UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO:

"PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "DANIEL ÁLVAREZ BURNEO", REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA".

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

AUTORA:

Sheila Ivannova Castillo Armijos

DIRECTOR:

Lcdo. Sybel Ontaneda

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Lcdo. Sybel Ontaneda

DOCENTE DEL ÁREA DE LA EDUCACIÓN EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que la tesis de investigación denominada, "PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "DANIEL ÁLVAREZ BURNEO", REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA", de autoría de Sheila Ivannova Castillo Armijos, previa a la obtención del grado de Lic. En Ciencias de la Comunicación Social, observa las orientaciones metodológicas de la investigación científica y ha sido dirigida en todas sus partes, cumpliendo con las disposiciones emitidas por el Área de la Educación, el Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja.

Por lo expuesto, autorizo la impresión y presentación para que sea revisada por el Tribunal de Sustentación correspondiente.

Loja, julio de 2015

Lic. Sybel Ontaneda
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo Sheila Ivannova Castillo Armijos declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional - Biblioteca Virtual.

Autora: Sheila Ivannova Castillo Armijos

Firma:

Cédula: 1105608911

Fecha: 02-07-2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORÍA DE TESIS, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo Sheila Ivannova Castillo Armijos declaro ser autora de la tesis titulada "PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "DANIEL ÁLVAREZ BURNEO", REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA", como requisito para optar el grado de Lic. en Ciencias de la Comunicación Social; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en Repositorio digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las Redes Sociales de información del país, del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las Redes Sociales de información del país, del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los dos días del mes de julio de dos mil quince, firma la autora.

Firma……

Autora: Sheila Ivannova Castillo Armijos

Cédula: 1105608911

Dirección: Av. De los Paltas y Colorados

Correo Electrónico: ivannovacastillo@gmail.com

Teléfono: 2589978

Director de tesis: Lcdo. Sybel Ontaneda

Tribunal de grado: Lic. Héver Sánchez, Mg. Sc.

Lic. Jaime Flórez, Mg. Sc.

Lic. Galo Vallejos, Mg. Sc.

AGRADECIMIENTO

Mis más sinceros agradecimientos al Lic. Sybel Ontaneda, director de tesis, ya que con sus conocimientos y dedicación ha ayudado de una manera satisfactoria con el desarrollo de este trabajo de investigación. A mis padres por el esfuerzo constante y apoyo fundamental que me han brindado para culminar mis estudios superiores; a mis hermanos por su apoyo incondicional y a la institución en la que realice mi investigación pues con su tiempo y colaboración contribuyeron con conocimientos para el fortalecimiento de esta investigación.

La autora

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico a mis padres, quienes son uno de los pilares principales para mi desarrollo profesional ya que con su apoyo incondicional pude culminar mis estudios superiores.

A mis hermanos, que con su cariño me incentivaron a ser mejor cada día y a sobresalir como estudiante.

A los alumnos del colegio "Daniel Álvarez Burneo", quienes fueron mi punto de partida para iniciar esta investigación.

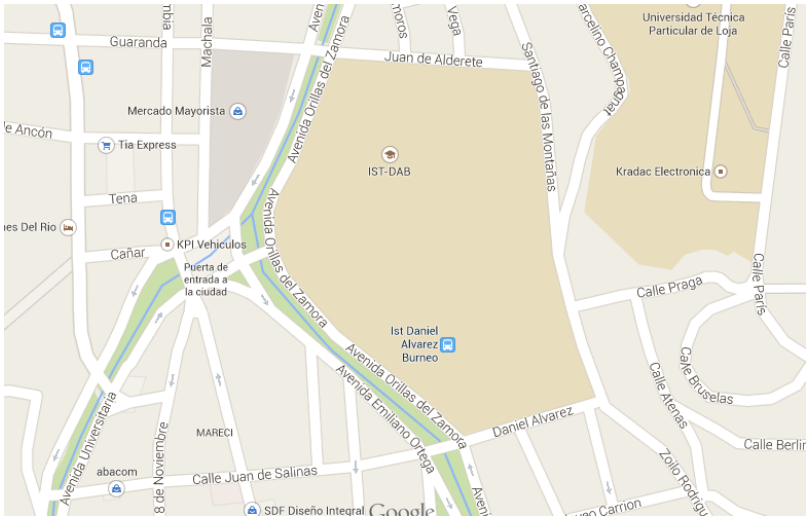
Sheila Ivannova Castillo Armijos

MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN											
BIBLIOTECA: Área de la Educación, el Arte y la Comunicación											
TIPO DE DOCUMENTO	**AUTOR/ NOMBRE DEL DOCUMENTO**	**FUENTE**	**FECHA Y AÑO**	**ÁMBITO GEOGRÁFICO**						**OTRAS DESAGREGACIONES**	**NOTAS OBSERVACIONES**
				NACIONAL	**REGIONAL**	**PROVINCIA**	**CANTÓN**	**PARROQUIA**	**BARRIOS COMUNIDAD**		
TESIS	Sheila Ivannova Castillo Armijos "Percepción de la imagen de la Universidad Nacional de Loja, en los estudiantes secundarios de tercero de bachillerato del colegio Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo", referente a la difusión de la oferta académica".	UNL	2015	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA	EL VALLE	San Cayetano San José Las Pitas La Banda Sauces Jipiro	CD	Licenciada en ciencias de la Comunicación Social

MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS

Fuente: tomada de google maps



Fuente: tomada de google maps

ESQUEMA DE LA TESIS

i. PORTADA
ii. CERTIFICACIÓN
iii. AUTORÍA
iv. CARTA DE AUTORIZACIÓN
v. AGRADECIMIENTO
vi. DEDICATORIA
vii. MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO
viii. MAPA GEOGRÁFICO Y CROQUIS
ix. ESQUEMA DE TESIS

- **a.** TÍTULO
- **b.** RESUMEN
  ABSTRACT
- **c.** INTRODUCCIÓN
- **d.** REVISIÓN DE LITERATURA
- **e.** MATERIALES Y MÉTODOS
- **f.** RESULTADOS
- **g.** DISCUSIÓN
- **h.** CONCLUSIONES
- **i.** RECOMENDACIONES
  - PROPUESTA ALTERNATIVA
- **j.** BILBIOGRAFÍA
- **k.** ANEXOS
  PROYECTO DE TESIS

a. TÍTULO:

“PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “DANIEL ÁLVAREZ BURNEO”, REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA”.

b. **RESUMEN**

Debido a que la Universidad Nacional de Loja es una institución pública, la mayor parte de estudiantes secundarios aspiran ingresar a la institución pero debido a la escaza información que los funcionarios presentan a los estudiantes, un gran número desconoce las carreras que posee y que están en vigencia, este problema se debe a la inexistencia de un departamento que se encargue de la difusión de la oferta académica o de las competencias que no se encuentran bien definidas, por lo que el objetivo principal fue investigar la causa de la falta de difusión de la información de los campos de estudio que presenta la Universidad en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo". Luego del proceso investigativo se comprobó la necesidad de la difusión de la oferta académica en los estudiantes secundarios, específicamente a los alumnos de sextos cursos ya que ellos son quienes están a punto de salir y necesitan por ende la información adecuada para elegir la carrera deseada, es así que se concluyó que la difusión de la oferta académica no es la adecuada ya que la información que se proporciona no es la suficiente, por lo que a futuro se aspira que las competencias de la difusión sean acarreadas por algún departamento del Alma Mater. Por último mediante la propuesta planteada se espera que el problema presentado se solucione de una manera satisfactoria ya que una buena comunicación ayudará a una buena elección lo que conllevará a la formación de profesionales de calidad.

ABSTRACT

Because the Universidad Nacional de Loja is a public institution, most aspiring high school students to enter the institution but due to officials escaza information presented to students, many unknown races which owns and that are in effect, this problem is due to the lack of a department that is responsible for the dissemination of academic offerings or skills that are not well defined, so that the main objective was to investigate the cause of the lack of dissemination of information fields of study presented by University students Instituto Superior Tecnologico "Daniel Álvarez Burneo". After the investigative process specifically to students in sixth courses proved the need for the dissemination of the courses in high school students, since they are the ones who are about to leave and therefore need the right information to select the desired career, Thus it was concluded that the spread of the academic offer is inadequate and that the information provided is not sufficient, so that in the future it is hoped that the powers of diffusion are you carried by any department of the Alma Mater. Finally by the proposal it raised hopes that the problem presented is resolved in a satisfactory manner and good communication help a good choice which will lead to the formation of professional quality.

c. INTRODUCCIÓN

Ecuador ha sido uno de los países a nivel latinoamericano con mayores coberturas en educación, en especial en la educación superior, la tasa neta de matrícula en educación básica subió del 92 al 96 por ciento en siete años (datos tomados de la página Telesur 2015). Por ende, de acuerdo a las nuevas reformas del Estado, se ha constituido en una prioridad aumentar el acceso a este nivel educativo. Es por ello, que se ha puesto en marcha entre varios de los cambios expuestos en la nueva ley, la gratuidad y la igualdad de oportunidades para todos y todas las personas, con el fin de insertarlos en la etapa productiva y por ende contribuyan al desarrollo del país.

La Universidad Nacional de Loja, es una entidad autónoma, de derecho público y sin fines de lucro, de alta calidad académica y humanística, que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior, profesional o de tercer nivel, a esta institución pertenece el Departamento de Bienestar Universitario, Unidad encargada no solo de ofrecer gratuidad al acceso de beneficios que contribuyen a mejorar la calidad de vida estudiantil, sino también de difundir información referente al ingreso de los estudiantes brindando asesoría permanente sobre el proceso de admisión implementado por la Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT).

La información sobre la oferta académica institucional; así como la orientación vocacional y profesional, son los objetivos de la socialización de carreras en los diversos establecimientos de educación secundaria, con la finalidad de posibilitar la inserción

adecuada de los jóvenes en el campo universitario. Dicha información solo se trasmite dentro de la entidad más no fuera de ella.

Es indispensable que los estudiantes tengan vastos conocimientos sobre la oferta académica de las universidades, ya que al elegir, se opta por un proyecto de vida, un proyecto de futuro. Para llegar a esta elección, se requiere de un proceso que incluya información sobre las Carreras, Información sobre el Mundo Laboral y fundamentalmente, información acerca de uno mismo, es decir, aptitudes, intereses, posibilidades.

Las Universidades poseen la significativa labor de ayudar al joven a ubicarse en la realidad universitaria y laboral, desmitificar fantasías respecto a profesiones y carreras, difundir información sobre la orientación vocacional ocupacional que realiza la casa de estudios, posibilitar el contacto directo con el ámbito universitario, la cultura normativa propias de cada unidad académica, y de cada carrera en particular y por último mostrar a los futuros postulantes experiencias de campo, laboratorios, clases, trabajos en biblioteca, investigaciones etc., para lograr una vivencia más realista de la actividad cotidiana de esa casa de estudios.

En este contexto, en el presente trabajo se pretendió investigar el porqué de la escasa difusión de la oferta académica en los estudiantes de los últimos años de los establecimientos educativos secundarios, puesto que una información oportuna es de vital importancia para una elección clara y precisa de la carrera profesional adecuada, acorde con sus aptitudes.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. LA OFERTA ACADÉMICA COMO PROCESO DE VINCULACIÓN DENTRO DE LAS UNIVERSIDADES

Para comenzar a entender la importancia de la difusión de la oferta académica, vale recalcar algunos conceptos claves para un mejor entendimiento de la misma. La vinculación con las personas es un factor indispensable para trasmitir nuestros pensamientos e ideas hacia los demás individuos.

Su rol es importante en la divulgación científica y diversidad cultural, en la transformación social y el desarrollo comunitario y en la transferencia tecnológica con visión de desarrollo. Así pues la Universidad Internacional del Ecuador explica de mejor manera la importancia de la vinculación:

> Desde una visión holística, vinculación significa articular las diversas partes de la institución en proyectos de promoción social de principios éticos y de desarrollo social equitativo y sostenible, para la producción y transmisión de saberes responsables y la formación de profesionales ciudadanos igualmente responsables, interdisciplinarios, proactivos que generen innovación y cambios sustanciales en la sociedad. (http://www.uide.edu.ec/SITE/comunidad.php).

La vinculación es un fenómeno social y humano pues es una actividad transformadora que forma parte del proceso de cambio del siglo XXI y más aún en las universidades, quienes a través de sus carrereas forman a profesionales en diferentes ámbitos educativos.

2. QUÉ SE ENTIENDE POR COMUNICACIÓN

La comunicación es el conjunto de procesos físicos y psico1ógicos mediante los cuales se relacionan varias personas (emisor) y (receptor), a fin de alcanzar objetivos determinados.

García (2010) define también a la comunicación como, "la acción y efecto de hacer a otro participe de lo que uno tiene; descubrir, manifestar o hacer saber alguna cosa". (pág. 17).

Así también Zayas (2011) define a la comunicación como el medio para garantizar la imagen y la cultura, tanto laboral como general y desempeña un papel fundamental en la interacción de la entidad con su entorno. Dentro de centros económicos, sociales y políticos un requisito es la misión y visión de las organizaciones que tiene con la organización entonces la comunicación es parte fundamental. (pág. 78)

De la misma manera el autor señala que mediante una buena comunicación se puede trasmitir: objetivos, responsabilidades, delega autoridad, retroalimentaciones, persuasiones, motivación, estimula al personal, premia, sanciona y toma de decisiones. (pág. 80)

La comunicación interpersonal es primordial en la vida del hombre a lo largo de todas sus etapas, así mismo la retroalimentación que surgió desde hace varios años.

Las ciencias de la conducta han aplicado el término retroalimentación al proceso mediante el cual se pretende ayudar a otra persona o grupo de personas, a conocer datos

que los demás perciben sobre ellos, a considerar la posibilidad de cambiar su conducta cuando ésta le impide, de una u otra forma, lograr sus metas de desarrollo. Dalton, Hoyle y Watts (2006), mencionan que:

> Una retroalimentación adecuada mejora la comunicación, ahorra tiempo y aminora la posibilidad de errores y de problemas de relaciones humanas. Es rápida en la comunicación personal: tanto el oyente como el hablante se la suministran constantemente en forma verbal o no verbal. (pág. 86)

2.1 Comunicación Institucional

Desde hace muchos años la comunicación institucional constituye objeto de creciente interés por parte del mundo profesional y la comunidad académica ya que día a día va tomando importancia es por ello que vale la pena definirla brevemente.

De acuerdo a lo que cita Iñiguez (2013), la comunicación institucional según varios teóricos es "el sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional". (p. 6)

2.2 La imagen de la institución

La imagen y su lenguaje están presentes en los procesos de comunicación de nuestra vida cotidiana, basta observar la enorme cantidad de panfletos y fotografías que vemos a diario para saber cuán importante es esta herramienta.

