



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2018/2019

Proyecto 290

Mapa visual de Orientación Profesional para el Grado de Publicidad y RR.PP.

Luis Mañas Viniegra

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Este Proyecto Innova Docencia se ha constituido con el objetivo de crear un Mapa visual de Orientación Profesional para facilitar la orientación y posterior integración laboral de los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid.

La idea del proyecto parte de un problema detectado a partir de las encuestas de valoración del alumnado del curso 2017/2018, en las que autoperciben que la formación recibida no posibilita el acceso al mundo laboral, con una valoración media de 4,23 sobre 10,00 (desviación típica de 2,23; mediana de 4,00). Este problema se agrava al no encontrarse el 64,94% de los alumnos del Grado en Publicidad y RR.PP. inscritos en la Oficina de Prácticas y Empleo, donde, además, sólo el 8,70% de quienes sí se encuentran inscritos en toda la Universidad accedió al servicio de orientación laboral.

El alumnado del Grado de Publicidad y RR.PP. se enfrenta a un complejo escenario laboral, pues las agencias de publicidad y el resto de las entidades del sector de la comunicación publicitaria se han especializado considerablemente a lo largo de las últimas décadas, generando una importante diversidad de roles y puestos de trabajo. Uno de los valores que aporta este Mapa de la Orientación Profesional es, justamente, conectar al alumnado con estos roles específicos, para que puedan anticiparse y mejorar la preparación específica que estos puestos laborales exigen.

Sin embargo, los alumnos y alumnas de este Grado reconocen, incluso en el cuarto y último curso, un alto nivel de desorientación respecto a sus preferencias profesionales y a las salidas laborales de las que disponen. A esto se une que el profesorado no dispone prácticamente de herramientas específicas para una orientación profesional adecuada.

El Mapa de Orientación Profesional propuesto intenta precisamente conectar al alumnado con los actuales roles específicos del mundo de la publicidad profesional, permitiendo que puedan anticiparse y mejorar su preparación específica para los puestos de trabajo que en este momento las empresas de publicidad requieren.

El Mapa de Orientación es un recurso para el asesoramiento del alumnado en el ámbito profesional, diseñado a la medida del contexto en el que se va a utilizar, el Grado universitario de Publicidad y RR.PP. de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Con esta herramienta, se brinda no sólo un instrumento específico, sino todo un proceso de ayuda especializada a los alumnos y alumnas, con la intención de que adquieran un mayor conocimiento de sus propias capacidades, aptitudes y potencialidades profesionales. El objetivo final es adecuar sus preferencias vocacionales e integrarlas en su desarrollo personal, educativo, social y laboral.

La orientación es un proceso que debe servir de guía, estímulo y apoyo a las personas orientadas mediante el acompañamiento y mediación. En ese sentido, el Mapa de Orientación Profesional del Grado de Publicidad y RR.PP. ayuda a aconsejar al alumnado, informando y aportando experiencias de aprendizaje para favorecer la adquisición de conocimientos, actitudes y competencias que toda persona necesita para poder desarrollar con éxito su carrera. Por tanto, el Mapa es una herramienta que facilita un proceso planificado y de carácter preventivo en el que la persona orientada tiene el rol de protagonista y activo principal hasta conseguir una autoorientación responsable y eficiente.

Objetivos específicos

- 1) Asesorar y ayudar al alumnado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas a elegir una salida profesional.
- 2) Ofrecer al profesorado herramientas y técnicas para realizar una mejor labor en la orientación profesional.
- 3) Desarrollar nuevos materiales docentes para la orientación vocacional, profesional y laboral.
- 4) Introducir al profesorado de publicidad en el uso de infografía y visualización de datos.
- 5) Consolidar el trabajo del laboratorio de innovación del Departamento, a través de un trabajo que involucra por igual al profesorado y al alumnado que participa en el proyecto.
- 6) Generar herramientas y recursos que se pueden extender y adaptar a otras disciplinas. En algunos casos, como en los Grados de Comunicación Audiovisual y Periodismo, la adaptación del Mapa se podría realizar en próximas convocatorias.

