exige un alto nivel de competencias en diversos temas adecuados a la carrera, tales como, diseño web, diseño editorial, manejo de social media, etc.

Considerando que Cúcuta mantiene un alto nivel de desempleo (18%), es comprensible que se presente esta situación, y más aún, cuando existe oferta por parte de los egresados de otras instituciones como, La Universidad de Santander (UDES), La Universidad Remington, Comfaoriente y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).

El compromiso del diseñador publicitario en el mundo de hoy es contribuir con el desarrollo del país, y en particular de la región, satisfaciendo las necesidades y expectativas de clientes y empresas, empleando las competencias adquiridas en proceso aprendizaje e implementando las herramientas tecnológicas modernas y la creatividad.

Es necesario que cada egresado de la Tecnología de Diseño Publicitario este en la capacidad de aportar propuestas innovadoras que ayuden a los cucuteños y norte santandereanos a promocionar sus productos y servicios de manera efectiva, de tal manera, que la carrera de Diseño Publicitario, impartida por la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC) se posicione como eje central generador de cambio y sus egresados se establezcan como protagonistas de la construcción de una nueva frontera dinámica productiva independiente.

Para lograr esto, es necesario que el estudiante tenga una formación integral de la más alta calidad que le permita desarrollar sus talentos, habilidades y competencias en todas sus dimensiones, y pueda desempeñarse como agente de cambio e innovación dentro de su comunidad.

Por lo tanto, esta investigación busca identificar cuáles son las necesidades actuales del mercado en la región, en materia de diseño publicitario, para establecer un perfil del egresado que pueda responder eficazmente al reto que significa cambiar la imagen de una ciudad fronteriza en crisis y proyectarla como una ciudad de opciones, alternativas de producción, comercio, turismo y cultura.

Si se logra corresponder entre lo que la ciudad necesita en el ámbito de diseño publicitario y el perfil del egresado, seguramente la oferta y la demanda serán satisfechas, creciendo así, el mercado laboral y las oportunidades para que los estudiantes desarrollen su proyecto de vida y a su vez contribuyan con la formación y el progreso socioeconómico de la región.

Además, el resultado de la investigación puede reunir información valiosa sobre los nuevos campos laborales en los cuales pueden incursionar el diseñador publicitario, tales como: Inmobiliarias, fotografía, educación, entre otras.

A partir de los resultados se propondrá un rediseño del perfil del egresado que oriente las nuevas promociones de diseñadores de la FESC y, de ser necesario, un análisis y/o reestructuración del plan de estudio de la Tecnología en Diseño Publicitario.

El objetivo general es caracterizar la población estudiantil de V y VI semestre de la Tecnología Diseño Publicitario de la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), para así, proponer un rediseño del perfil del acorde a las necesidades y exigencias de la región, que le facilite el acceso al mercado laboral. Se tienen como objetivos específicos los siguientes:

- Analizar el perfil actual del egresado de la Tecnología de Diseño Publicitario
- Diagnosticar las fortalezas y debilidades en el proceso educativo en la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC).
- Determinar cuáles son las necesidades y exigencias de las empresas y clientes de la región en cuanto al diseño publicitario.
- Diseñar un modelo profesional adecuado a las demandas del mercado laboral.

2.METODOLOGIA

Este proyecto es de tipo descriptivo mixto, cualitativo y cuantitativo. Es cualitativo porque toma la variable y la describe con sus características; es cuantitativo porque se toman datos numéricos para cuantificar la variable en diversos aspectos.

Población: Se toman 100 estudiantes del V y VI semestre de la de la Tecnología en Diseño Publicitario de la FESC, jornadas diurna y nocturna.

Se tendrá en cuenta 25 empresas cucuteñas oficiales o privadas que funcionan en la ciudad, inscritas en la Cámara de Comercio y que requieren los servicios del diseñador gráfico