Según Iñiguez (2013):

La imagen refleja las características de la institución como fuente. Idealmente esta imagen debe reflejar un alto grado de credibilidad y ser atractiva para que logre captar la atención de los públicos; además debe implicar prestigio y cierto grado de poder. Es así que los elementos que ayudan a mejorar la imagen institucional son:

- Los públicos a quienes la institución afecta y por los que se ve afectada, desarrollan una conceptualización determinada acerca del sistema institucional.
- Esta conceptualización, o idea que tiene acerca de ella, recibe el nombre de "imagen" que los públicos se forman de la institución es producto fundamentalmente de las experiencias individuales de cada uno de los miembros del público o públicos, la relación con la institución cada vez más entendiéndose por relación todos los contactos que cada uno de los miembros del público tenga con ella, y la influencia de otros individuos que a su vez hayan tenido contactos (relaciones) con la institución. (p. 11)

2.3 Departamento de Comunicación Institucional

Como ya se mencionó anteriormente la comunicación institucional cumple un papel importante en la empresa por lo que se ha establecido un departamento que se encargue de difundir la buena voluntad, confianza y credibilidad con respecto al lugar que representan.

Iñiguez (2013), respecto al tema cita al periodista norteamericano Charles H. Prout, quien dice que el papel de las relaciones públicas en una corporación, en esencia, elabora la aceptación de la corporación como un todo, en el mismo modo que los departamentos de marketing elaboran la aceptación de los productos individuales. (p. 14)

Función

El departamento de comunicación desarrolla la administración de contenidos, el diseño permanente y la puesta en funcionamiento de todos los recursos en materia de comunicación con el fin de mejorar la imagen de la institución.

2.4 Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional se encuentra presente en todas las actividades que se desarrollan diariamente ayudando a detectar cuáles son los problemas de comunicación dentro de la empresa y de la misma manera descubriendo los factores positivos de la misma. Además de ayudar a mejorar el flujo de mensajes entre los miembros de la organización.

Para David Berlo (2005) a la comunicación organizacional se la define como "una disciplina en el campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio". (p. 16),

La importancia de la comunicación organizacional se basa en ayudar a los miembros de la compañía a desenvolverse de mejor manera para lograr cumplir las metas y responsabilidades del trabajador y de la institución en la que laboran.

La comunicación organizacional puede ser interna y externa:

Comunicación interna: actividades que se realizan dentro de la organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa promoviendo la unión y motivación para alcanzar las metas establecidas.

Comunicación externa: va dirigida al público externo con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas para proyectar una mejor imagen corporativa de la organización. (http://es.slideshare.net/jaquelinemlopez/comunicacional-organizacional?qid=8fedbbe4a8904b8f9cb90ee8ccf97b0e&v=qf1&b=&from_search=28)

3. IMPORTANCIA DE LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

La difusión de la información abarca todos los modos de socialización de documentos o referencias informativas importantes, no solo la institución sino también para quien la recibe: desde la comunicación verbal de una referencia concreta hasta la edición de boletines bibliográficos periódicos o libros.

La difusión es una manera factible para comunicar a la población, siendo más específica la población secundaria acerca de diferentes informaciones que para ellos sean de total importancia, en este caso la difusión sobre la oferta académica de las carreras de una universidad.

Existen dos formas básicas de difusión, según las Tecnólogas en Administración Documental, la difusión bajo demanda y la difusión documental.

La difusión bajo demanda

Se trata de una difusión pasiva. La iniciativa parte del usuario que necesita información. Se realiza cuando el usuario se dirige al centro con el objeto de solicitar una información concreta. Se considera también difusión bajo demanda la consulta en línea a una Base de datos por parte del usuario sin la mediación de un documentalista.

Difusión documental

Es una difusión activa. Es aquella que implica iniciativa por parte del centro ofreciéndole, a los usuarios, productos documentales que juzga útiles, según el análisis que se haya hecho de sus necesidades, o señalándole sus problemas de información y ayudándole a resolverlos. (http://www.actiweb.es/ipgcrp/pagina5.html)

4. OFERTA ACADÉMICA

Oferta académica es la difusión de las carreras que posee una institución a través de una página web o persona, quien es la encargada de promocionar y dar a conocer las carreras que posee la universidad.

La educación ha ocupado un lugar predominante, es por ello que existe una gran demanda estudiantil en las universidades no solo a nivel nacional sino también internacional, razón por la cual los estudiantes antes de postularse a una institución o carrera tienen que conocer los requisitos y capacidades que se necesiten para ingresar a la misma.

La oferta académica siempre ha sido un factor importante para el estudiante, ya que por medio de ella el aspirante a entrar a la universidad puede conocer las carreras que se ofertan en dicha institución ya que una buena elección ayudará a una buena preparación para la vida o adiestramiento laboral.

Es así pues que en la página web de la Universidad Nacional de Loja se puede encontrar con la siguiente información:

> La Oferta Académica tal y como su nombre indica permite definir la oferta académica, entendiendo por ésta la composición de los planes de estudio y de las asignaturas que la universidad está en disposición de impartir como docencia. Por otra parte, el DOA nos puede ser útil para gestionar los estudios oficiales, permitiendo gestionar el ciclo de vida del plan de estudios desde su definición hasta la aprobación por los órganos oficiales correspondientes. http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/

4.1 IMPORTANCIA DE LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA

Debido al fracaso vocacional en la que algunos estudiantes han caído es de vital relevancia saber que antes de tomar cualquier decisión, los alumnos de secundaria próximos a culminar sus estudios, tengan la oportunidad de conocer las carreras que se ofertan en las universidades, cuáles son las aptitudes y actitudes que se necesitan para ingresar a la especialidad de su preferencia, pues la decisión que tomen será la que definirá su futuro profesional y su desempeño laboral.

Con el contexto planteado y de acuerdo con Castañeda y Niño (2005) una buena comunicación con el estudiante logrará transparencia y flexibilidad al sistema de

formación logrando de esta forma no solo aumentar la participación, sino también a reducir la tasas de abandono de los alumnos. (p. 30)

Toda esta problemática que interfiere en los sistemas educativos, obligan a pensar la universidad en que universidad será mejor estudiar y sobre todo que elección debe tomar en cuanto a la carrera, haciendo una consideración de la oferta académica, infraestructura, tecnología y personal docente. Enfatizando la necesidad de demoler los muros de rigidez que han estado oprimiendo, modificando la distribución y las formas del ejercicio académico y del poder de las instituciones (Nieto, 2002), y forjando nuevas maneras de comunicación hacia la comunidad estudiantil.

De esta manera el estudiante podrá hacer uso de su formación disciplinaria y responsable para configurar su plan de estudios acorde a sus situaciones y su entorno, comprometiéndose más con su crecimiento profesional.

4.2 **REPLANTEAMIENTO DE LA OFERTA ACADÉMICA**

A partir de la hegemonía de las políticas neoliberales puede comprenderse la crisis que atraviesa la educación. La escuela y la Universidad, atrapadas en una recurrente situación de desfinanciamiento, precarias condiciones laborales de sus docentes y embates evaluadores, son ámbitos que cobran fuerza en los proyectos que definen los jóvenes, y que hallan sustento en los mandatos familiares. Respecto a este tema Aisenson, (2002) en la revista argentina de sociología dice:

> Las instituciones de educación superior (IES) públicas se vieron enfrentadas a la necesidad de replantear sus funciones sustantivas y su función adjetiva (Reyes, 1995).

> Esto debido a que las universidades del país cuentan con estructuras y organizaciones tradicionales acordes con una visión fundamentalmente formadora de profesionales en las diversas disciplinas y ·reas del conocimiento, donde la investigación en ocasiones responde más a las prioridades de los investigadores que a las del entorno o, inclusive, a las de la propia
>
> Así, sin enajenarse en el ·ámbito social, las universidades han de intervenir en la vida social con espíritu crítico y de manera positiva. Las funciones sustantivas de docencia, investigación y difusión se han de planear con miras a contribuir al desarrollo integral de la sociedad. (p.p. 40-55)

Por lo tanto, es fundamental que cada universidad tenga claridad respecto a su responsabilidad social para que, en función de ello, se mantenga vinculada con la sociedad.

También, se hace indispensable que las universidades públicas elaboren estudios relativos, así lo mencionan Alcántara y Arcos en su escrito "vinculación como instrumento" manifiestan que:

> La percepción social de sus instituciones, rebasen el aspecto escenográfico o publicitario y que consideren la imagen en función de la pertinencia social y de la percepción que de esa pertinencia tenga la sociedad, a fin de estar en mejores condiciones de satisfacer las demandas los sectores externos en materia de vinculación.
>
> En las universidades públicas surgen nuevos elementos que anteriormente no se habían explotado con la intensidad que el mercado exige: fomento de mecanismos de cooperación, coordinación, consulta, promoción, imagen institucional y participación

social; que causan un impacto en el posicionamiento de la institución en su contexto. (p. 5)

4.3 CÓMO MEJORAR LA OFERTA ACADÉMICA

Fernández, Rodeiro, y Ruzo (2004), señala algunas sugerencias para mejorar de una manera satisfactoria la oferta académica de las instituciones superiores:

> La aplicación de los análisis ha distinguido grupos de titulaciones claramente diferenciados cuyo potencial competitivo se ha establecido con base a la extensión de su oferta y a su nivel de demanda, ya que permite esquematizar los resultados derivados de la aplicación de ciertas políticas de oferta universitaria. Por ejemplo, la extensión, en ocasiones injustificada, de determinados estudios puede conducir a un desperdicio de recursos financieros que podrían emplearse de forma más eficaz, bien ofertando otras titulaciones diferentes, con una mayor demanda social, o bien becando a los alumnos para que se desplacen hasta el centro donde se imparten los estudios elegidos. (p. 103)

5. POLÍTICA EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO CON EQUIDAD

Algunas de las causas para que el pensum de estudios de las universidades se haya deteriorado y así mismo su calidad es debido a la diversidad de carreras que en algunos casos no tienen mayor demanda por los estudiantes y de la misma forma infraestructura innecesaria. Esta realidad la refleja José Calva:

> La desregulación de la educación superior ampliar la oferta académica, se soslayó la calidad educativa y su diversificación con criterios de calidad, provocando severas

distorsiones en la oferta académica y en la vinculación con las necesidades sociales, económicas y tecnológicas del país.

Ante un marco jurídico e institucional obsoleto, que favorece la desregulación anárquica de los servicios, la expansión y diversificación de las instituciones de educación superior y de su oferta académica han agravado los problemas de vinculación y coordinación entre el espectro de instituciones. (p.57)

6. EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

En América Latina, el crecimiento de la demanda de educación superior ha tenido un avance desigual de acuerdo a las circunstancias y peculiaridades de cada país. Así lo explica Susana Fernández (2004) en uno de sus escritos sobre la Financiación de la educación superior en América Latina:

El crecimiento de la matricula ha tenido un desarrollo desigual en función de las condiciones y características. Este crecimiento es atribuido a la explosión demográfica que experimenta la región en la década de los cincuenta y a la masificación de los graduados de la secundaria que desean cursar estudios superiores. En la actualidad, la mayoría de los SES latinoamericanos están conformados por instituciones universitarias y no universitarias que se diferencian a partir de la amplitud de su oferta académica. (p.p. 284, 285, 286)

Aquí, la autora nos explica el deseo que tienen los estudiantes secundarios por seguir sus estudios superiores pero debido a las diversas condiciones que tiene cada universidad un cierto grupo de alumnos se queda fuera de este plan de estudios.

Cuando los estudiantes pasan del colegio a la universidad y escogen la carrera deseada se exponen a situaciones adversas constantes, tales como la carga horaria y materias con mayor peso; así pues Díaz (2006) dice además que existen otros puntos cuando existe este cambio en los estudiantes:

> Aparecen condiciones afectivas negativas que dificultan el aprendizaje, pues basta ver las consecuencias de una elevada carga académica en ciertos instantes de los periodos de estudio, donde se pone a prueba la disciplina y la capacidad de trabajo del estudiante en límites de exigencia máxima, rompiendo la tan elaborada capacidad disciplinar conseguida durante el tiempo de formación desde la básica. (p. 7)

De la misma manera al ingresar a la universidad el estudiante pasa a tener una responsabilidad mayor, ya que es él quien decide que va a estudiar. Rodríguez Fernández (2010), habla sobre la responsabilidad que de los estudiantes secundarios asumen y la visión que deben tener:

> Las líneas maestras de un esquema avanzado e integrado de responsabilidad social universitaria, fundamentado en la participación efectiva de las diversas partes interesadas y en un gobierno institucional "global". Sobre esta base insiste en la necesidad de eludir una visión de la responsabilidad social universitaria como simple retorica o mera pretensión de lograr la legitimación social mediante la adopción de estrategias de reputación de imagen. (p. 25)

6.1. INCREMENTO DE LA DEMANDA DE ESTUDIANTES EN LAS CARRERAS UNIVERSITARIAS.

Cada año un gran número de estudiantes secundarios terminan su preparación en el nivel diversificado y planean ingresar al nivel superior para continuar con sus estudios superiores y así lograr su objetivo.

> Tienen la necesidad de seguir sus estudios en una universidad, sin importar el tipo de establecimiento que éste sea. Pero los factores que toman en cuenta para elegir una determinada carrera y universidad, es que tenga docentes calificados, excelentes profesiones y el prestigio institucional. (http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3147/1/T-ESPE-031042.pdf).

Actualmente, en las tres universidades que funcionan en la ciudad de Loja estudian un número considerable de jóvenes. Pero cada año el número aumenta, entre los recién graduados y quienes retoman estudios**.**

7. CALIDAD EN LA EDUCACIÓN

Educación de calidad no solo implica tener docentes bien formados ni infraestructura adecuada no significa seguir una sola línea. Al contrario abarca un buen desarrollo de las capacidades tanto físicas como mentales.

Álvarez y Topete (2004) acerca de este tema manifiestan:

> Es importante identificar las funciones sustantiva de la educación superior, los elementos estratégicos relacionados con la gestión de calidad, elementos del proceso que conduce al

mejoramiento de la calidad de la educación superior. En el diagrama se presentan dichas funciones. El mejoramiento continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las instituciones necesitan hacer si quieren ser eficientes a lo largo del tiempo tomado de calidad educativa y mejor. (p. 17)

8. IDENTIDAD Y LA PROFESIÓN: LA APUESTA POR EL PROGRESO

Existen diversas emociones y cambios que los jóvenes sufren al momento de ingresar a la universidad ya que el cambio de colegio a universidad es drástico por lo que tienen que adaptarse a una nueva metodología de estudios. Figari y Dellatorre (2004) hablan sobre el tema:

> En los jóvenes que ingresan a la Universidad al término de la escuela media, gobierna una imagen centrada en una vinculación estrecha entre progreso, conocimiento e identidad. Es así que hemos podido constatar claras continuidades con los sentidos más nodales que legitimara la sociedad liberal moderna y, en particular, con aquellos que dieron base de sustento a la concepción keynesiana. Los jóvenes resultan contundentes, poniendo de manifiesto una red de significaciones que asocia el ser universitario con la posibilidad de progreso. Esta idea cobra expresión tanto en la potencial satisfacción por obtener un trabajo que les dé placer como en la referencia al crecimiento personal. (p. 46)

Así mismo las autoras señalan que los jóvenes no solo escogen su carrera sino también se reflejan un futuro laboral exitoso de acuerdo con la carrera escogida: los jóvenes ubican a la educación y al trabajo como vías para ser mejores y conseguir un trabajo que les dé placer. Asume la representación de futuro

vinculada, sobre todo, al ejercicio de la profesión, más que al escenario presente que los involucra como estudiantes. (p. 49)

> Si los sentidos asociados al progreso (que permitiría el ejercicio de la profesión) asumen preponderancia para los jóvenes de 17 a 19 años, para los de más de 30 años se hallan mucho más difusos, ganando terreno referencias que especifican el ser universitario en el propio escenario de la Universidad, es decir, en relación con los procesos formativos. Más que una referencia al campo profesional y a obtener un trabajo que dé placer, se instala mucho más una mirada al aquí y ahora, que los posiciona como estudiantes. (p.p. 49-50).