Propuesta de valor

El Mapa de Orientación Profesional propuesto intenta conectar al alumnado con los actuales roles específicos del mundo de la publicidad profesional, permitiendo que puedan anticiparse y mejorar su preparación específica para los puestos de trabajo que en este momento las empresas de publicidad requieren.

2. Objetivos alcanzados

El Proyecto ha cumplido más objetivos de los que inicialmente se habían propuesto gracias a las investigaciones sobre perfiles profesionales que se han realizado y publicado de forma paralela al desarrollo del mismo, a pesar de que algunos objetivos sólo se han alcanzado parcialmente como consecuencia de la limitación de desarrollo informático que supone no haber obtenido financiación económica en la concesión del proyecto de innovación. A pesar de ello, se espera continuar desarrollando la aplicación y ampliando los perfiles profesionales que integran el Mapa de Orientación Profesional en posteriores convocatorias de los Proyectos Innova Docencia.

Objetivo 1. Asesorar y ayudar al alumnado del Grado de Publicidad y RR.PP. a elegir una salida profesional

El objetivo no sólo se ha cumplido, sino que se ha ampliado gracias a la interacción alcanzada entre el proyecto, los alumnos y los profesores responsables del mismo. Por un lado, la realización de una encuesta previa permitió determinar la gravedad del problema de partida, puesto que el 73% de los encuestados, que es muestra representativa de los alumnos del Grado en Publicidad y RR.PP., afirmó no tener claro a qué le gustaría dedicarse al finalizar la carrera.

¿Tienes claro a qué te gustaría dedicarte cuando salgas de la universidad?

359 respuestas

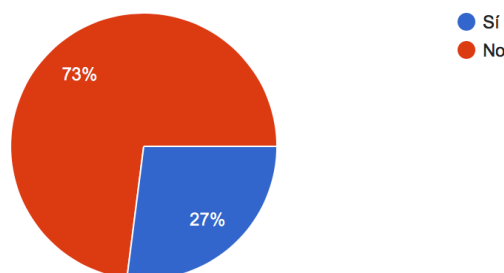


Figura 1. Autopercepción sobre el perfil profesional del estudiante. Elaboración propia.

La obtención de un resultado tan alarmante llevó al equipo de trabajo a realizar una segunda investigación sobre perfiles profesionales a partir de 1.134 ofertas de empleo publicadas en *domestika.org*, portal especializado en publicidad, comunicación y diseño y que ha dado lugar a la publicación de los resultados en dos revistas indexadas en JCR y ESCI. Los artículos publicados han servido a los alumnos para conocer los perfiles profesionales en auge, sus requisitos de acceso y los rangos salariales en los que se mueven.

En último lugar, la aplicación informática ha permitido a través de un cuestionario la conversión de las habilidades, competencias e intereses individuales de cada alumno en una salida profesional específica a través de un Mapa visual de Orientación Profesional que adecúe su preferencia vocacional y la integre en su desarrollo personal, educativo, social y laboral.

Objetivo 2. Ofrecer al profesorado herramientas y técnicas para realizar una mejor labor en la orientación profesional

El objetivo se ha cumplido por completo al disponer ahora el profesorado un análisis detallado y actualizado de perfiles profesionales en Publicidad a partir de las 1.134 ofertas de empleo analizadas, así como disponer de la herramienta para convertir las competencias, habilidades e intereses suministrados por el alumnado a través del formulario en un gráfico radial que recomienda el perfil profesional más adecuado para cada alumno, de manera personalizada. Además, al suministrarse la información adicional descriptiva sobre los perfiles en campus virtual, el profesorado puede responder a las preguntas y dudas del alumnado sobre un perfil específico, puesto que estos alumnos ya han recibido una primera orientación a partir de la aplicación informática y pueden formular dudas concretas que permiten aprovechar al máximo esta orientación.

Objetivo 3. Desarrollar nuevos materiales docentes para la orientación vocacional, profesional y laboral

El objetivo se encuentra plenamente cumplido para los perfiles profesionales de Publicidad y Relaciones Públicas que se aspiraba a incorporar al proyecto, habiendo añadido a los tradicionales de la agencia de publicidad de servicios plenos los principales correspondientes al ámbito digital. A través de la información accesible en el campus virtual de las asignaturas impartidas por los profesores miembros del equipo en todos los cursos del Grado, los alumnos han tenido acceso a esta información.

