



Secretaría General

PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LOS EGRESADOS DE LA UNAM



Fotografía: Unidad de Posgrado UNAM/Martha Claudia Nava Ambriz

Informe estadístico de los resultados de la encuesta a los egresados Generación 2018

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Ciencias de la Comunicación
(Periodismo)

Contenido

1. Introducción

2. Metodología

- General
- Carrera

3. Resumen gráfico de los resultados

4. Resumen descriptivo de los resultados

5. Anexos

- Nombre de la empresa o institución donde laboran los egresados
- Puesto
- Actividades profesionales que realizan
- Temas importantes que los egresados consideran que faltaron en el plan de estudios



SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE EGRESADOS



SISTEMA DE SEGUIMIENTO DE EGRESADOS

Resulta fundamental para la UNAM disponer de información confiable, precisa y oportuna sobre la integración y el desempeño de sus egresados en el mercado laboral particularmente durante sus primeros años profesionales, como una forma importante de integrar sus políticas de planeación y desarrollo.

Es en este contexto que el Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM (PVEU) tiene, como una de sus funciones, determinar el perfil de los egresados de la Institución.

Para alcanzar este fin se han realizado diferentes acciones que han permitido contar actualmente con:

- Un sistema de información actualizado en forma continua sobre los resultados de la formación profesional de los egresados, a través de su inserción e impacto en el mercado laboral profesional, así como su efecto en el desarrollo personal de los mismos con el propósito de retroalimentar la planeación institucional, apoyar la revisión curricular de escuelas y facultades y a los estudiantes en diversos aspectos relacionados con sus decisiones vocacionales y profesionales.
- El diseño y validación de un instrumento que permite caracterizar a los egresados en términos de su perfil sociodemográfico, académico y laboral.
- Un estudio que puede ser aplicado en dos modalidades: entrevista telefónica computarizada y en línea.
- La elaboración de un procedimiento para la obtención de información. La encuesta se aplica anualmente a una muestra de egresados con tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura (dimensión transversal) y se repite a los cinco y diez años para identificar los cambios en la situación laboral de los egresados (dimensión longitudinal).

En este contexto, la información resultante de las encuestas ha permitido conocer las tasas de empleo y desempleo de los egresados de la UNAM, su vinculación con características sociodemográficas y académicas, experiencias en el proceso de transición de la universidad al mercado laboral, condiciones y modalidades del empleo, características de las instituciones o empresas donde laboran, sus ingresos, además de, su opinión sobre su formación profesional.

De igual forma, la aplicación de alrededor de 100,000 cuestionarios ha dado a directores de escuelas y facultades de la UNAM, así como a diversos cuadros directivos de la institución, herramientas de apoyo para los procesos de planeación y toma de decisiones, debido a que el manejo de la información obtenida permite disponer de análisis específicos por área, disciplina y por escuela o facultad, ofreciendo un perfil preciso y actual de los egresados universitarios participantes en el sistema.

Han ingresado a la página del Programa, aproximadamente 93,650 visitantes, para consultar los datos estadísticos del Sistema para el Seguimiento de Egresados.

El sistema permite obtener anualmente la descripción de los siguientes resultados:

1. Resumen gráfico: global de la UNAM, por consejo académico de área, *campus*, plantel y carrera a partir de la encuesta 2003-04, organizados por:

- Datos sociodemográficos.
- Antecedentes académicos.
- Opinión sobre formación profesional.
- Incorporación al campo ocupacional de la profesión.
- Situación laboral actual.

2. Reportes estadísticos: global de la UNAM, por consejo académico de área, *campus*, plantel y carrera a partir de la encuesta 2003-04, donde se presentan los datos comparando los resultados por sexo, así como, los totales por carrera con los totales de la muestra de la UNAM.

Estos incluyen la siguiente información:

- Datos sociodemográficos
 - Características personales
 - Nivel sociocultural de la familia
- Antecedentes académicos
 - Rendimiento en licenciatura
 - Formación académica posterior al egreso
- Opinión sobre la formación profesional
 - Elección de la carrera
 - Plan de estudios
 - Ambiente académico
 - Desarrollo de habilidades, intereses y aptitudes
- Situación laboral
 - Incorporación al mercado laboral de la profesión
 - Características del trabajo actual

3. Listado de las empresas o instituciones donde laboran y la descripción de las actividades profesionales que desarrollan.

4. Listado de los contenidos temáticos que los egresados consideran que faltaron en el plan de estudios.



METODOLOGÍA GENERAL



Método

Instrumento

Se construyó a partir de los indicadores derivados de los objetivos del modelo para el seguimiento de egresados de la UNAM y consta de las siguientes secciones: datos sociodemográficos, antecedentes académicos, experiencias en la incorporación al campo ocupacional de la profesión, situación laboral actual y opinión sobre la formación profesional.

Muestra

Para la obtención de la muestra se sigue la metodología sugerida por ANUIES.