Esto es tan cierto, como la diferencia en los parámetros para evaluar las universidades públicas y privadas. En numerosos casos, la autonomía universitaria es un valor al que se recurre como indicador característico de las primeras, pero no funciona en las segundas. El financiamiento, por ejemplo, está garantizado en las privadas, pero en las públicas está inflado de luchas y dolores de cabeza para la comunidad universitaria.

Comprender que la actividad académica constituye hoy un recurso renovable e inagotable, a través de la cual pueden obtenerse beneficios económicos, sociales y culturales, con una rentabilidad razonable, producto de la gestión de los recursos propios, constituye por sí misma una ventaja competitiva.

9. COMPETITIVIDAD EN LA EDUCACIÓN

Guzmán (2012) respecto a la educación superior manifiesta que:

> Debe de tener la capacidad de lograr mayor competitividad en los profesionales que se gradúan de las diferentes áreas, elevando la calidad académica así como el perfil del profesional, de manera que satisfaga sus necesidades personales como también la oferta

de trabajo, centro del mercado laboral nacional e internacional. El problema en la calidad de la educación, surge cuando los resultados o productos que se obtienen de las instituciones se van quedando marginados por no estar acorde a los avances tecnológicos, que inciden en el sistema productivo. (p. 5).

9.1 ESTRUCTURA

La actual estructura de la oferta de carreras universitarias ha sido el resultado de la suma de decisiones tomadas por cada universidad individualmente, sin ningún tipo de coordinación entre sí. En particular, a las universidades nacionales les compete la actividad de libre creación de carreras por gozar de autonomía académica. (Fanelli, Balán, 1994 p. 11)

9.2 MODELO ACADÉMICO

Pitarch (2011) señala algunas alternativas que deben plantearse las universidades para mejorar su modelo académico:

Las universidades deben plantearse un nuevo modelo educativo centrado en el estudiante, y para ello, será necesario no sólo revisar sus enseñanzas, sino replantearse sus objetivos y establecer una serie de medidas para garantizar el éxito educativo y profesional de estudiantes. Una gran parte del abandono escolar en la etapa universitaria se concentra en los primeros años, fruto de un desajuste en la incorporación del estudiante, (P. 69)

10. LA INFORMACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ENTRE LOS JÓVENES

Es relevante que los estudiantes antes de ingresar a la universidad conozcan o reciban la información sobre la carrera que van a escoger, así lo afirma Pitarch (2011)

> Uno de los aspectos fundamentales para la correcta elección de los estudios universitarios es la información recibida durante la etapa preuniversitaria de la oferta académica existente. Resulta esencial acercar la universidad a los estudiantes y también a sus familias, que en gran modo serán uno de los actores clave en la decisión de sus estudios. (p. 72)

11. LA ORIENTACIÓN PREUNIVERSITARIA

Pensar en iniciar los estudios universitarios lleva al estudiante a enfrentarse a una serie de opciones académicas de las cuales debe elegir una de ellas con total minuciosidad ya que la decisión que tome definirá su futuro profesional. Michavila Pitchar (2011) en su escrito menciona causas de abandono de la carrera escogida:

> Una gran parte del abandono escolar en la etapa universitaria se concentra en los primeros años, fruto de un desajuste en el enlace entre esta etapa y la preuniversitaria.
>
> Ante esta situación, se presentan dos posibles vías de actuación. Por un lado, acercar la oferta académica de la universidad a la sociedad y a sus usuarios directos, con más información y asesoramiento, para facilitar la decisión de elegir determinados estudios.

> Y por otro lado, corregir ese desfase que a menudo existe entre los conocimientos que tienen los nuevos universitarios y los conocimientos que se requieren para afrontar con mayor probabilidad de éxito los estudios universitarios. (p. 75)

11.1 ORIENTACIÓN ADECUADA

En un estudio realizado por Climent y Navarro (2010) se expone el significado de orientación profesional manifestando que es un proceso que permite y capacita a las personas para tomar decisiones en determinados momentos de la vida relacionados con su actividad productiva y laboral. Básicamente trata de ayudar a que cada uno encuentre su lugar. (p. 169)

> Con frecuencia hemos constatado la existencia de jóvenes que han desaprovechado grandes oportunidades laborales porque desconocían su existencia. O el caso de multitud de personas que han perdido unos maravillosos años porque se han dado cuenta demasiado tarde de cuál era su verdadera vocación. Estas y otras situaciones se podrían haber evitado con una adecuada orientación. Para garantizar una trayectoria profesional exitosa es preciso que las expectativas profesionales de los jóvenes se ajusten a sus capacidades e intereses.
>
> (http://www.iestiemposmodernos.com/escuelapadres/imporpro.htm)

Elegir una carrera es un reto para cualquier estudiante, ya que de esto dependerá su éxito profesional o su fracaso, la gran labor de una orientadora educativa es acompañar esta elección, proporcionado al estudiante una consejería eficiente.

Las Orientadoras Educativas de la Universidad Insurgentes, tienen dentro de sus actividades, brindar a los estudiantes, asesoría en la elección de carrera, imparten talleres. (http://orientauin.tumblr.com/post/25882064497/la-importancia-de-la-orientacion-vocacional-en-el)

12. ERRORES QUE SE DEBEN EVITAR

McDowell y Hostetler (2006) nos dicen que existen millones de jóvenes que cada año tienen que escoger dónde continuar sus estudios superiores o universitarios. Las estadísticas indican que un porcentaje alarmantemente alto de estudiantes que empiezan sus estudios universitarios descubren que se han equivocado al elegir dónde estudiar (p. 519)

Antes de escoger o inclinarse por una carrera profesional los estudiantes secundarios deben tomar en cuenta algunos puntos o factores que impiden la correcta elección:

1. No conocerse a sí mismo: es preciso conocerse a fondo para tener claridad de las debilidades, fortalezas, gustos, expectativas
2. No considerar las habilidades que requiere cada carrera: Ciertas profesiones requieren de un perfil determinado que usualmente no es tomado en cuenta por los estudiantes a la hora de hacer su elección. Así pues el conocimiento propio servirá para armonizar los intereses con las aptitudes y de esta manera ubicarse en un escenario real.

3. Pensar que la carrera es sólo la actividad profesional: La elección equivocada de la carrera desencadenará en un profesional que se revela continuamente contra su destino o que se resigna ante él.
4. Elegir sin suficiente información: Hay que investigar directamente en las fuentes: visitar las universidades, conocer los profesores, los estudiantes y conversar con los futuros colegas aunque van a sobrar las opiniones y consejos, éstos deben ayudar a formar el propio criterio.
5. No tomarse el tiempo para elegir: Esta es una decisión que debe comenzar a procesarse uno o dos años antes de culminar la educación escolar, e ir madurando las opciones a medida que pasan los días.
6. Elegir la carrera por presiones externas: Escoger una carrera por seguir con una tradición familiar, por los deseos de los padres, o por otro tipo de presiones; es de entrada, un paso en falso. El estudiante es el único protagonista de esta historia, la decisión debe partir de su convicción.

(http://www.lafamilia.info/index.php?option=com_content&view=article&id=2148:la-eleccion-de-la-carrera-6-errores-a-evitar-&catid=52:vida-universitaria&Itemid=109)

13. FUNCIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD

Parent, (2005) menciona que en una sociedad muy marcada por el requerimiento de la acción inmediatista y de resultados a corto plazo, muchos universitarios en formación se

plantean la razón moral por la que durante varios años solo se dedican al estudio y no actúan en su medio.

> La universidad cumple con su función social en varios planos. En primer lugar en su función de enseñar: en ella el estudiante y el maestro dedican lo mejor de sí mismos para responder a la demanda social de conocimientos.
>
> En segundo lugar, la universidad cumple una función social al entregar a la sociedad a los profesionales que han formado y acerca de los cuales confirma su capacidad. En tercer lugar, la universidad cumple una función social como legitimadora de los planteamientos que surgen de la sociedad, de las instituciones o del gobierno. (p. 189)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES

Los materiales utilizados en el proceso de investigación fueron: Encuestas aplicadas a los estudiantes de tercero de bachillerato del colegio Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo", a través de las cuales se pudo obtener resultados para la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

Dentro de los materiales también se utilizaron equipos de computación, medios de trasporte y materiales de oficina.

MÉTODOS

Analítico.- Sirvió para la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. Es decir se lo tomó para poder identificar cada uno de los problemas que existen dentro del Departamento de Bienestar Estudiantil para de esta manera ayudar al mejoramiento de la utilización de sus recursos.

Sintético.- Se utilizó este método para la recopilación de información para la revisión literaria de la tesis, la cual fue obtenida en consultas.

Deductivo.- Se lo empleó para observar premisas generales como la escasa difusión de la oferta académica y la imagen de la UNL en los estudiantes, es decir ayudó a realizar el estudio generalizado de la problemática planteada.

Inductivo.- Este método permitió comprender que la información recopilada de la observación indirecta hecha a los estudiantes de sextos cursos, contribuyó al planteamiento de una propuesta alternativa.

Estadístico.- Permitió recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos que ayudaron a representar gráficamente los resultados obtenidos en el estudio.

TÉCNICAS

Entrevista.- Ayudó a recopilar información confiable que permitió: conocer las obligaciones del departamento de Bienestar Estudiantil, así mismo la organización, y limitantes de la misma.

Observación.- Ayudó a evidenciar, verificar y constatar los problemas del departamento lo cual facilitó el análisis y ejecución del proyecto investigativo.

Recopilación bibliográfica.- Sirvió para revisar libros, manuales, Y toda la bibliografía necesaria que ayudó a fundamentar el planteamiento del problema, y revisión literaria.

POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo a los datos obtenidos por el rector del colegio existen alrededor de 580 estudiantes que están cursando el tercer año de bachillerato razón por la cual para mi investigación he tomado un total de 100 alumnos, quienes me ayudaron a sustentar mi investigación.

f. RESULTADOS

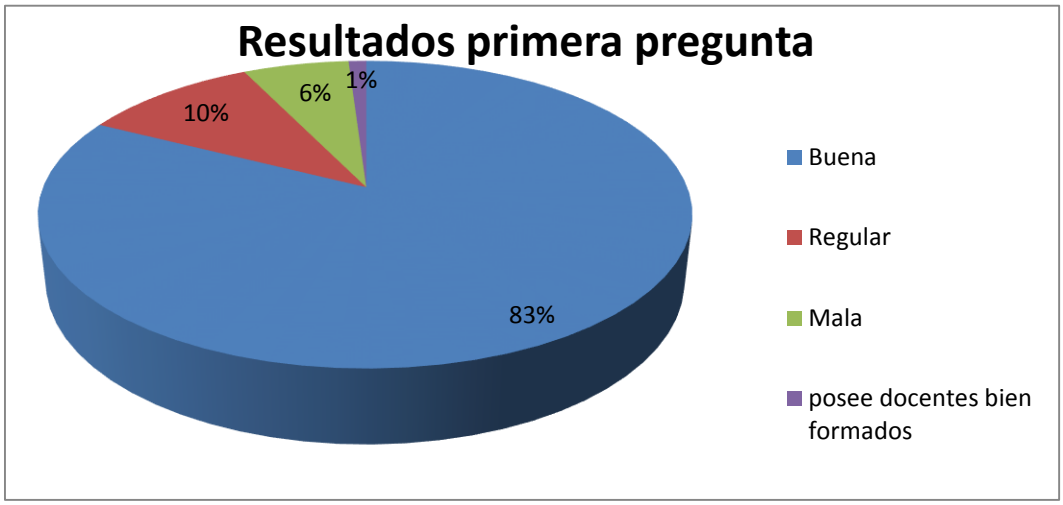
ENCUESTAS APLICADAS A LOS ESTUDIANTES DE TERCERO DE BACHILLERO DEL COLEGIO "DAB"

1. ¿Usted, como estudiante qué imagen tiene respecto a la Universidad Nacional de Loja?

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Buena	83	83%
Regular	10	10%
Mala	6	6%
Posee docente bien formados	1	1%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

El 83% por ciento de los estudiantes encuestados del colegio "Daniel Álvarez Burneo", han señalado que la imagen que tienen sobre la Universidad Nacional de Loja es buena,

mientras que el 10% dice que es regular, el 6% que es mala y el 1% menciona que la institución posee docentes bien formados.

Análisis cualitativo

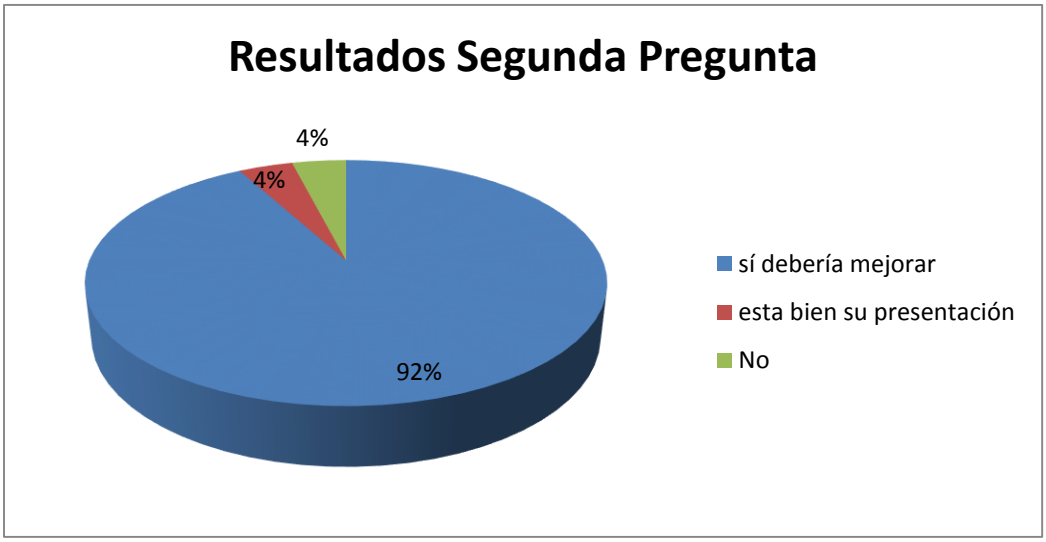
Los estudiantes supieron manifestar que la Universidad Nacional de Loja posee una buena imagen en cuanto a prestigio, trayectoria, y oportunidades de estudiar de una manera gratuita, además de profesionales capaces de formar estudiantes con conocimientos en el campo de estudio.