Objetivo 4. Introducir al profesorado de publicidad en el uso de infografía y visualización de datos

El hecho de que el Proyecto haya sido concedido sin financiación ha limitado a una consecución parcial de este objetivo. De este modo, el profesorado miembro del equipo ha trabajado sobre la temática de los perfiles profesionales pensando en su representación gráfica y visual de los datos que el Proyecto iba generando, pero no ha sido posible aprender nuevas técnicas de visualización de datos a partir de herramientas informáticas que iban a proporcionar los asesores en programación y diseño que inicialmente se habían presupuestado en la propuesta presentada para la concesión del Proyecto. Se espera que con la presentación de resultados de esta primera fase, pueda tenerse acceso a esta financiación en la próxima convocatoria de Innova Docencia.

Objetivo 5. Consolidar el trabajo del laboratorio de innovación del Departamento, a través de un trabajo que involucra por igual al profesorado y al alumnado que participa en el proyecto

En el año 2018 se creó el laboratorio de innovación del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada de la Facultad de Ciencias de la Información, con el objetivo de que alumnos y profesores pudieran involucrarse conjuntamente en proyectos de innovación, docentes y de investigación. Este Proyecto ha permitido formar un equipo en el que la mitad de sus miembros han sido alumnos de Grado y Doctorado, logrando que el proyecto sea realmente útil para las inquietudes del alumnado al participar en él desde su concepción hasta su implantación final.

Objetivo 6. Generar herramientas y recursos que se pueden extender y adaptar a otras disciplinas. En algunos casos, como en los Grados de Comunicación Audiovisual y Periodismo, la adaptación del Mapa se podría realizar en próximas convocatorias

A pesar de que la herramienta generada aún debe seguir mejorando tecnológicamente y visualmente en las próximas convocatorias de Innova Docencia, ya se encuentra plenamente operativa y se ha probado con los principales perfiles de la agencia de publicidad de servicios plenos y los principales perfiles digitales surgidos durante la última década, por lo que el objetivo se considera ampliamente cumplido y la aplicación está preparada para ampliar los perfiles profesionales a áreas afines en la próxima convocatoria de Innova Docencia.

3. Metodología empleada en el proyecto

La metodología empleada consta de cuatro grandes ámbitos: una encuesta sobre el estado previo de la orientación profesional del alumnado, un análisis de contenido de las ofertas de empleo, la creación de la aplicación del Mapa visual de Orientación Profesional y las acciones de difusión y evaluación.

En cuanto a la encuesta previa, durante el curso 2018/2019 estaban matriculados en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid 1.056 estudiantes, a los que se envió el cuestionario generado con Google Forms a través de los profesores y estudiantes miembros del Proyecto, que puede visualizarse en el anexo I. Se obtuvieron 359 respuestas, que es una muestra representativa del Grado para un nivel de confianza del 98% y un margen de error del 5%. El mayor interés se produjo entre los alumnos de tercer curso (40,40% de las respuestas) y de cuarto (26,40%).

El análisis de contenido se realizó sobre 1.134 ofertas de empleo publicadas en 2018 en *domestika.org*, de las que el 36,95% correspondieron al sector de la Publicidad y el 19,66%, al diseño.

La creación del Mapa de Orientación se ha basado en un formulario en Google Forms para introducir las competencias, habilidades e intereses del alumnado, exportándose los resultados a Microsoft Excel para su incorporación al mapa visual en formato de gráfico radial. La información divulgativa sobre cada perfil se ha publicado en campus virtual.

La evaluación del Mapa de Orientación Profesional se ha realizado tras la presentación en los talleres presenciales en el aula mediante dos *focus groups* formado paritariamente cada uno por 8 participantes, con el objetivo de mejorar la aplicación en ésta o futuras convocatorias, en función del calado de los cambios propuestos. La divulgación se ha realizado en eventos y publicaciones científicas indexadas.