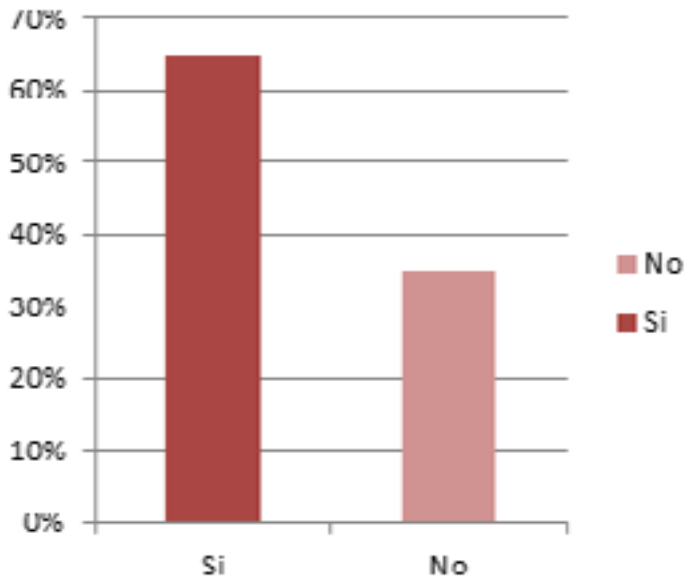
Muestra: Se toman 100 estudiantes que equivalen al 100% de la población. El tipo de muestreo es intencional y se seleccionarán estudiantes que hayan solicitado o accedido a práctica empresarial o empleo.

También se seleccionarán 25 gerentes o administradores de empresas cucuteñas (20 privadas y 5 oficiales) de diferentes sectores como alimentos, hoteles, almacenes de ropa, calzado. La muestra será de tipo in-

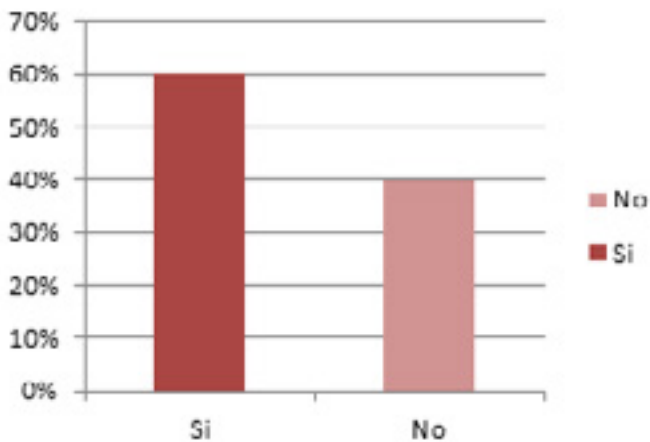
tencional, prefiriendo aquellas empresas en las cuales algún estudiante de la FESC haya laborado, solicitado empleo o realizado su práctica en el sexto semestre.

3.RESULTADOS

Grafica N°1 ¿Considera que sus estudios universitarios le brindan una formación profesional completa?

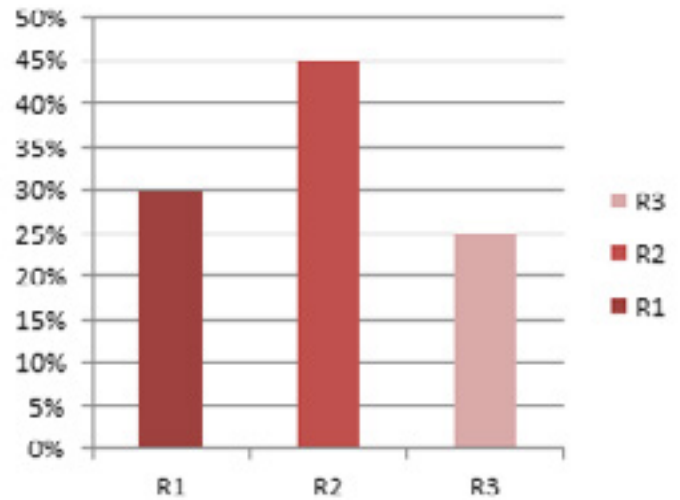


Grafica N°2 . ¿Está usted preparado para desenvolverse en el ámbito laboral?