2. **¿Considera que debería mejorarse la imagen de la Universidad Nacional de Loja?**

Ítem	**Frecuencia**	**porcentaje**
Si debería mejorar	92	92%
Está bien su presentación	4	4%
No	4	4%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

De los 100 encuestados, el 92% considera que la imagen de la Alma Máter debería mejorarse, mientras que el 4% dice que está bien su presentación y el otro 4% no dice nada al respecto.

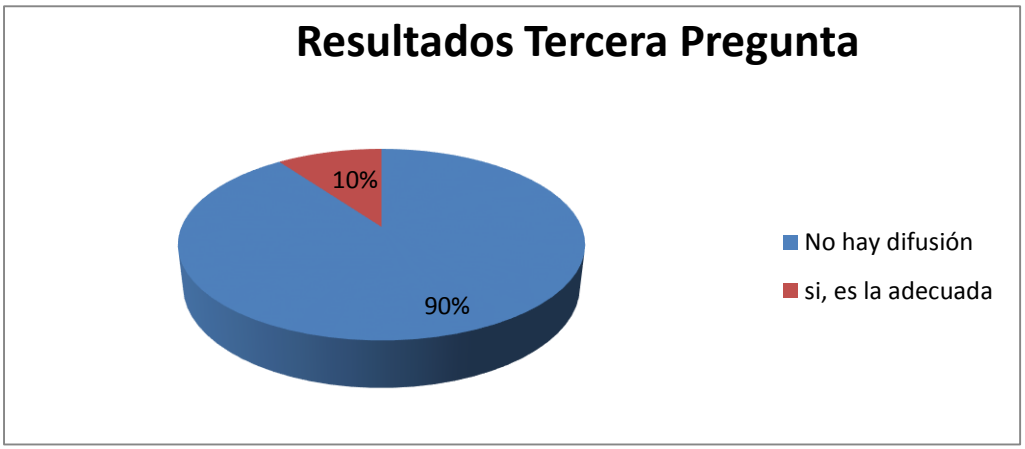
Análisis cualitativo

Una gran parte de los estudiantes encuestados dicen que la UNL, debe ampliar y mejorar sus instalaciones educativas para permitir el ingreso de un número mayor de estudiantes a las distintas carreras que ofrece la institución. Una mínima parte dice que la imagen de la Alma Mater es la adecuada ya que posee todo lo necesario en cuanto a infraestructura.

3. Respecto a la difusión de la oferta académica de la UNL, ¿cree que ha sido la adecuada?

Ítem	frecuencia	Porcentaje
No hay difusión	90	90%
Sí, es la adecuada	10	10%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.
AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

Los resultados de la tercera pregunta dieron a conocer que el 90% de los alumnos señalan que la institución no realiza ninguna difusión de la oferta académica, a diferencia del 10% los cuales dijeron que si existe información de las carreras.

Análisis cualitativo

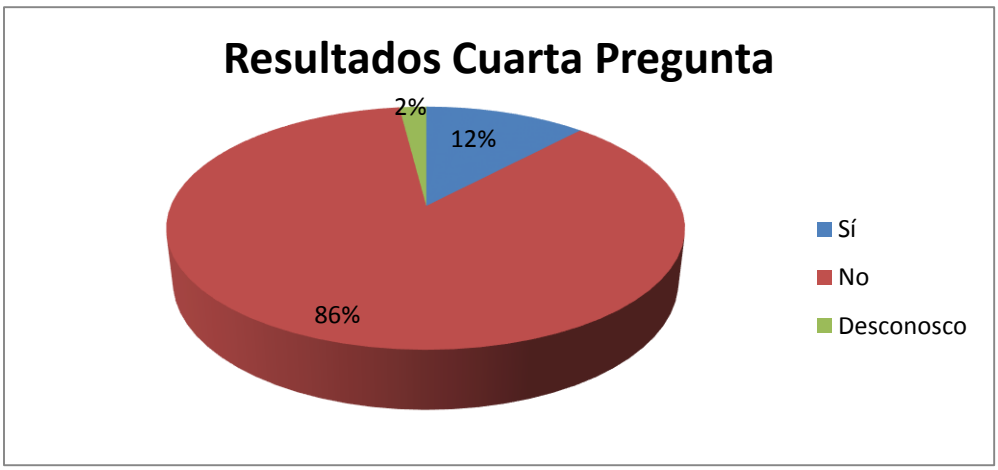
Los encuestados dijeron que no existe difusión de la oferta académica en las instituciones de nivel secundario, ni tampoco una información adecuada en referencia a las carreras que tiene la institución. Resaltando que la información que poseen es gracias a su búsqueda en diversas fuentes.

4. ¿Conoce las carreras que oferta la Universidad Nacional de Loja?

Ítem	frecuencia	Porcentaje
Si	12	12%
No	86	86%
Desconozco	2	2%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

Los resultados de la cuarta pregunta respecto al conocimiento de las carreras que oferta la UNL indican que el 86% no conocen a cabalidad todas las carreras, mientras que el 12% manifiesta que conoce completamente la oferta académica, y el 2% desconoce por lo que no contesta.

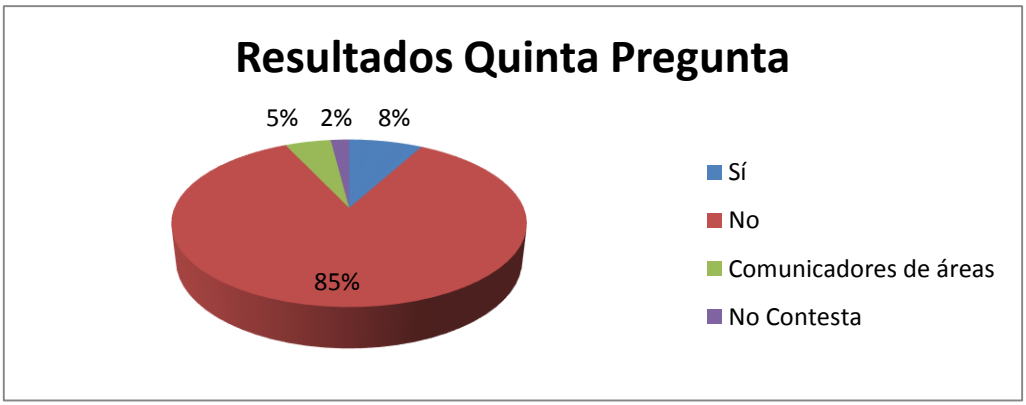
Análisis cualitativo

Un gran número de encuestados dijo que desconocía la oferta académica de la universidad puesto que nadie lo difunde y la información que existe es limitada por lo que no satisface a los estudiantes. Manifestaron que si conocían las carreras gracias a su orientador vocacional.

5. **¿Conoce quién es el encargado de difundir la información?**

Ítem	**frecuencia**	**porcentaje**
Si	8	8%
No	85	85%
Comunicadores de áreas	5	5%
No contesta	2	2%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.
AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

Con referencia a la quinta pregunta la cual dice: si los estudiantes conocen quién es el encargado de difundir la información de las carreras, el 80% de los encuestados dijeron que no saben quién es la persona que debe hacerlo, el 8% dijo que si sabía, el 5% mencionó que eran los comunicadores de las diferentes áreas de la institución y el 2% no contestó.

Análisis cualitativo

Un porcentaje alto de estudiantes manifestaron que no conocían quién era la persona encargada de difundir la oferta académica de la Universidad Nacional de Loja puesto que ningún representante de la institución mencionada se ha dirigido a ellos a proporcionarles información. Pero estuvieron de acuerdo en mencionar que los comunicadores de cada área y las autoridades pertinentes son quienes deben dirigirse a ellos con información.

6. **¿Cree que es conveniente que exista una persona que se dirija a los establecimientos secundarios para informar sobre la oferta académica?**

Ítem	**frecuencia**	**Porcentaje**
Si	97	97%
No	3	3%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.
AUTORÍA: Sheila Castillo

Análisis cuantitativo

El 97% de los estudiantes de tercero de bachillerato creen conveniente que exista una persona que se dirija a los establecimientos secundarios para informar sobre la oferta académica, mientras que un 3%, es decir, una mínima parte señala que no debería existir.

Análisis cualitativo

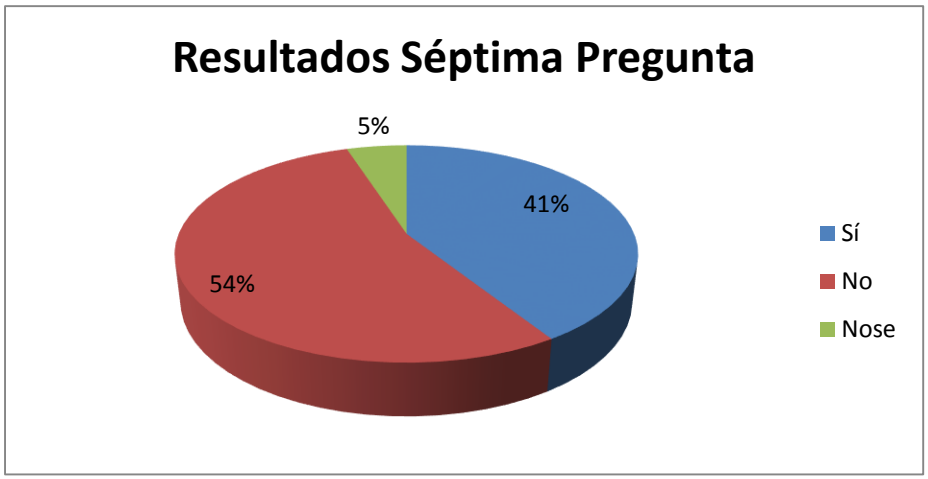
Debido a la gran importancia que tiene la difusión de las carreras que oferta la Universidad Pública de Loja para los estudiantes que están en el último año de educación secundaria ya que la carrera que escojan definirá su desempeño a futuro en el campo profesional, los encuestados piensan que es conveniente que exista una persona que vaya a los establecimientos secundarios para informar sobre la oferta académica.

7. **Usted como estudiante, ¿considera que la universidad satisface la demanda académica?**

Ítem	frecuencia	Porcentaje
Si	41	41%
No	54	54%
No sé	5	5%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

El 54% de los estudiantes que fueron encuestados señalaron que la universidad no satisface a gran escala la demanda académica, a diferencia del 41%, quienes dijeron que la institución si satisface tal demanda. Por ultimo un 5% prefirió no opinar.

Análisis cualitativo

Por la gran demanda que existe en la Universidad Nacional de Loja por parte de un número de personas tanto de la ciudad como de la provincia, los alumnos consideran que

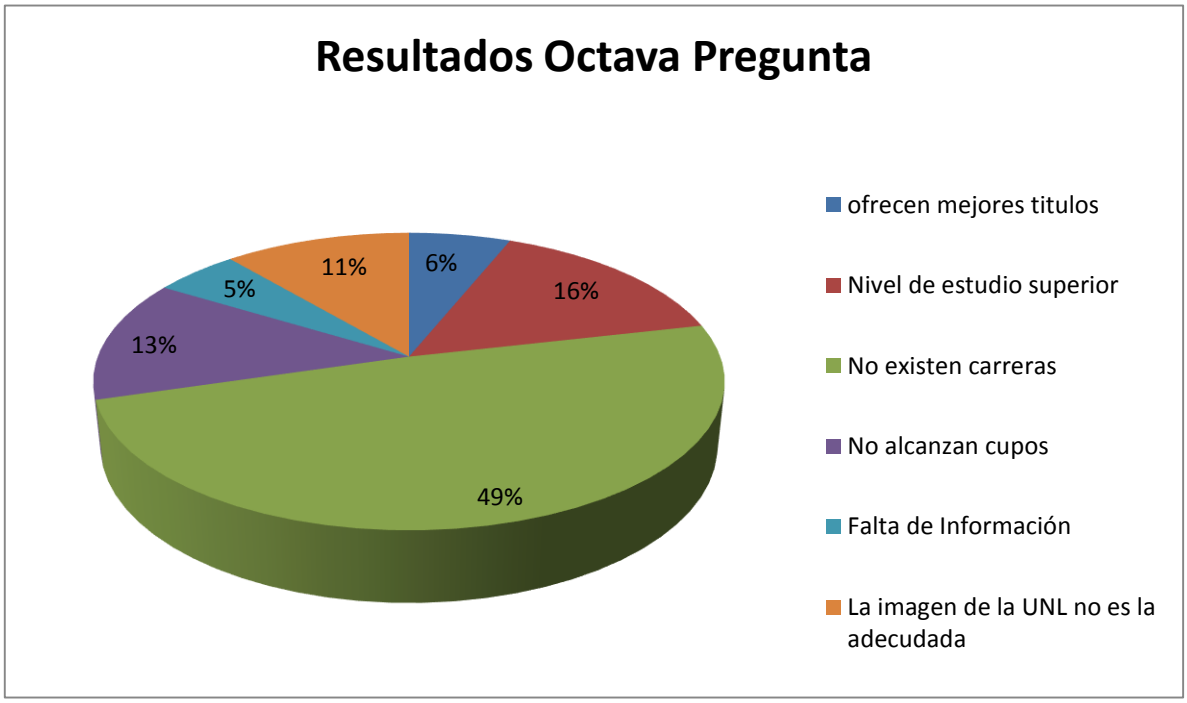
la Alma Mater no satisface la demanda académica en cuanto a espacio y tecnología suficiente para el educando.

8. **¿Cuál sería la causa porque los estudiantes migren de la ciudad hacia otros lugares del país en busca de universidades?**

Ítem	Frecuencia	porcentaje
Ofrecen mejores títulos	6	6%
Nivel de estudio superior	16	16%
No existen carreras	49	49%
No alcanzan cupos	13	13%
Falta de información	5	5
La imagen de la UNL no es la adecuada	11	11
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

Respecto a la pregunta ocho sobre los motivos por los cuales los estudiantes deciden migrar a otros lugares el 49% de los alumnos dice que es porque no existen las carreras deseadas, el 16% nivel de estudio, el 13%no alcanzan los cupos, el 11%, la UNL no tiene una imagen adecuada, el 6% ofrecen mejores títulos y el 5% porque no hay información.