4. Recursos humanos

El equipo de este proyecto Innova Docencia ha estado formado por cuatro profesores y cuatro estudiantes, tres del Grado en Publicidad y RR.PP. y uno del programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid:

- Luis Mañas Viniegra (Responsable): Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- María Isabel Reyes Moreno: Profesora Titular del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- José Juanco Linares: Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- José P. Olivares Santamarina: Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Noelia Alonso Pérez: Estudiante de 4º curso del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Alba Santayana Castrejón: Estudiante de 4º curso del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Emily Suárez Santiváñez: Estudiante de 4º curso del Grado en Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- Ismael López Cepeda: Doctorando en el programa de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid.
- A pesar de no haber formado parte del equipo como miembro por encontrarse ya en otro proyecto, se agradece a Isidro Jiménez Gómez, Profesor Asociado del Grado en Publicidad y RR.PP., su desinteresada colaboración en el proyecto.

Se ha reunido a un equipo de profesores e investigadores con una amplia y variada experiencia en la formación en herramientas complementarias, con experiencia previa en innovación docente, con una excelente valoración en el programa Docencia y con experiencia profesional en el ámbito en el que se iba a orientar profesional y

laboralmente. Los profesores miembros del equipo son tanto titulares como asociados, han compartido docencia en muchas asignaturas y forman parte de comisiones de coordinación y calidad comunes, lo que aseguraba, a priori, una buena integración y coordinación entre ellos, como así ha sido.

Los estudiantes que participan en el proyecto realizan distintos cursos de Grado y Postgrado en el ámbito de la Publicidad y Relaciones Públicas, colaboran en el laboratorio de innovación del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada de la Facultad de Ciencias de la Información y presentan diferentes perfiles vocacionales, lo que ha posibilitado un mejor trabajo para el desarrollo del Mapa de Orientación Profesional.

5. Desarrollo de actividades

Actividades de la fase 1. Cuestionario al alumnado

Tras la redacción y depuración del cuestionario previo que permitiese un diagnóstico de la situación, éste se publicó a través de Google Forms para que pudiese distribuirse entre el alumnado a través del campus virtual de las asignaturas impartidas por los profesores que han colaborado en este Proyecto. El cuestionario está compuesto por tres bloques de preguntas que pueden visualizarse en el anexo I. Una vez alcanzado un número de respuestas que permitió la representatividad de los resultados dentro del Grado de Publicidad y RR.PP. de la Universidad Complutense de Madrid, se procedió al análisis de los resultados, entre los que podemos destacar los siguientes, con la expectativa de que puedan publicarse los resultados íntegros en una revista científica indexada en los próximos meses:

- El 73% de los encuestados no tenía claro a qué le gustaría dedicarse al finalizar la carrera.
- Sólo el 19% buscó y obtuvo apoyo interno de la Universidad en su orientación laboral.

El siguiente paso ha consistido en elaborar un cuestionario que genera la información necesaria para elaborar el Mapa de Orientación. En las primeras reuniones del equipo de trabajo se analizaron para la elaboración del cuestionario distintos modelos generados por instituciones y Universidades. Aunque no hay materiales específicos del área de la comunicación publicitaria, han sido un buen apoyo: <http://www.info.upv.es>; <https://es.testsworld.net/test-vocacional-comunicacion.html>; <http://quevasaestudiar.com>; <https://www.educaweb.com>; <https://www.protosabios.com>

Posteriormente, se inició la construcción, también en Google Forms, del formulario que recoge los intereses del alumnado en relación a su perfil profesional. Pueden consultarse en anexo II los tres bloques de preguntas que incluía.

Actividades de la fase 2. Visualización y representación gráfica de los datos

En una segunda fase del proyecto, los datos obtenidos en el cuestionario se representan gráficamente a partir de una figura que identifica los distintos roles de la agencia publicitaria y los vinculados a su trabajo: Dirección creativa, Redacción-Copy, Dirección de arte, Producción, Planificación de medios, RR.PP., Cuentas, Planificación estratégica.

En el Mapa se visualizan, mediante áreas, los roles más indicados para el perfil del alumnado, de acuerdo con la autoevaluación que ha realizado previamente. Así, el

Mapa no sólo recoge los distintos roles posibles sino la mayor intensidad (adecuación) de cada uno de ellos al perfil de la persona asesorada.