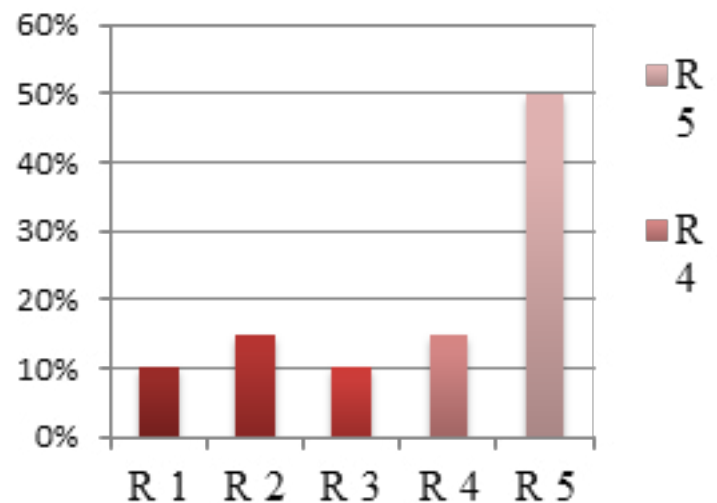
Grafica N°3¿Qué aspecto en su formación profesional necesita reforzar?

- Conocimientos académicos
- Habilidades comunicativas
- Otros



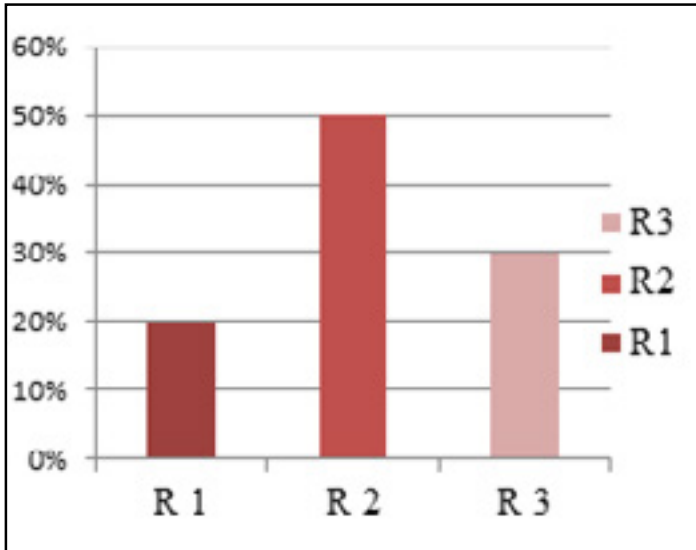
Grafica N° 4.Como estudiante usted ha solicitado...

- Cupo en empresa para práctica laboral y fue aceptado
- Cupo en empresa para práctica laboral y no fue aceptado
- Empleo como diseñador gráfico en empresa y fue aceptado
- Empleo como diseñador gráfico en empresa y no fue aceptado
- No ha solicitado ni práctica ni empleo



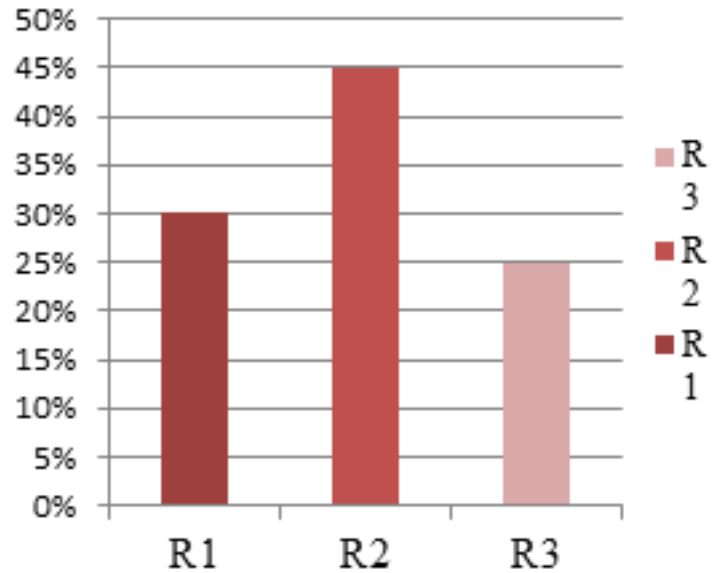
Grafica N° 5.¿En qué tipo de empresa ha hecho solicitud o ha laborado?