Análisis cualitativo

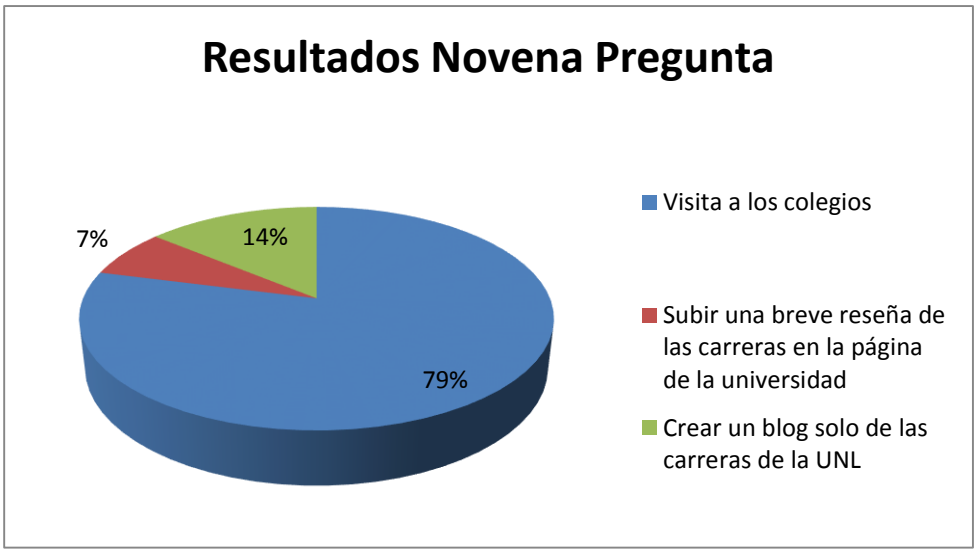
Respecto a las causas de deserción académica los estudiantes manifestaron que es debido a que en otras universidades tienen mejor infraestructura, tecnología, enseñanza y maestros bien preparados. Así mismo por la ausencia de carreras los alumnos tienen que marcharse obligadamente a otras ciudades en busca de la que ellos prefieren.

9. **¿Cómo cree usted que la Universidad Nacional de Loja puede dar a conocer la oferta académica?**

Ítem	**frecuencia**	**Porcentaje**
Visita a los colegios	79	79%
Subir una breve reseña	7	7%
Crear un blog solo de las carreras	14	14%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

En la novena pregunta los resultados obtenidos señalan que los estudiantes prefieren que se realicen visitas a los colegios para la difusión de la oferta académica en un 79%, otros opinan que la UNL debería crear un blog de las carreras 14%, y el 7% dice que convendría subir una breve reseña de las carreras en la página de la universidad.

Análisis cualitativo

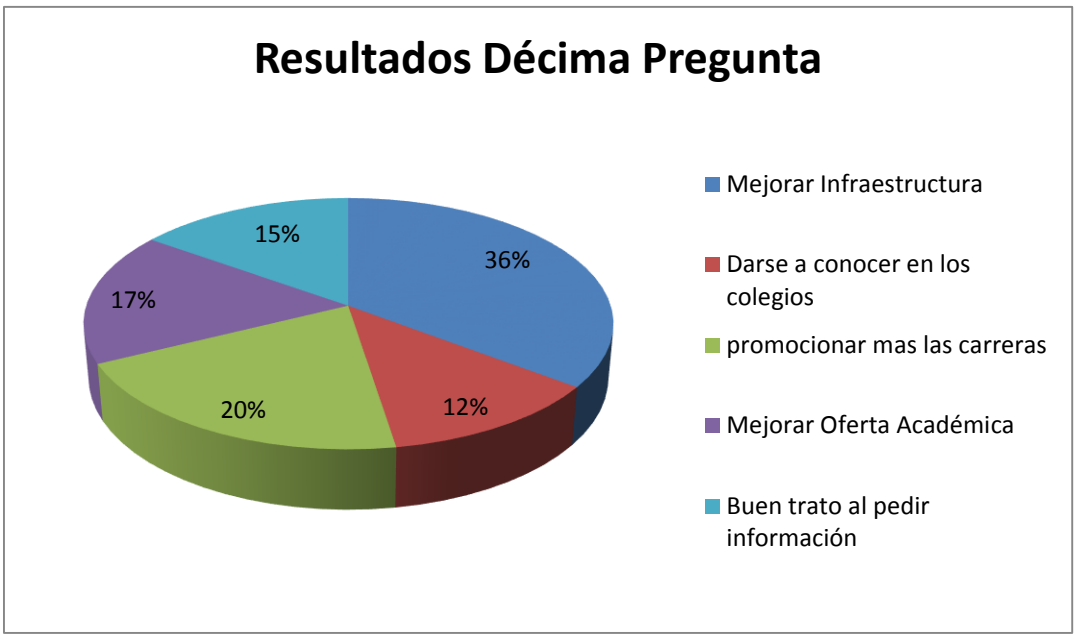
Los estudiantes del colegio técnico "Daniel Álvarez Burneo" dicen que la manera más eficiente para dar a conocer la oferta académica es a través de las visitas a los colegios realizada por una persona especializada en el tema, pero no descartan la posibilidad de la creación de un blog en el que solo se dediquen a subir información de las carreras que están vigentes y el campo ocupacional que estas les proporcionarían.

10. ¿Qué recomendaría para mejorar la imagen de la Universidad Nacional de Loja?

ítem	frecuencia	Porcentaje
Mejor infraestructura	36	36%
Darse a conocer en los colegios	12	12%
Promocionar las carreras	20	20%
Mejorar oferta académica	17	17%
Buen trato al pedir información	15	17%
	100	100%

FUENTE: Encuesta aplicada a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Daniel Álvarez Burneo de la ciudad de Loja.

AUTORÍA: Sheila Castillo



Análisis cuantitativo

En la pregunta diez que se realizó a los estudiantes de tercero de bachillerato, se pudo descubrir, que el 36% piensa que se debe mejorar la infraestructura, el 20% promocionar las carreras, el 17% mejorar oferta académica, el 15% buen trato al pedir información y el 12% cree que debe darse a conocer en los colegios.

Análisis cualitativo

Los encuestados consideran que una buena manera de mejorar la imagen de la UNL es renovando la infraestructura de la institución ya que consideran importante que un espacio adecuado motiva a un desempeño eficiente. Así mismo deberían promocionar las carreras en los colegios para que el estudiante posea un conocimiento sobre ellas y pueda escoger la adecuada para él.

g. DISCUSIÓN

El objetivo principal de mi investigación es, **Investigar la causa de la falta de difusión de la información de la oferta académica que presenta la Universidad Nacional de Loja hacia los estudiantes de tercero de bachillerato**, el cual se verificó con la entrevista realizada a la encargada de Bienestar Estudiantil, quién supo manifestar que el departamento no vela por los intereses de los aspirantes a ingresar al Alma Mater sino únicamente por los estudiantes universitarios, razón por la cual ellos no están obligados a difundir la oferta académica pero por no existir un departamento que asuma este trabajo ellos lo realizan.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Conocer los conocimientos que poseen los estudiantes respecto a la Universidad Nacional de Loja.

En el desarrollo del presente trabajo investigativo se pudo constatar que en el Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo" existían muchos estudiantes que aspiran ingresar a la institución pero que por problemas de difusión de la oferta académica no pueden escoger la carrera adecuada a sus habilidades ya que la poca informan que reciben no satisface las expectativas con respecto a la socialización, además de resaltar que la imagen de la UNL debería mejorarse en cuanto a infraestructura, tal situación se la refleja en las preguntas de la encuesta 1, 2, 3 y 7 que tienen referencia a la imagen, mejoramiento y difusión de la oferta académica.

Determinar las causas por las que no existe una información adecuada hecha por la institución hacia los estudiantes.

Así mismo en las preguntas 4 y 5 en donde se mide el conocimiento de las carreras de la institución y del encargado de difundir la oferta académica se pudo constatar el segundo objetivo donde los estudiantes manifestaban que las causas por las que no tenían conocimiento de las carreras que existen en la institución es debido a que no existe una persona encargada que les socialice las que están en vigencia o existencia. Es por ello que los alumnos consideran de vital importancia que la autoridad pertinente designe a una persona que se encargue de esa tarea ya que la información que se transmita ayudará a decidir de mejor manera su futuro profesional.

Establecer el punto central de la migración de los estudiantes hacia otras universidades del país.

Debido no solo a la escases de información sino a la inexistencia de carreras, falta de espacios y recursos tecnológicos los estudiantes deciden continuar sus estudios universitarios en diversas instituciones del país. Además de mencionar que otra razón para irse de la ciudad es la limitación de cupos en la universidad y el nivel de estudio. Tal situación se la refleja claramente en las preguntas 8 y 9 de la encuesta en donde se pregunta las causas de la migración de los estudiantes hacia otros lugares del país y algunas alternativas para dar a conocer la oferta académica.

Por otro lado los encuestados supieron decir también que una buena manera de mejorar la imagen de la universidad es el mejoramiento no solo académico sino estructural, es decir, arreglar la infraestructura de la institución.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DRA. PIEDAD MORENO, ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR ESTUDIANTIL.

1. **¿Existe una persona que se encargue de difundir la oferta académica en los establecimientos educativos de instrucción secundaria?**

Sí, los estudiantes requieren que un encargado de la UNL explique la información de la oferta académica se van las compañeras de la carrera psicopedagógica pero el criterio de nuestras autoridades no es hacer el trabajo de los orientadores vocacionales él es el que debe investigar las carreras que hay en el caso de Loja en las diferentes universidades y poner a conocimiento de los estudiantes. Pero ese no es nuestro trabajo

2. **¿Ustedes van bajo petición a los establecimientos educativos a dar a conocer la oferta académica?**

Vamos porque nos han pedido pero haciendo la aclaración que no es nuestro trabajo y es la primera y última vez. Ya que esa no es nuestra función porque de acuerdo a la ley LOES en el artículo 86 su función esta ya definida y limitada, es solo para los estudiantes universitarios.

3. **¿Cuál es la función del Departamento de Bienestar Estudiantil?**

La función del departamento de bienestar estudiantil no es difundir la oferta académica. En la LOES de acuerdo a la normativa que contiene el estatuto orgánico de función organizacional con procesos de la UNL que fue aprobado en el año 2002, se señala que nosotros tenemos que trabajar en el ámbito de los estudiantes universitarios, anteriormente entraba comunidad docentes administrativos, ahora no.

4. **¿En cuanto a la oferta académica, cómo son informados los estudiantes de colegio?**

Nosotros tenemos la información ya que no les vamos a decir que no sabemos qué carreras hay, por eso tenemos la información que bajamos de la página web de la UNL, porque hay muchos estudiantes que pasan de la página, por lo que nos vemos en la obligación de estar informadas de las carreras que existen en nuestra universidad pero no es nuestra función, pero tampoco evadimos ese trabajo.

5. **¿Hay alguien que se encargue específicamente de la oferta académica en la UNL?**

Esa información la tiene el vicerrectorado, la cuestión académica la tiene este directivo. Se está exigiendo que se trabaje de acuerdo a la LOES que está aquí, está reglamentada antes prácticamente había la unidad de bienestar estudiantil pero ha tenido nuevos estudiantes, trabajadores por eso ahora a una unidad de riesgos para que se preocupe por su situación física y mental como medica en los trabajadores, de docentes, administrativos y funcionarios en general.

Nosotros tenemos que estar enterados tenemos que ver las resoluciones y apoyar, hacemos los oficios correspondientes, yo insisto que nos envían a nosotros porque no nos podemos quedarnos de lado ya que se tratan de estudiantes universitarios y debemos estar informados.

ENTREVISTA DIRIGIDA A JORGE TOAPANTA ORIENTADOR VOCACIONAL DE TERCEROS DE BACHILLERATO DEL COLEGIO DANIEL ÁLVAREZ BURNEO

1. **¿Usted como orientador vocacional que imagen tiene sobre la imagen de la UNL?**

Bueno para mí personalmente la UNL es un centro de estudios superiores que contribuye a la profesionalización de los bachilleres de nuestra unidad educativa de manera muy especial

Yo tengo el mejor criterio del alma mater lojana pues yo tuve la oportunidad de estudiar dos carreras en esta universidad tanto la carrera en ciencias de la educación como la de derecho entonces para mí es un centro muy importante que contribuye a la superación académica y profesional de los estudiantes.

2. **¿Considera importante la difusión de la oferta académica para los estudiantes de la institución?**

No solamente importante sino indispensable que la UNL difunda la oferta académica a los estudiantes de tercero de bachillerato no solo de esta institución sino a todos en general no solo fiscales, fisco misionales sino también particulares

Es fundamental que los estudiantes conozcan las oportunidades académicas que les ofrece este centro de estudios superiores de acuerdo a sus intereses personales, aptitudes y sobre

todo al campo ocupacional que nuestro medio y en la provincial de Loja y en la región sur requiere para su desarrollo y progreso.

3. **¿La UNL ha difundido las carreras o ha realizado alguna invitación a casa abierta para que los estudiantes conozcan la oferta académica?**

Lamentablemente pues aquí, la UNL quizás ha descuidado esa función muy importante aquí al Daniel Álvarez Burneo nunca ha llegado una invitación para conocer el desarrollo de este evento académico. Si los estudiantes tienen oportunidad de ver es por casualidad o por azar o por que uno se entera por los medios de comunicación social q la UNL ha realizado un programa pero nunca una invitación formal, seria y categórica para que puedan asistir

Es importante una comunicación que nos hagan llegar al departamento de consejería estudiantil para uno saber y transmitir a los estudiantes y si es posible ir.

La semana anterior tuvimos la gentil invitación de la Universidad Técnica DE Loja para el evento casa abierta y pudieron asistir todos los estudiantes de tercero de bachillerato que son 13 paralelos más de 400 estudiantes aproximadamente, la logística de ellos les facilita porque vinieron los buses de la universidad los llevaron y de igual manera los trajeron de retorno

La universidad ha descuidado tal situación en cuanto al Daniel Álvarez Burneo.

4. **¿Han realizado alguna petición para que la universidad envié a una persona que difunde la oferta académica?**

No hemos solicitado la presencia de algún docente puesto que ahora con la situación de la aplicación de la prueba de admisión que establece por parte de la SENE CYT a través del sistema nacional de nivelación y admisión prácticamente las oportunidades académicas de los estudiantes ya no se acoge a las expectativa de los estudiantes sino a los resultados de la prueba de admisión que es una prueba eminentemente de aptitudes.

5. **¿Ustedes como orientan a los alumnos a decidir por una carrera?**

Bueno nosotros lo que hacemos es simplemente darles elementos de juicio, fundamentos en base a charlas motivacionales, a la distribución de documentos que nos envían otras universidades inclusive de otras ciudades por ejemplo la universidad politécnica salesiana de cuenca nos enviaron algunos trípticos, la UTPL como ocasión de la casa abierta también entrego documentos que les permiten el estudio y análisis a los estudiantes para saber exactamente qué carrera les convendría de acuerdo indudablemente a los resultados que establezca la prueba de admisión receptada este 29 de marzo.