Para la determinación de los perfiles profesionales, se realizó un análisis de contenido de las 1.134 ofertas de empleo publicadas entre abril y julio de 2018 en el portal especializado en Publicidad y Comunicación *domestika.org*, cuyos resultados pueden consultarse en el artículo derivado del Proyecto de Innovación que se ha publicado en la revista Doxa Comunicación (<https://doi.org/10.18601/01207555.n24.06>). Las ofertas de empleo mejor remuneradas están vinculadas a las tecnologías actuales de datos, diseño y digitales.

Posteriormente, se diseñó y depuró el Mapa de Orientación Profesional, teniendo que superar numerosas dificultades por carecer de financiación. En primer lugar, la herramienta iba a programarse en un entorno Phyton, pero pronto surgieron numerosas dificultades a la hora de integrar la herramienta en un entorno web. Por ello, y sin renunciar a esta opción en posteriores convocatorias de Innova Docencia, en las que se espera que este proyecto tenga continuidad para ampliar los perfiles profesionales incorporados, se decidió partir de un formulario en Google Forms para recabar las competencias, habilidades e intereses del alumnado.

VECTORES	Puntos Obtenidos	Puntuación Máxima	Porcentaje Logrado
Agencia Publicidad			
Planificación estratégica	19	48	39,58 %
Dirección creativa	37	56	66,07 %
Redacción	18	36	50,00 %
Dirección de Arte	35	52	67,31 %
Producción	20	28	71,43 %
Planificación de medios	19	48	39,58 %
RRPP	35	36	97,22 %
Cuentas	29	52	55,77 %
Comunicación Digital			
Social Media Strategist	19	40	47,50 %
Social Media Creative	26	44	59,09 %
Community Manager	25	44	56,82 %
Diseño Gráfico Digital	35	52	67,31 %
Social Media Artist	35	48	72,92 %
Social Media Planner	15	40	37,50 %
Influencers Manager	23	24	95,83 %
Digital Account Manager	29	52	55,77 %

Tabla 1. Determinación de perfiles a partir de los datos recabados en el formulario. Elaboración propia

Google Forms, a su vez, permite exportar los resultados obtenidos tras completar cada alumno el formulario e importarlo en Microsoft Excel para la visualización de los datos obtenidos en un gráfico radial que incluya también las recomendaciones en cuanto al perfil profesional más afín a las entradas del alumnado en el formulario rellenado.

Los perfiles que se han configurado en este primer curso académico del Proyecto corresponden, por un lado, a los de la agencia de publicidad de servicios plenos:

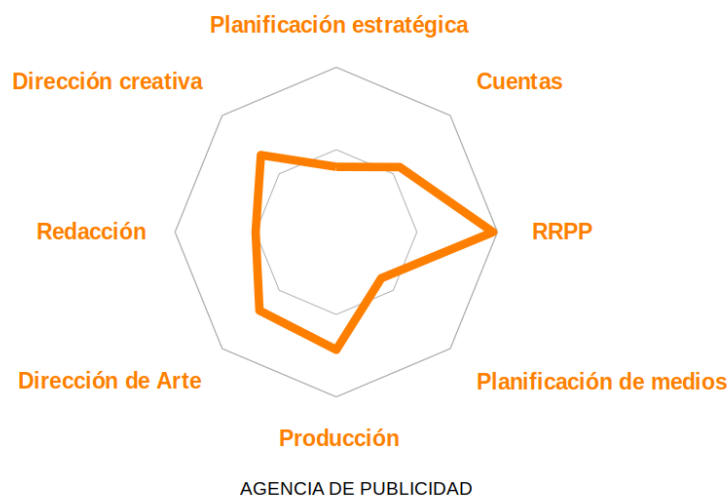


Figura 2. Gráfico radial con perfiles profesionales tradicionales. Elaboración propia

En el caso de las Agencias de Publicidad del ejemplo anterior, el Test señala un predominio de habilidades principalmente en el área de las RRPP, aunque también destaca en la Producción y la Dirección creativa.

Y, por otro lado, se han añadido perfiles específicamente digitales que no estaban inicialmente contemplados para este primer año del Proyecto:



Figura 3. Gráfico radial con perfiles profesionales digitales. Elaboración propia

En el caso de la Comunicación Digital del ejemplo anterior, el Test señala también un predominio de habilidades en un área vinculada a las RR.PP., como es la gestión de *Influencers*. Además, destaca en segundo lugar el perfil de *Social Media Artist*.