- Entidad Pública
- Empresa privada del sector publicitario
- Empresa privada de un sector diferente a Publicidad



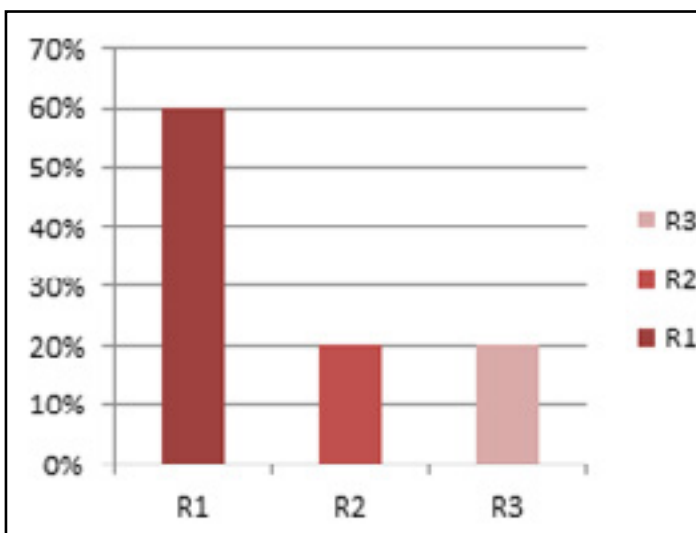
Grafica N°7.¿Cuáles fueron las tres mayores dificultades que encontró al realizar su práctica o trabajo?

- Horario laboral
- Actividades laborales
- Ambiente laboral

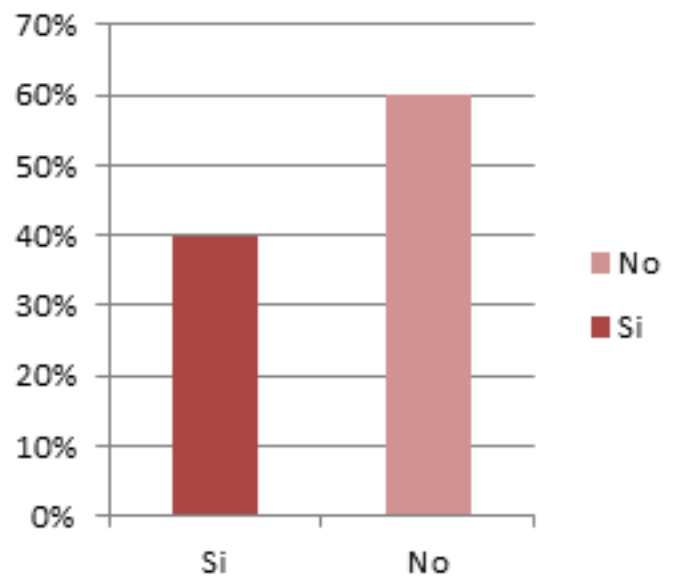


Grafica N°6.¿En cuál de las siguientes áreas de práctica profesional se desempeñó?