6. **¿Piensa que existe alguna diferencia entre una universidad pública de una privada para que exista un comunicador institucional que se dirija a los estudiantes. O cree que es una obligación de las universidades?**

Indudablemente hay una gran diferencia entre lo que es una universidad particular de una estatal. Puedo dar fe puesto que hasta hace ocho años trabaje en UTPL como docente en el sistema de estudios a distancia yo trabaje 25 años y pude darme cuenta de la gran

diferencia entre una universidad estatal y una universidad pública la UTPL por ejemplo en cuanto a tecnología, recursos humanos, infraestructura hay una notable diferencia con la UNL, el hecho del presupuesto estará supeditado al número de estudiantes que envía al estado ecuatoriano eso constituye una gran limitación para que la UNL como ser estatal no tenga la misma infraestructura de una privada ya que los estudiantes a través de los padres de familia financia su educación.

7. **¿Es extinta la oportunidad de que la universidad envié a una persona por el presupuesto que poseen y los estudiantes tienen que acercarse al alma mater?**

No necesariamente, nosotros les facilitamos la información. La UTPL aplicara en los próximos días la prueba de admisión tienen que pagar un derecho de ochenta dólares y la UNL en la prueba de admisión fue gratuita.

Los estudiantes por su propia cuenta están investigando para poder tener mayor información a parte de los documentos que nosotros les otorgamos.

8. **¿Qué debería mejorar la UNL en cuanto a su imagen?**

La UNL al tener 100 años de vida institucional me parece un asunto importante el desaparecimiento del sistema modular ya no está en vigencia, este es un paso en adelante que ha dado la UNL, quizás de forma obligada por parte de la SENECYT y me parece muy valioso porque yo estudie la carrera de derecho bajo el sistema modula, creo que UNL es importante que difunda su oferta académica en los diferentes centros educativos de nivel medio para saber los requisitos y su pensum de estudios, además de su campo ocupacional y sobre todo los títulos que otorga.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS

De acuerdo a la entrevista realizada a la encargada de Bienestar estudiantil pude descubrir que la Universidad Nacional de Loja no cuenta con el personal adecuado para difundir la Oferta Académica, razón por la cual, les toca asumir a ellos este papel, aunque no sea una de sus competencias, puesto que de acuerdo a la normativa emitida por la LOES en el año 2012 artículo 86, su función esta ya definida y limitada, reconociendo que su trabajo es exclusivamente para los estudiantes universitarios. Resaltando, además que éste trabajo les compete a los orientadores vocacionales de cada colegio.

Por otro lado el Orientador Vocacional de los estudiantes de tercero de bachillerato del colegio Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo" reconoció que la difusión de la oferta académica es de vital importancia para los alumnos, puesto que mediante el conocimiento del perfil académico que se debe cumplir para cada carrera, ellos pueden analizar las oportunidades académicas que les ofrece este centro de estudios superiores de acuerdo a sus intereses personales.

El orientador reconoció que aunque la universidad es una entidad pública no debe dejar de lado este deber de difundir sus carreras. Por el momento el docente manifestó que los estudiantes por su propia cuenta están investigando las especialidades que oferta la UNL para poder tener mayor información y escoger de esta manera la carrera de su agrado.

h. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de campo y de acuerdo a los resultados arrojados con la aplicación de encuestas se pudieron plantear las siguientes conclusiones:

- Los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo", consideran de gran importancia la difusión de la oferta académica en los establecimientos educativos de educación secundaria.
- La mayor parte de encuestados piensan que la Universidad Nacional de Loja es una institución de mucho prestigio a nivel nacional; sin embargo existen limitaciones en sus instalaciones así como no se brinda una información completa cuando el usuario así la requiera.
- Los estudiantes consideran que debido a la limitada repartición de cupos en las diversas carreras de la institución los alumnos que no ingresan deben obligadamente migrar a otras universidades en busca de oportunidades de estudio.
- La difusión de la oferta académica no es la adecuada ya que la información que se proporciona no es la suficiente para satisfacer las necesidades del estudiante.
- Aunque la universidad sea una entidad pública no debe limitarse a dar una información escaza con la única razón de no tener una persona encargada o no ser una de sus obligaciones, ya que los estudiantes necesitan saber cuáles son los perfiles que se necesitan para ingresar a cada carrera.

i. RECOMENDACIONES

- Al Alma Mater dar importancia a la difusión de la oferta académica ya que esto definirá el desenvolvimiento profesional del estudiante.
- A las autoridades pertinentes se preocupe por arreglar las instalaciones en las que los estudiantes se desenvuelven día a día, para que haya un mejor desenvolvimiento académico en el estudiante ya que un buen ambiente ayuda a concentrarse y mejora la imagen de la institución.
- A las autoridades crear y ampliar las aulas de trabajo para aceptar un mayor número de estudiantes y así no exista la migración hacia otras ciudades del país.
- Que la UNL o el departamento encargado, designe a una persona para que se encargue de socializar las carreras existentes en la entidad con su debido perfil para que no haya confusión a la hora de escoger la carrera o mejore sus estrategias comunicacionales.

PROPUESTA ALTERNATIVA

1. TEMA:

IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA CON REFERENCIA A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA PARA ESTUDIANTES SECUNDARIOS. (CIUDAD LOJA)

2. ANTECEDENTES

La vinculación con las personas es un factor indispensable para trasmitir nuestros pensamientos e ideas hacia los demás individuos.

Su rol es importante en la divulgación científica y diversidad cultural, en la transformación social y el desarrollo comunitario y en la transferencia tecnológica con visión de desarrollo.

La difusión de la oferta académica tanto en instituciones públicas como privadas es de vital importancia para los estudiantes que están a punto de culminar sus estudios secundarios ya que el conocimiento que estos tengan sobre las carreras que posee la universidad de su elección ayudara a los mismo a inclinarse por una de ellas. Además de ser importante puesto que la opción que elijan definirá su futuro profesional así como su desenvolvimiento en el medio.

Uno de los aspectos fundamentales para la correcta elección de los estudios universitarios es la información recibida durante la etapa preuniversitaria de la oferta académica existente. Resulta esencial acercar la universidad a los estudiantes y también a sus

familias, que en gran modo serán uno de los actores clave en la decisión de sus estudios. (Pitarch, 2011, p. 72)

Una orientación adecuada para el estudiante que está a punto de ingresar a la universidad permite y capacita a las personas para tomar decisiones en determinados momentos de la vida relacionados con la actividad productiva y laboral. (Climent y Navarro, 2010, p. 169)

Es por ello que una institución pública no debe eximirse de ofertar sus carreras ya que todo estudiante necesita conocer el ambiente en el que se va a desenvolver y el futuro que le espera si estudia alguna de las carreras.

Por lo tanto se necesita potenciar la promoción y difusión de la oferta estudiantil, para lo cual se aprovechará los recursos del Departamento de Comunicación Institucional de la UNL.

3. JUSTIFICACIÓN

Social.- El presente trabajo pretende hacer conocer la realidad social que viven los estudiantes secundarios al momento de elegir una carrera profesional y la escasa información que tienen para seleccionarla, así mismo se analizó la importancia que tiene la difusión de la oferta académica en las instituciones secundarias de la ciudad de Loja.

La difusión de la oferta académica dirigida a los estudiantes de tercero de bachillerato es un factor indispensable ya que por medio de ella se puede conocer cuáles son las carreras

que existen en la Universidad Nacional de Loja, cuáles son sus oportunidades y si tienen el perfil adecuado para seguir con la carrera que quieren elegir.

Académica.- La propuesta es parte de un trabajo académico realizado en la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, que corresponde al trabajo de la tesis para la obtención de la licenciatura en la carrera antes mencionada. La aprobación y ejecución de este proyecto permitirá la graduación en los términos citados.

4. OBJETIVOS:

Objetivo general:

Contribuir a la difusión de la oferta académica de la UNL tanto en instituciones educativas públicas como privadas, procurando que estas estrategias den a conocer lo que ofrece la universidad en cuanto a carreras y los perfiles que se deben cumplir.

Objetivos generales:

- ✓ Elaborar un tríptico, en donde constarán las carreras que oferta la Universidad Nacional de Loja.

- ✓ Hacer entrega del tríptico al Departamento Encargado de la difusión de la Oferta Académica.

5. Viabilidad

El presente proyecto de investigación es ejecutable porque la institución posee la organización presupuesto que le designa el estado que es de 38.46 millones de dólares (2013) para cubrir las necesidades que tiene la institución en este caso mejorar las estrategias comunicacionales en cuanto a la difusión de la Oferta Académica.

Esto es debido a la necesidad que han mostrado los estudiantes de tercero de bachillerato respecto al conocimiento de las carreras que oferta la Universidad Nacional de Loja y también a las peticiones que llegan al departamento de Bienestar Estudiantil.

Luego del conocimiento adquirido en el desarrollo de todo el trabajo investigativo, se puede determinar cuáles son los principales requerimientos y los temas de interés público que pueden ser tomados en cuenta para la creación del departamento para la difusión de la Oferta Académica.

Se tendrá que trabajar de acuerdo a las necesidades prioritarias de los estudiantes para que sean tomadas en cuenta y así trabajar de una manera efectiva conociendo lo que los estudiantes requieren o necesitan.

Operatividad de la propuesta

Para el desarrollo de nuestra propuesto plantearemos las siguientes estrategias:

6. ESTRUCTURA

Información: este tríptico resume la información que se debe trasmitir a los estudiantes de los diferentes colegios. Siendo simples y concretos, suponen la base para todas las

actividades de difusión y deben ser relevantes para los estudiantes. Los mensajes recordarán los objetivos y pondrán de relieve el valor añadido y los beneficios que el proyecto aportará.

Destinatarios

Las actividades de comunicación y difusión de la Oferta Académica tienen como objetivo transmitir una serie de mensajes e informaciones a unos grupos de destinatarios claramente identificados.

Estrategia y Actividades

Con el fin de responder de manera específica al grupo de estudiantes, las diversas acciones y materiales elaborados para su difusión se agruparán en dos ejes de actuación:

Elaboración de un tríptico que contenga información de la oferta académica y visita a los establecimientos educativos.

1. **Elaboración de un tríptico**

   El tríptico debe contener información puntual sobre las carreras que oferta la Universidad Nacional de Loja.

1.1 CONTENIDO

JURÍDICA

- Carrera de Derecho
- Carrera de Economía
- Carrera de Administración de Empresas
- Carrera de Administración Pública
- Carrera Turismo
- Carrera de Banca y Finanzas
- Carrera de Contabilidad y Auditoria
- Carrera de Trabajo Social

AGROPECUARIA

- Carrera de Medicina Veterinaria y Zootecnia
- Carrera en Manejo y Conservación del Medio Ambiente
- Carrera de Ingeniería Agronómica
- Carrera de Ingeniería Agrícola
- Carrera de Ingeniería Forestal

ENERGÍA

- Geología Ambiental y Ordenamiento Territorial
- Carrera de Ingeniería en Sistemas
- Carrera de Electromecánica
- Electrónica y telecomunicaciones

SALUD

- Medicina Humana
- Odontología
- Psicología Clínica
- Enfermería
- Laboratorio clínico

Para mayor información visitar la pagina de la UNL

http://www.unl.edu.ec/

Universidad nacional de Loja

INFORMACIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA

2014

VISIÓN **La** Universidad Nacional de Loja tiene como visión, consolidarse como una Comunidad Educativa, con excelencia académica, humanista y democrática, líder en el desarrollo de la cultura, la ciencia y la tecnología. **MISIÓN** Es misión de la Universidad Nacional de Loja: la formación académica y profesional, con sólidas bases científicas y técnicas, pertinencia social y valores; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; el fortalecimiento del pensamiento, la promoción, desarrollo y difusión de los saberes y culturas; y, la prestación de servicios especializados.	**QUIENES SOMOS** La Universidad Nacional de Loja, es una Institución de Educación Superior, laica, autónoma, de derecho público, con personería jurídica y sin fines de lucro, de alta calidad académica y humanística, que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior; profesional o de tercer nivel; y, de postgrado o cuarto nivel; que realiza investigación científico-técnica sobre los problemas del entorno, con calidad, pertinencia y equidad, a fin de coadyuvar al desarrollo sustentable de la región y del país.	**ÁREAS DE LA UNL** **EDUCATIVA** • Carrera de Psicorrehabilitación y Educación Especial • Carrera Idioma Inglés • Carrera de Químico Biológicas • Carrera de Psicología Educativa y Orientación • Carrera de Físico – Matemáticas • Carrera de Lengua Castellana y Literatura • Carrera de Artes Plásticas • Carrera de Cultura Física • Carrera de Informática Educativa • Carrera de Psicología Infantil y Educación Parvularia • Carrera de Educación Básica • Carrera en Ciencias de la Comunicación Social

2. VISITAS A LOS COLEGIOS

En cuanto a las visitas a los diferentes colegios el personal deberá organizar la información que se va a transmitir a los estudiantes secundarios y realizar un cronograma de actividades para las visitas:

Tales como:

- Información de las carreras, perfil de cada una de ellas y campo ocupacional.

3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD

Tiempo / Actividad	Primer mes	Segundo mes	Tercer mes
Búsqueda de información			
Selección de la información			
Diseño e impresión del tríptico			
Planificación del cronograma de visita a los colegios			
Visita y distribución de los trípticos			

RECURSOS

7.1 RECURSOS HUMANOS.

Las personas encargadas de la Difusión de la Oferta Académica estará integrado por el Jefe del departamento, quien a su vez contará con la presencia de un asistente, el cual lo ayudará. A realizar el cronograma de visitas a los diferentes colegios.

Por último el departamento gozará de dos difusores los mismos que ayudaran con la visita a cada colegio de la ciudad de Loja.

Los integrantes del departamento deberán ser profesionales en Comunicación Social.

7.2 RECURSOS MATERIALES:

- Información de las carreras
- Pizarra metálica
- Proyector
- Apuntes permanentes acerca del desarrollo del proyecto y levantamiento de datos.
- Apoyo bibliográfico.
- Reuniones secuenciales

7. PRESUPUESTO

Impresión trípticos	100	1.00	100.00
Total			**100.00**

COSTOS TOMADOS DEL MERCADO LIBRE

Inversión inicial: 100.00 para los equipos.