Actividades de la fase 3. Recursos recomendados para cada perfil

En la última fase del asesoramiento, cada uno de los perfiles se complementa con unas recomendaciones específicas que ayudan al alumnado participante a potenciar sus habilidades y conocimientos en los roles profesionales elegidos, que mayoritariamente se han situado en el departamento de creatividad de la agencia y en perfiles digitales. Estas recomendaciones incluyen talleres, actividades, bibliografía, prácticas y otros recursos recopilados colectivamente a través del Campus Virtual de la UCM.

CUENTAS	
¿Que hace un Ejecutivo de Cuentas?	- Curso de técnicas para hablar en público (gratuito, subvencionado por el Estado). Varias fechas: https://www.emagister.com/tecnicas-para-hablar-publico-adgd261po-cursos-3452946.htm
¿Cómo potenciar tu vector Cuentas?	
- Relaciones Públicas	-Curso gratuito técnicas para hablar en público (Móstoles): https://www.cursosgratuitosmadrid.com/producto/tecnicas-para-hablar-en-publico/
- Gestión y relaciones con clientes	
- Organización y gestión de eventos	- Curso gratuito sobre social media marketing: gestión de redes sociales: https://www.emagister.com/publicidad-gratis-tps-135834.htm
	- Cursos gratuitos
	Excel: http://noticias.universia.com.ar/educacion/noticia/2017/06/12/1153272/7-cursos-online-gratuitos-excel-convertirte-experto.html
	/// Escritura y lectura literaria:
	Curso gratuito en UNED abierta de escritura creativa
	Club de lectura de Hypatia Físicas (UCM)
	Certámenes de microrelatos en Deconcursos.com
	Exposición y talleres de poemas y fotografías "Un poema, una imagen y tu mirada". También relacionado con Dirección de Arte. En AELE, la Asociación Española de Lectura y escritura.

Figura 4. Recursos y recomendaciones en campus virtual. Elaboración propia

Dadas las dificultades iniciales encontradas en la programación en Python en el entorno web, se trabajó paralelamente en crear y publicar en el campus virtual el contenido de estas recomendaciones para cada perfil profesional, aunque en posteriores ediciones de Innova Docencia se trabajará en integrar este contenido en la web que unifique el contenido generado en un único entorno.

Actividades de la fase 4. Experimentación del Mapa de Orientación Profesional

El Mapa de Orientación Profesional se presentó en talleres presenciales en el aula y se realizaron dos *focus groups* con los alumnos que se inscribieron para ello, evaluando las actividades realizadas para mejorar la aplicación de cara a las necesidades futuras del proyecto y la ampliación del mismo en la próxima edición de Innova Docencia.

Las principales sugerencias de mejoras, que se implementarán en la esperada renovación del Proyecto en el programa Innova Docencia, son las siguientes:

- Integración de los contenidos en un único espacio web.
- Posibilidad de descarga en PDF de un informe personalizado que se genere de forma automática, con la posibilidad de envío al email.
- Incorporar animaciones a los gráficos para que resulten más interactivos y visuales.
- Incorporar perfiles más específicos dentro de cada perfil general, especialmente en los relacionados con el ámbito digital. En este sentido, tras la evaluación realizada, se incorporaron los principales perfiles digitales, aunque se espera mayor profusión de perfiles en próximas ediciones.

En último lugar, el alumnado valoró la aplicación tal y como se encuentra actualmente, obteniendo una puntuación media de 4,5 sobre 5,0 (desviación típica de 0,7; n=102). A pesar de ser una valoración meramente exploratoria, en la próxima edición de Innova Docencia se realizará una encuesta representativa sobre el alumnado del Grado en Publicidad y RR.PP. con la herramienta web totalmente desarrollada, mejorada y con perfiles ampliados. También se espera realizar una evaluación basada en técnicas de *neuromarketing*, en concreto *eye-tracking* para medir la atención y GSR para medir la intensidad de las reacciones emocionales.