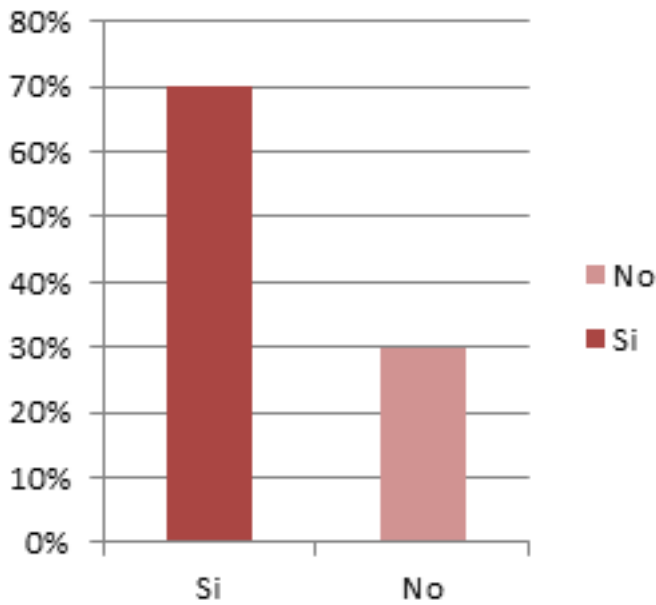
- Diseño
- Producción
- Otros



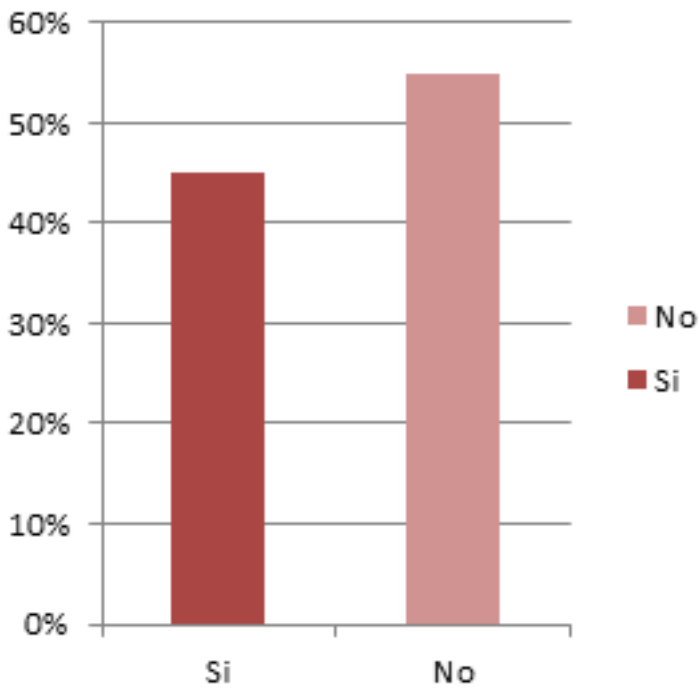
Grafica N°8.¿Considera usted que el salario recibido satisface sus expectativas como tecnólogo en Diseño gráfico?



Grafica N° 9.¿Cree que posee buenas oportunidades de desarrollo profesional en la región de Cúcuta?



Grafica N°10.¿Planea complementar su formación académica en otra institución universitaria?



3.CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos, se evidencia que el perfil previamente establecido no satisface, en muchas ocasiones, las expectativas de las empresas y de los mismos estudiantes.

Como consecuencia los individuos, quienes están finalizando sus actividades académicas, dudan que las competencias y habilidades aprendidas durante su formación profesional, sean capaces de cumplir con las necesidades de alguna entidad laboral; mientras que los estudiantes que se encuentran cursando las prácticas empresariales, presentan dificultades con algunas áreas de trabajo.

De igual manera se presenta un bajo nivel de apreciación en la carrera de Diseño Gráfico o Publicitario en la región, lo que impulsa a los estudiantes a recurrir otros departamentos del país para realizarse como profesionales y poner en práctica sus conocimientos sobre el tema. Así mismo, complementan sus estudios universitarios, asistiendo a otras instituciones, y por lo general estudiando otras carreras relacionadas al Diseño Gráfico, para poder ser efectivos en diferentes campos de trabajo.

Otro déficit presente en los futuros profesionales, es la falta de habilidades comunicativas y adaptación al ambiente laboral. A pesar, de que la gran mayoría de los estudiantes posee conocimientos acordes a la materia, no tienen la capacidad de desenvolverse adecuadamente, lo que provoca una repuesta negativa por parte de la empresa.

Es así como la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, debe hacer énfasis en creación de proyectos que promuevan el desenvolvimiento de los estudiantes en público y refuerce las materias que sirven como base para el desarrollo del Diseñador Gráfico, tales como talleres y habilidades comunicativas.

4. BIBLIOGRAFÍA

Delors, J. (1996). Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el Siglo XXI. Madrid, España. Santillana, UNESCO.

Glenn L. Hoffman. (1999). Parasites of North American Freshwater Fishes. Ithaca, Estados Unidos. Cornell University Press.

González, V.; González, R. (2008). Competencias Genéricas y Formación Profesional: Un análisis desde la docencia universitaria. Madrid. Revista de Educación, n.º 8, pp. 175-18.

Guy Julier. (2013). La cultura del diseño. Munich, Alemania. SAGE.

J. Helfand, M. Beirut, S. Heller. (2001). Fundamentos del Diseño Gráfico. Estados Unidos. Paperback. Ediciones Infinito.

Jurjo Torres Santomé. (2004). La justicia curricular. El caballo de Troya de la cultura escolar. Madrid, España. Ediciones Morata.

Llopart, x. (1997). La gestión de los recursos humanos en base a competencias: análisis de competencias en empresas de auditoría. Barcelona: Universidad de Barcelona. [Tesis doctoral]

Rubén Fontana. (2003). Pensamiento Tipográfico. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Planeta.

Wucius Wong. (1995). Fundamentos del diseño. Principios del diseño bi-dimensional. (Spanish version). S.A., Barcelona. Editorial Gustavo Gili.