FINANCIAMIENTO

El costo total del proyecto será asumido en un principio por la autora de la investigación imprimiendo un número total de cien ejemplares , en caso de ser aceptada esta propuesta será la Universidad Nacional de Loja quien asumirá los gastos posteriormente.

j. BIBLIOGRAFÍA:

- ÁLVAREZ, Isaías. y TOPETE, Carlos (2004). Calidad en la Educación Básica. Conceptos básicos, criterios de evaluación y estrategia de gestión
- BERLO, David (2005). Comunicación Organizacional.
- CALVA, José (2007). Educación, Ciencia, Tecnología y Competitividad, EEUU. Ed. UNAM
- CASTAÑEDA, Ana y NIÑO, Julio (2005). Orientación profesional y políticas públicas: Cómo acortar distancias.
- CLIMENT, José y NAVARRO, Yolanda (2010). Importancia de la orientación profesional en el desempeño de competencias profesionales y aumento de la empleabilidad dentro del espacio europeo de educación superior
- DALTON, Marie; HOYLE Dawn, WATTS Marie. (2006). Relaciones Humanas.
- DÍAZ, Adalberto (2006); La flexibilización de la oferta académica mejora la calidad del aprendizaje.
- FANELLI, Ana y BALÁN, Jorge (1994). Expansión de la oferta universitaria: nuevas instituciones, nuevos programas.
- FERNÁNDEZ, Susana (2004). Financiación de la Educación superior en América Latina, Chile. Ed. USC
- FERNÁNDEZ Sara, RODEIRO David, y RUZO Emilio (2004), Competitividad de la Oferta entre Universidades Regionales.
- FIGARI, Claudia y DELLATORRE, Graciela (2004). REVISTA ARGENTINA DE SOCIOLOGÍA AÑO 2 Nª 3 — ISSN
- GARCÍA, Bertha (2010). El arte de la comunicación.

- GUZMÁN, Jos (2012). La oferta académica de las universidades ate los tratados comerciales. Ed. Académica Española.
- IÑIGUEZ, José (2013). Comunicación Institucional.
- MCDOWELL, Josh y HOSTETLER, Bob (2006). Manual para consejeros de jóvenes. Editorial MH.
- MICHAVILA, Francisco Y ESTEVE Francesc (2011). La llegada a la universidad: ¿oportunidad o amenaza?.
- NIETO, Luz (2002) La flexibilidad curricular en la educación superior, Algunas perspectivas para su análisis, México.
- PARENT, Juan (2005). La universidad ante el desafío del ser.
- RODRÍGUEZ, José (2010). Responsabilidad social universitaria.
- ZAYAS, Pedro (2011). Comunicación Interpersonal.

WEB GRAFÍA:

- Recuperado el 4 de enero del 2014 http:/ambiental.uaslp.mx/docs/LMNC-PN-0210-flexcurr.pdf., Acceso: Octubre (2007).
- Recuperado el 15 de enero del 2014: información tomada de la página de la Universidad Nacional de Loja: http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/
- Recuperado el 22 de enero del 2014: información tomada de la página la familia: http://www.lafamilia.info/index.php?option=com_content&view=article&id=2148:la-eleccion-de-la-carrera-6-errores-a-evitar-&catid=52:vida-universitaria&Itemid=109
- Recuperado el 24 de enero del 2014: información tomada de la página: La importancia de la orientación vocacional en el estudiante:

http://orientauin.tumblr.com/post/25882064497/la-importancia-de-la-orientacion-vocacional-en-el

- Recuperado el 15 de abril de 2014: información tomada de la página Importancia de la Orientación profesional: http://www.iestiemposmodernos.com/escuelapadres/imporpro.htm
- Recuperado el 16 de abril de 2014: Análisis de la demanda de los estudiantes del Tercer Año De Bachillerato para determinar las actitudes con respecto a las necesidades y preferencias por Carreras y Universidades de los Colegios de la Ciudad de Ibarra Provincia: http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3147/1/T-ESPE-031042.pdf
- Recuperado el 14 de mayo: información tomada de la página Tecnólogas en Administración documental: http://www.actiweb.es/ipgcrp/pagina5.html
- Recuperado el 15 de junio: Información tomada de la página de Comunicación Organizacional, autora Jaqueline López: http://es.slideshare.net/jaquelinemlopez/comunicacional-organizacional?qid=8fedbbe4-a890-4b8f-9cb9-0ee8ccf97b0e&v=qf1&b=&from_search=28.

k. ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN

CARRERA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE TESIS:

"PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "DANIEL ÁLVAREZ BURNEO", REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA".

Tesis previa a la obtención del grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

AUTORA:

Sheila Ivannova Castillo Armijos

LOJA - ECUADOR

2014

a. TEMA:

"PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, EN LOS ESTUDIANTES SECUNDARIOS DE TERCERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "DANIEL ÁLVAREZ BURNEO", REFERENTE A LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ACADÉMICA".

b. **PROBLEMÁTICA**

Mi proyecto de investigación se inclina a determinar las causas del porqué de la ausencia de la información de la oferta académica de la Universidad Nacional de Loja de manera interpersonal y establecer el nivel de conocimiento que los estudiantes poseen referente a la institución y a las carreras que posee.

Es por ello que me he decido investigar las funciones que realiza El Departamento de Bienestar Universitario de la Universidad Nacional de Loja conociendo que es el encargado de difundir la información referente al ingreso de los estudiantes mediante servicios gratuitos de asesoría e información permanente sobre: el **proceso de admisión implementado por la Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT);** información sobre la oferta académica institucional; así como la orientación vocacional y profesional, con la finalidad de posibilitar la inserción adecuada de los jóvenes en el mundo universitario. Dicha información solo se trasmite dentro de la entidad más no fuera de ella a diferencia de otras universidades que si lo hacen.

Es indispensable que los estudiantes tengan vastos conocimientos sobre la oferta académica de las universidades ya que al elegir, se opta por un Proyecto de Vida, un proyecto de futuro .Para llegar a esta elección, se requiere de un proceso que incluya: Información sobre las Carreras, Información sobre el Mundo Laboral y fundamentalmente Información acerca de uno mismo (aptitudes, intereses, posibilidades).

Ayudar al joven a ubicarse en la realidad universitaria y laboral, desmitificar fantasías respecto a profesiones y carreras, difundir información sobre la orientación vocacional ocupacional que realiza la casa de estudios. Posibilitar el contacto directo con el ámbito

universitario, la cultura normativa propias de cada unidad académica, y de cada carrera en particular y por ultimo mostrar a los futuros postulantes experiencias de campo, laboratorios, clases, trabajos en biblioteca, investigaciones etc., para lograr una vivencia más realista de la actividad cotidiana de esa casa de estudios.

Mediante este contexto me he planteado investigar el porqué de este problema ya que la información que se trasmita a los estudiantes de los últimos años de colegio es de vital importancia puesto que la escases de conocimiento no les permitiría elegir de una manera clara y precisa la carrera correcta para ellos.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja UNL, es una Institución de Educación Superior, laica, autónoma, de derecho público, con personería jurídica y sin fines de lucro, de alta calidad académica y humanística, que ofrece formación en los niveles: técnico y tecnológico superior; profesional o de tercer nivel; y, de postgrado o cuarto nivel; que realiza investigación científico-técnica sobre los problemas del entorno, con calidad, pertinencia y equidad, a fin de coadyuvar al desarrollo sustentable de la región. La investigación a realizar me permitirá contestar diversas inquietudes referente a mi tema, así mismo conocer la realidad por la que está pasando la institución y saber las causas de los problemas planteados.

Me permitirá declarar mi proyecto de tesis conforme a lo establecido en el Reglamento de Régimen Académico de la institución, posibilitar la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social y cumplir la meta fijada al inicio y termino de mis estudios. Así como desempeñarme en el campo profesional a fin a mi carrera.

El desarrollo de la investigación brindará a la Universidad Nacional de Loja, una solución respecto a la difusión de la oferta académica que hasta el momento no ha sido impartida en los colegios de la ciudad, específicamente a los alumnos de tercero de bachillerato.

Ayudará a que los estudiantes tengan una idea clara sobre las carreras que oferta la entidad, proporcionándoles de esta manera una idea clara al momento de escoger la carrera profesional.

La investigación beneficiará a los estudiantes de tercero de bachillerato de los diversos colegios de la ciudad de Loja ya que les proporcionara una información adecuada sobre

el perfil de ingreso que necesitan cumplir para entrar a la carrera deseada y además de conocer las carreras que existen en la universidad.

d. **OBJETIVOS:**

Objetivo General:

Investigar la causa de la falta de difusión de la información de la oferta académica que presenta la Universidad Nacional de Loja hacia los estudiantes de tercero de bachillerato.

Objetivos específicos:

- Conocer los conocimientos que poseen los estudiantes respecto a la Universidad Nacional de Loja
- Determinar las causas por las que no existe una información adecuada hecha por la institución hacia los estudiantes.
- Establecer el punto central de la migración de los estudiantes hacia otras universidades del país.

e. MARCO TEÓRICO

DEFINICIÓN DE OFERTA ACADÉMICA

El módulo del DOA (Definición de la Oferta Académica) tal y como su nombre indica permite definir la oferta académica, entendiendo por oferta académica la composición de los planes de estudio y de las asignaturas que la universidad está en disposición de impartir como docencia.

Por otra parte, el DOA nos puede ser útil para gestionar los estudios oficiales, permitiendo gestionar el ciclo de vida del plan de estudios desde su definición hasta la aprobación por los órganos oficiales correspondientes.

Así mismo el DOA permite extraer información sobre los planes de estudio para la futura aprobación de los órganos oficiales correspondientes. (Definición de la Oferta Académica: Manual de usuario Autor: SIGMA A.I.E.)

EL MOVIMIENTO INTERNACIONAL DE ESTUDIANTES

Si bien los estudiantes es uno de los grupos de migrantes internacionales más pequeños, constituye, sin embargo, un importante grupo. La movilidad de estudiantes ha aumentado durante la última década, en lo que respecta no sólo al número absoluto de estudiantes extranjeros, sino a su proporción en las inscripciones totales. Hay un pronóstico según el cual la demanda global de estudiantes internacionales aumentará hasta 3.3 millones en 2010, y aproximadamente hasta ocho millones en 2020. Algunos países –en concreto Estados Unidos, el Reino Unido y Francia– han sabido utilizar su contrastada reputación como centros de educación superior e investigación para atraer estudiantes extranjeros (Abella, 2006). Para los países receptores la atracción de dichos

estudiantes tiene varias ventajas. Según la OCDE, el costo de entrar en el mercado laboral es más bajo: los graduados extranjeros suministran –al contrario que los graduados nativos– una reserva de asistentes de investigación a bajo costo. La comisión europea ha considerado como ventajas un mayor dinamismo y una calidad mayor de educación. Sin embargo, hay más razones; por ejemplo, un estudiante que regresa lleva en muchos casos una buena imagen del país donde ha estudiado y eso puede conducir al establecimiento de nuevos vínculos comerciales. Según estimaciones, 80 por ciento de los estudiantes extranjeros en los países pertenecientes a la OCDE se concentra en cinco países: Alemania, Australia, Estados Unidos, Francia y el Reino Unido. Si consideramos la inmigración de estudiantes en Europa, es posible constatar la diferencia en términos absolutos y relativos. (Christof Van Mol, *Universiteit Antwerpen*, Fecha de aceptación: 23 de noviembre de 2007)

La educación es un derecho fundamental de la humanidad; es una exigencia y un propósito de todos los gobiernos para ofrecer de un producto académico como un servicio obligatorio del entorno social, el cual exige ser caracterizado en el momento histórico de acuerdo con los arraigos culturales de sus gentes (Diaz, 2006). Con dinero se pueden construir bibliotecas, edificios y comprar información, pero con estrategias de ofrecimiento y métodos de aprendizaje, este conocimiento permeará las mentes de los hombres y se logrará el desarrollo de los pueblos. Es el reto de pasar de un paradigma centrado en la enseñanza y la transmisión de conocimientos a otro centrado en el aprendizaje.

POLÍTICA EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO CON EQUIDAD

Calva (2007). La desregulación de la educación superior ampliar la oferta académica, se soslayó la calidad educativa y su diversificación con criterios de calidad, provocando

severas distorsiones en la oferta académica y en la vinculación con las necesidades sociales, económicas y tecnológicas del país.

Ante un marco jurídico e institucional obsoleto, que favorece la desregulación anárquica de los servicios, la expansión y diversificación de las instituciones de educación superior y de su oferta académica han agravado los problemas de vinculación y coordinación entre el espectro de instituciones. (pág. 57).

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Fernandez, (2004) En América Latina, el crecimiento de la matricula ha tenido un desarrollo desigual en función de las condiciones y características de cada país. Este crecimiento es atribuido a la explosión demográfica que experimenta la región en la década de los cincuenta y a la masificación de los graduados de la secundaria que desean cursar estudios superiores. En la actualidad, la mayoría de los SES latinoamericanos están conformados por instituciones universitarias y no universitarias que se diferencian a partir de la amplitud de su oferta académica. (pág. 284, 285, 286)

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO A PRINCIPIOS DEL TERCER MILENIO

En la realidad del funcionar universitario es preocupante la deserción universitaria y el fracaso académico que pueden estar relacionados a razones vocacionales, razones de entorno social o razones de carga académica debida a la distribución del uso del tiempo (McMeekein, 1993). Las políticas de gestión académica orientadas a incrementar el tiempo requerido para el aprendizaje tienen un importante impacto sobre la calidad y la eficiencia en el aprendizaje, pues el uso moderado del tiempo sigue siendo una condición fundamental para la enseñanza efectiva, sin lo cual ningún programa educativo puede

avanzar. Cuando los estudiantes se exponen a situaciones adversas constantes, aparecen condiciones afectivas negativas que dificultan el aprendizaje, pues basta ver las consecuencias de una elevada carga académica en ciertos instantes de los periodos de estudio, donde se pone a prueba la disciplina y la capacidad de trabajo del estudiante en límites de exigencia máxima, rompiendo la tan elaborada capacidad disciplinar conseguida durante el tiempo de formación desde la básica. (Oferta Académica Flexible bajo el Concepto del Justo a Tiempo, Adalberto G. Díaz)

Rodríguez (2010) Las líneas maestras de un esquema avanzado e integrado de responsabilidad social universitaria, fundamentado en la participación efectiva de las diversas partes interesadas y en un gobierno institucional "global". Sobre esta base insiste en la necesidad de eludir una visión de la responsabilidad social universitaria como simple retorica o mera pretensión de lograr la legitimación social mediante la adopción de estrategias de reputación de imagen (pág., 25)

AUMENTA DEMANDA DE CARRERAS UNIVERSITARIAS

.

Gómez (2014) Cada año unos 11 mil jóvenes finalizan el nivel Diversificado, según los registros de la Dirección Departamental de Educación (Dideduc). Los recién graduados buscan ingresar a casas superiores de estudios, aunque de acuerdo a analistas de educación, solo 1% de los estudiantes alcanza nivel de licenciatura.

Actualmente en las ocho universidades que funcionan en el departamento estudian más de 30 mil jóvenes. Pero cada año el número aumenta, entre los recién graduados y quienes retoman estudios**.**

OFERTA ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

Luego de cerca de ocho años de haberse estructurado como Área y a medio siglo de su inicio como Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educacion , el Área, en la función Docencia y formación de Talentos Humanos, de conformidad con la legislación universitaria vigente, ofrece formación de talentos humanos, en los diversos niveles estatuidos: TÉCNICO TECNOLÓGICO, PREGRADO Y POSTGRADO (Página de la UNL, Oferta Académica).

EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

En América Latina, el crecimiento de la demanda de educación superior ha tenido un avance desigual de acuerdo a las circunstancias y peculiaridades de cada país. Así lo explica Susana Fernández (2004) en uno de sus escritos sobre la Financiación de la educación superior en América Latina:

> El crecimiento de la matricula ha tenido un desarrollo desigual en función de las condiciones y características. Este crecimiento es atribuido a la explosión demográfica que experimenta la región en la década de los cincuenta y a la masificación de los graduados de la secundaria que desean cursar estudios superiores. En la actualidad, la mayoría de los SES latinoamericanos están conformados por instituciones universitarias y no universitarias que se diferencian a partir de la amplitud de su oferta académica. (p. 284, 285, 286)

INCREMENTO DE LA DEMANDA DE ESTUDIANTES EN LAS CARRERAS UNIVERSITARIAS.

Cada año un gran número de estudiantes secundarios terminan su preparación en el nivel diversificado y planean ingresar al nivel superior para continuar con sus estudios superiores y así lograr su objetivo.

Tienen la necesidad de seguir sus estudios en una universidad, sin importar el tipo de establecimiento que éste sea. Pero los factores que toman en cuenta para elegir una determinada carrera y universidad, es que tenga docentes calificados, excelentes profesiones y el prestigio institucional.

http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3147/1/T-ESPE-031042.pdf

CALIDAD EN LA EDUCACIÓN

Educación de calidad no solo implica tener docentes bien formados ni infraestructura adecuada no significa seguir una sola línea. Al contrario abarca un buen desarrollo de las capacidades tanto físicas como mentales.

Álvarez y Topete (2004) acerca de este tema manifiestan:

> Es importante identificar las funciones sustantiva de la educación superior, los elementos estratégicos relacionados con la gestión de calidad, elementos del proceso que conduce al mejoramiento de la calidad de la educación superior. En el diagrama se presentan dichas funciones. El mejoramiento continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las instituciones necesitan hacer si quieren ser eficientes a lo largo del tiempo tomado de calidad educativa y mejor. (pág. 17)

COMO MEJORAR LA OFERTA ACADEMICA

Fernández, Rodeiro, y Ruzo (2004), señala algunas sugerencias para mejorar de una manera satisfactoria la oferta académica de las instituciones superiores:

La aplicación de los análisis ha distinguido grupos de titulaciones claramente diferenciados cuyo potencial competitivo se ha establecido con base a la extensión de su oferta y a su nivel de demanda, ya que permite esquematizar los resultados derivados de la aplicación de ciertas políticas de oferta universitaria. Por ejemplo, la extensión, en ocasiones injustificada, de determinado estudios puede conducir a un desperdicio de recursos financieros que podrían emplearse de forma más eficaz, bien ofertando otras titulaciones diferentes, con una mayor demanda social, o bien becando a los alumnos para que se desplacen hasta el centro donde se imparten los estudios elegidos. (pág. 103)

COMPETITIVIDAD EN LA EDUCACIÓN

Guzmán (2012), la educación superior debe de tener la capacidad de lograr mayor competitividad en los profesionales que se gradúan de las diferentes áreas, elevando la calidad académica así como el perfil del profesional, de manera que satisfaga sus necesidades personales como también la oferta de trabajo, centro del mercado laboral nacional e internacional. El problema en la calidad de la educación, surge cuando los resultados o productos que se obtienen de las instituciones se van quedando marginados por no estar acorde a los avances tecnológicos, que inciden en el sistema productivo. (pág. 5).

LA INFORMACIÓN Y LA DIFUSIÓN DE LA OFERTA ENTRE LOS JÓVENES

Es relevante que los estudiantes antes de ingresar a la universidad conozcan o reciban la información sobre la carrera que van a escoger, así lo afirma Pitarch (2011)

Uno de los aspectos fundamentales para la correcta elección de los estudios universitarios es la información recibida durante la etapa preuniversitaria de la oferta académica existente. Resulta esencial acercar la universidad a los estudiantes y también a sus

familias, que en gran modo serán uno de los actores clave en la decisión de sus estudios. (pág. 72)

ORIENTACIÓN ADECUADA

En un estudio realizado por Climent y Navarro (2010, pág. 169) se expone el significado de orientación profesional manifestando que es un proceso que permite y capacita a las personas para tomar decisiones en determinados momentos de la vida relacionados con su actividad productiva y laboral. Básicamente trata de ayudar a que cada uno encuentre su lugar.

Con frecuencia hemos constatado la existencia de jóvenes que han desaprovechado grandes oportunidades laborales porque desconocían su existencia. O el caso de multitud de personas que han perdido unos maravillosos años porque se han dado cuenta demasiado tarde de cuál era su verdadera vocación. Estas y otras situaciones se podrían haber evitado con una adecuada orientación. Para garantizar una trayectoria profesional exitosa es preciso que las expectativas profesionales de los jóvenes se ajusten a sus capacidades e intereses.

http://www.iestiemposmodernos.com/escuelapadres/imporpro.htm

f. METODOLOGÍA

MÉTODOS

Análisis.- Servirá para la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. Es decir se la tomará para poder identificar cada uno de los problemas que existen dentro del departamento de bienestar estudiantil para de esta manera ayudar al mejoramiento de la utilización de sus recursos.

Síntesis.- Se utilizará este método para la recopilación de información que se obtendrá de la información abstraída en consultas.

Deductivo.- Se basará en observar premisas generales para de esta manera llegar a fenómenos particulares, es decir ayudara a realizar el estudio generalizado de la problemática planteada.

Inductivo.- Servirá al momento de revisar y analizar la información que se obtendrá.

Estadístico.- Permitirá recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos para representar gráficamente los resultados obtenidos en el estudio.

TÉCNICAS

Entrevista.- ayudará a recopilar información confiable que permita: conocer ampliamente al departamento de Bienestar Estudiantil, así mismo la organización, para luego identificar limitantes y fortalezas de la misma.

Observación.- Permitirá evidenciar, verificar y constatar los problemas del departamento lo cual facilitará el análisis y ejecución del proyecto investigativo.

Recopilación Bibliográfica.- Servirá para revisar libros, manuales, Y toda la bibliografía necesaria que ayudará a fundamentar el planteamiento del problema, y marco teórico.

g. CRONOGRAMA

Meses. Actividades.	Feb. 2014	Mar. 2014	Abr. 2014	May. 2014	Jun. 2014	Jul. 2014	Ago. 2014	Sep. 2014	Oct. 2014	Nov. 2014	Dic. 2014	Ene. 2015	Feb. 2015	Mar. 2015	Abr. 2015
Aprobación del proyecto.	X X X X														
Prueba de la eficiencia de los instrumentos		X X X X													
Aplicación de los instrumentos de investigación.			X X X X	X X X X											
Procesamiento y análisis de la información.					X X X X	X X X X	X X X X								
Elaboración del primer informe y aprobación por parte del director de tesis.								X X X X	X X X X	X X					
Trámite de actitud legal y designación del tribunal de tesis										X X	X X X X	X X X X			
Revisión por parte del tribunal e incorporación de las sugerencias dadas													X X X X		
Aprobación por parte del tribunal de tesis.														X X X X	
Incorporación															X X X X

h. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

MATERIALES	COSTO/TOTAL
Flash memory	18.00 USD
Internet	200.00 USD
Cartuchos de tinta para impresión	100.00 USD
Resmas de papel bond	70.00 USD
Fotocopias e impresiones	150.00 USD
Adquisición de material bibliográfico	50.00 USD
Transporte	120.00 USD
Material de soporte y adquisición	55.00 USD
Empastados y anillados de documentos	75.00 USD
Imprevistos	140.00 USD
Total	**978 USD**

FINANCIAMIENTO

La presente investigación será financiada por el investigador.

i. BIBLIOGRAFÍA:

- ADALBERTO G. DÍAZ, Oferta Académica Flexible
- ÁLVAREZ Y TOPETE (2004). Calidad en la Educación Básica.
- CALVA, J (2007). Educación, Ciencia, Tecnología y Competitividad, EEUU. Ed. UNAM
- CHRISTOF VAN MOL, Universiteit Antwerpen, 2007. Movimiento Internacional de estudiantes.
- CLIMENT Y NAVARRO (2010). Importancia de la orientación profesional en el desempeño de competencias profesionales y aumento de la empleabilidad dentro del espacio europeo de educación superior
- Definición de la Oferta Académica: Manual de usuario Autor: SIGMA A.I.E.
- DÍAZ, A (2006); La flexibilización de la oferta académica mejora la calidad del aprendizaje.
- FERNÁNDEZ, S (2004). Financiación de la Educación superior en América Latina, Chile. Ed. USC
- GUZMÁN, J (2012). La oferta académica de las universidades ate los tratados comerciales. Ed. Académica Española.
- PEDROZA FLORES, Alcance de Objetivos 2001
- PITARCH Y ESTEVE (2011). La llegada a la universidad: ¿oportunidad o amenaza?.
- RODRÍGUEZ, J. (2010) Responsabilidad social universitaria McMeekein, R.W. (1993); La investigación al servicio de la educación: Tiempo y aprendizaje, CIDE/REDUC.

WEB GRAFÍA

- Recuperado el 15de enero de 2014 https://www.yumpu.com/es/document/view/14481901/definicion-de-la-oferta-academica-manual-de-usuario
- Recuperado el 10 de enero de 2014 http://elquetzalteco.com.gt/quetzaltenango/aumenta-demanda-de-carreras-universitarias
- Recuperado el 4 de enero de 2014 Página de la UNL, oferta académica: http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/

- Recuperado el 15 de abril de 2014

  http://www.iestiemposmodernos.com/escuelapadres/imporpro.htm

- Recuperado el 16 de abril de 2014
  http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3147/1/T-ESPE-031042.pdf

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, del Área de la Educación, el Arte y la Comunicación, aspirante a tener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, me permito solicitar a usted, su colaboración en el presente trabajo de investigación, la misma que esta para conocer: "Percepción de la imagen de la Universidad Nacional de Loja, en los estudiantes secundarios de tercero de bachillerato del colegio Instituto Superior Tecnológico "Daniel Álvarez Burneo", referente a la difusión de la oferta académica".

1. ¿Usted como estudiante que imagen tiene respecto a la Universidad Nacional de Loja?

   ---

2. ¿Considera que debería mejorarse la imagen de la UNL?

   ---

3. Respecto a la difusión de oferta académica de la UNL, ¿cree que es la adecuada o no? Explique.

   ---

4. Conoce todas las carreras que oferta la UNL, ¿por qué?

   SI( ) NO( )

   Por qué----------

   ---

5. Conoce quien es el encargado de difundir tal información.

   ---

6. Cree que es conveniente que exista una persona que se dirija a los establecimientos secundarios para informar sobre la oferta académica.

   SI( ) NO( )

7. ¿Usted como estudiante considera que la universidad satisface la demanda académica?

   SI( ) NO( )

   Porque ----------

   ---

8. ¿Cuál sería la causa para que los estudiantes migren de la ciudad hacia otros lugares del país en busca de universidades?

   ---

9. ¿Cómo cree usted que la UNL puede dar a conocer la oferta academica?
   - Visita a los colegios
   - Subir una breve reseña de las carreras en la pagina de la universidad
   - Crear un blog solo de las carreras de la UNL

10. ¿Qué recomendaría para mejorar la imagen de la UNL?

ANEXO 3

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DRA. PIEDAD MORENO, ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR ESTUDIANTIL.

1. **¿**Existe una persona que se encargue de difundir la oferta académica en los establecimientos educativos de instrucción secundaria?
2. ¿Ustedes van bajo petición a los establecimientos educativos a dar a conocer la oferta académica?
3. ¿Cuál es la función del Departamento de Bienestar Estudiantil?
4. ¿En cuanto a la oferta académica, como son informados los estudiantes de colegio?
5. ¿Hay alguien que se encargue específicamente de la oferta académica en la UNL?

ANEXO 4

ENTREVISTA DIRIGIDA A JORGE TOAPANTA ORIENTADOR VOCACIONAL DE TERCEROS DE BACHILLERATO DEL COLEGIO DANIEL ÁLVAREZ BURNEO

1. ¿Usted como orientador vocacional que imagen tiene sobre la imagen de la UNL?
2. ¿Considera importante la difusión de la oferta académica para los estudiantes de la institución?
3. ¿La UNL ha difundido las carreras o ha realizado alguna invitación a casa abierta para que los estudiantes conozcan la oferta académica?
4. ¿Han realizado alguna petición para que la universidad envié a una persona que difunde la oferta académica?
5. ¿Ustedes como orientan a los alumnos a decidir por una carrera?
6. ¿Piensa que existe alguna diferencia entre una universidad pública de una privada para que exista un comunicador institucional que se dirija a los estudiantes. O cree que es una obligación de las universidades?
7. ¿Es extinta la oportunidad de que la universidad envié a una persona por el presupuesto que poseen y los estudiantes tienen que acercarse al alma mater?
8. ¿Qué debería mejorar la UNL en cuanto a su imagen?

ÍNDICE

CONTENIDO

Carátula……..i

Certificación…….ii

Autoría……..…...iii

Carta de Autorización……..iv

Agradecimiento…….…v

Dedicatoria…….....…vi

Ámbito Geográfico de la Investigación…….....vii

Mapa Geográfico y Croquis……..viii

Esquema de tesis……..ix

A. Título…….....1

b. Resumen……..2

Abstract.……....3

c. Introducción……4

d. Revisión Literaria……6

1. Oferta académica como proceso de vinculación dentro de las universidades. 6

2. Qué se entiende por comunicación.……....7

2.1 Comunicación Institucional……..……..…....…8

2.3 Departamento de Comunicación Institucional …..……..9

2.4 Comunicación Organizacional……...10

3. Importancia de la difusión de la información…...……11

4. Oferta Académica……..12

5. Política educativa para el desarrollo con equidad…….16

6. Evolución de la demanda y oferta de la educación superior…….....…...17

7. Calidad en la educación…….…19

8. Identidad y la profesión: la apuesta por el progreso…….……20

9. Competitividad en la educación……...……21

10. La información y la difusión de la oferta entre los jóvenes……...23

11. La orientación preuniversitaria……...23

12. Errores que se deben evitar…….25

13. Función social de la universidad…….26

e. Materiales y métodos…….....…….....28

f. Resultados……....…….30

g. Discusión…….…….……....43

h. Conclusiones…….....52

i. Recomendaciones…….……..53

Propuesta Alternativa……54

j. Bibliografía……...……..63

k. Anexos……..……...…..66

a.Tema……..67

b. Problemática……..68

c. Justificación……..70

d. Objetivos……72

e. Marco Teórico……73

Definición de Oferta Académica……..…73

Movimiento Internacional de Estudiantes……73

Política educativa para el desarrollo con equidad……74

Evolución de la demanda y oferta de la educación superior……75

Aumenta demanda de carreras universitarias…….……76

Calidad en la Educación……..78

Orientación adecuada……..……80

f. Metodología……..……..…….81

Métodos……81

Técnicas ……..……82

g. Cronograma……..……..……..….83

h. Presupuesto y financiamiento….…….....…84

i. Bibliografía……85

Índice……..……91