Actividades de la fase 5. Difusión de los resultados

El hecho de haber integrado una investigación previa en el desarrollo del proyecto de innovación ha facilitado la difusión de resultados a la comunidad académica y científica, destacando, hasta la fecha de cierre de esta memoria, los siguientes resultados:

- Mañas-Viniegra, L., & Jiménez-Gómez, I. (2019). Evolución del perfil profesional del *community manager* durante la década 2009-2018. *El Profesional de la Información* [En edición]. Indexación: JCR Q2 y SJR Q1.
- Jiménez-Gómez, I., & Mañas Viniegra, L. (2018). Ofertas de empleo mejor remuneradas en comunicación y diseño: nuevos perfiles y efecto full-stack. *Doxa Comunicación*, 27, 239-251. DOI: 10.18601/01207555.n24.06 Indexación: Sello FECYT y ESCI.
- Mañas-Viniegra, L., & Jiménez-Gómez, I. (2019, junio). *Mapa visual de orientación profesional para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas*. Comunicación presentada en VI Congreso Internacional de Docencia Universitaria CINDU, Universidad de Vigo.

En todas las acciones de difusión, se ha indicado como origen de la investigación al Proyecto de Innovación nº 290 de Innova-Docencia de la Universidad Complutense de Madrid y los dos artículos se encuentran publicados en acceso abierto.

6. Anexos

Anexo I. Encuesta sobre orientación laboral

PREGUNTAS

RESPUESTAS

359

Sección 1 de 3

Cuestionario de orientación profesional

Publicidad y RRPP - UCM

El objetivo de esta investigación es la elaboración de un mapa de orientación profesional que permita a cada alumno decidir qué perfil profesional es el más indicado para él.

Grado que realizas: *

- Publicidad y RRPP
- Comunicación Audiovisual
- Periodismo

Curso que estudias *

- 1er Curso
- 2º Curso
- 3er Curso
- 4º Curso
- Postgrado
- Master

¿Qué edad tienes? *

- 19 o menos
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- 25
- 26
- 27 o más

¿Tienes claro a qué te gustaría dedicarte cuando salgas de la universidad? *

☐ Sí

☐ No

Después de la sección 1 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 2 de 3

Completa la frase: Me gustaría ser... *

Texto de respuesta corta

...

Escribe en orden de preferencia los tres puestos profesionales que preferirías tener dentro de una agencia de publicidad o RRPP *

Texto de respuesta larga

¿Alguien te ayudó a decidir a qué dedicarte cuando acabes la carrera o lo decidiste sólo/a? ¿Cómo?

Texto de respuesta larga

Después de la sección 2 [Ir a la siguiente sección](#)

Sección 3 de 3

Título de la sección (opcional)

Descripción (opcional)

Si no tenías claro a qué te gustaría dedicarte, ¿Cuál crees que es el motivo principal?

Texto de respuesta larga

Test Mapa Visual de Orientación Profesional

*Obligatorio

Este Test pretende analizar tus puntos fuertes en el campo de la Publicidad y las RRPP para intentar ayudarte a orientar tu futuro profesional.

El Test te llevará alrededor de 10 minutos. Los datos recogidos por el Test sólo se utilizarán de forma agregada, nunca se publicarán datos personales.

Nombre y apellidos *

Tu respuesta

Correo electrónico *

Tu respuesta

Universidad en la que estudias o has estudiado *

Elige



Estudios que realizas o has realizado: *

Elige



Curso que actualmente realizas: *

Elige

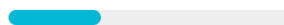


Edad actual: *

Elige



SIGUIENTE



Página 1 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Hablemos un poco de tí...

¿Qué tipo de actividades te gusta hacer cuando no trabajas o estudias? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Escuchar música	☐	☐	☐	☐	☐
Ir al Cine	☐	☐	☐	☐	☐
Visitar exposiciones de arte, fotografía, etc	☐	☐	☐	☐	☐
Escribir relatos, tu diario, poesía, guiones...	☐	☐	☐	☐	☐
Dibujar o pintar	☐	☐	☐	☐	☐
Ir de compras y a ver ropa	☐	☐	☐	☐	☐

Dentro de tu grupo de amistades ¿cómo crees que te ven a tí? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Una persona práctica, dispuesta a actuar	☐	☐	☐	☐	☐
Una persona calculadora, la/el estratega	☐	☐	☐	☐	☐
Una persona que cuida a los demás	☐	☐	☐	☐	☐
Una persona imaginativa, que aporta ideas	☐	☐	☐	☐	☐
Una persona ordenada y meticulosa	☐	☐	☐	☐	☐
Una persona habilidosa, capaz de reparar cualquier cosa	☐	☐	☐	☐	☐

Piensa en los trabajos que has hecho en estos años de estudios, ¿cómo los describirías? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Bien redactados, con un lenguaje fluido y rico	☐	☐	☐	☐	☐
Aportando temáticas interesantes	☐	☐	☐	☐	☐
Con un cuidado diseño gráfico y presentación	☐	☐	☐	☐	☐
Bien documentados, consultando fuentes variadas	☐	☐	☐	☐	☐

ATRÁS

SIGUIENTE

Página 2 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Y terminamos hablando de lo que te gustaría hacer

Imagina que un grupo de estudiantes tenéis que entrevistar a una directora de cine conocida para publicarlo en una revista, ¿qué papel te gustaría tener? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Redactar las preguntas de la entrevista	☐	☐	☐	☐	☐
Realizar las fotografías que acompañarán la entrevista en la revista	☐	☐	☐	☐	☐
Contactar con la directora y acompañarla a la entrevista	☐	☐	☐	☐	☐
Encargarse de la logística: reservar una sala, conseguir la cámara fotográfica, la grabadora etc...	☐	☐	☐	☐	☐

Imagina que un grupo de estudiantes tenéis que realizar un libro de cuentos ¿qué papel te gustaría tener? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Hablar con la imprenta para decidir el tipo de papel, calidad de la portada, etc	☐	☐	☐	☐	☐
Analizar el sector de los libros de cuentos para buscar oportunidades de mercado	☐	☐	☐	☐	☐
Pensar la temática de los cuentos tras analizar el mercado de este tipo de libros	☐	☐	☐	☐	☐
Escribir los cuentos	☐	☐	☐	☐	☐
Realizar las ilustraciones que acompañarán a los cuentos	☐	☐	☐	☐	☐
Gestionar con la editorial el reparto de beneficios según las ventas del libro	☐	☐	☐	☐	☐
Coordinar todas estas tareas y asignar cada tarea a una persona	☐	☐	☐	☐	☐

Observa estas tareas informáticas. ¿Cuáles crees que se te dan bien? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Archivar correctamente los diferentes tipos de documentos	☐	☐	☐	☐	☐
Chatear con amigas/os	☐	☐	☐	☐	☐
Utilizar hojas de cálculo cuando tengo que guardar información y calcular	☐	☐	☐	☐	☐
Escribir mi Currículum Vitae	☐	☐	☐	☐	☐
Pensar un tuit ingenioso para contestar otro tuit que he leído	☐	☐	☐	☐	☐
Retocar mis fotografías	☐	☐	☐	☐	☐
Buscar Apps y programas para instalar en mi teléfono u ordenador	☐	☐	☐	☐	☐

Pero no todo va a ser trabajo: vamos a organizar una fiesta de final de estudios. ¿En que tareas crees que puedes aportar más (aunque no sea lo que más te apetece hacer)? *

	Muy poco	Poco	Ni poco ni mucho	Algo	Mucho
Buscar el local y hablar con sus encargados	☐	☐	☐	☐	☐
Crear un grupo de WhatsApp para poder coordinarnos	☐	☐	☐	☐	☐
Realizar un meme animando a venir al resto	☐	☐	☐	☐	☐
Realizar un listado de cuánto dinero tenemos que poner para pagarlo todo	☐	☐	☐	☐	☐
Ir a comprar las cosas que harán falta para la fiesta	☐	☐	☐	☐	☐
Preparar el local, adornarlo, etc..	☐	☐	☐	☐	☐

Comentarios (añade aquí el comentario que quieras):

Tu respuesta

Pues ya hemos llegado al final ¡Gracias por tu participación!

ATRÁS

ENVIAR

Página 3 de 3

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Test Mapa Visual de Orientación Profesional

Respuestas enviadas

[Enviar otra respuesta](#)