Población objeto de estudio

Cohortes de egresados que tengan tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura (acreditación del 100% de las asignaturas del plan de estudios).

Con este fin, la Dirección General de Administración Escolar (DGAE) envía la base de datos con el total de los registros de los egresados, procedentes de todos los planteles y carreras de nivel licenciatura que se imparten en la UNAM. En esta se incluye nombre, número de cuenta, correo electrónico, teléfono, sexo, plantel, carrera, promedio de calificaciones en licenciatura, número de exámenes extraordinarios presentados, año de ingreso a la licenciatura y año de egreso.

Marco muestral

Se obtiene a partir de la base de datos generada por la DGAE con el total de los alumnos que tienen tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura, organizados por plantel y carrera, de los cuales se seleccionan aquellos que cuentan con datos para su localización.

Procedimiento de muestreo

Aleatorio, estratificado proporcional por plantel y carrera, con reposición. Se calcula una muestra aleatoria simple por cada una de las carreras que se imparten en los 28 planteles, en el caso de las carreras con poblaciones de 100 o menos egresados no se calcula muestra y se toma el total.

Para el cálculo de las muestras se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Np(1-p)}{\frac{(N-1)\beta^2}{Z^2} + p(1-p)}$$

El error de muestreo de los datos globales, para un nivel de confianza de 95% es en promedio de +/- 2% y para los datos por plantel y carrera de +/- 5%.

Procedimiento

La aplicación del cuestionario actualmente se realiza en el 50 por ciento de los casos vía entrevista telefónica computarizada, con el apoyo de cinco encuestadores; el 50 por ciento restante lo contestan los egresados en línea. Tanto la información derivada de la aplicación del cuestionario como la historia académica de los egresados proporcionada por DGAE, se conjuntan mediante el paquete estadístico SPSS en su versión 23 para Windows, en una sola base de datos. Una vez integrada y depurada la base, se realizan, mediante el mismo paquete, los análisis estadísticos necesarios.

Asimismo, se desarrolló un programa para la generación automatizada de reportes con los resultados de las encuestas: general de la UNAM, por área, *campus*, plantel y carrera.



METODOLOGÍA DE LA CARRERA

Metodología

Población

Está constituida por 106 alumnos que cursaron la carrera de Ciencias de la Comunicación (Periodismo) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, egresados del ciclo escolar 2018, que acreditaron el 100% de las asignaturas del plan de estudios correspondiente. La encuesta la contestaron cuando tenían tres años de haber concluido sus estudios.

Marco muestral

Se obtuvo a partir de la base de datos proporcionada por DGAE con los registros de estudiantes egresados en 2018 de la carrera de Ciencias de la Comunicación (Periodismo) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que contaban con datos para su localización.

Procedimiento de muestreo

Aleatorio simple con reposición por carrera.

Tamaño de la muestra

Quedó conformada por 638 egresados.

Instrumento

Se utilizó el elaborado para el programa de seguimiento de egresados de la UNAM.

Procedimiento

La aplicación del cuestionario se realizó mediante entrevista telefónica computarizada y en línea. Tanto la información obtenida del cuestionario, como la historia académica de los egresados proporcionada por DGAE, se conjuntaron mediante el uso de lenguaje Python, en una sola base de datos. Una vez integrada y depurada la base se realizaron, mediante el mismo lenguaje, los análisis estadísticos necesarios.

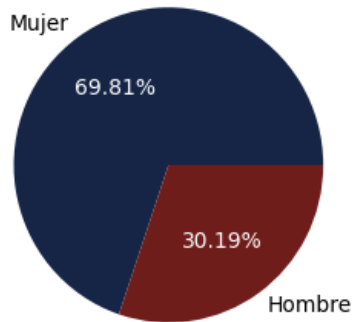
Sistema automatizado para la elaboración de los reportes por carrera

En el reporte se integran los resultados por carrera y se presentan mediante tablas y gráficas en las que se comparan los resultados por sexo, así como, el total de la muestra de la carrera con el total de la muestra de egresados de la UNAM. Los resultados se organizan por: datos sociodemográficos, antecedentes académicos, opinión sobre formación profesional, habilidades meta curriculares, incorporación al campo ocupacional de la profesión y situación laboral actual.

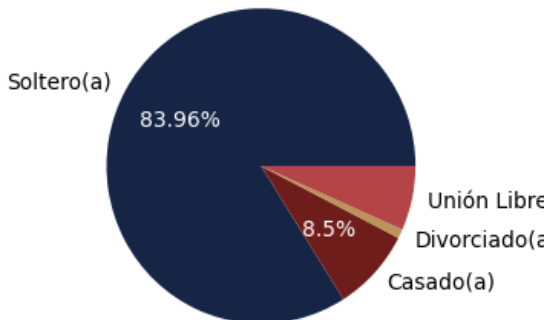
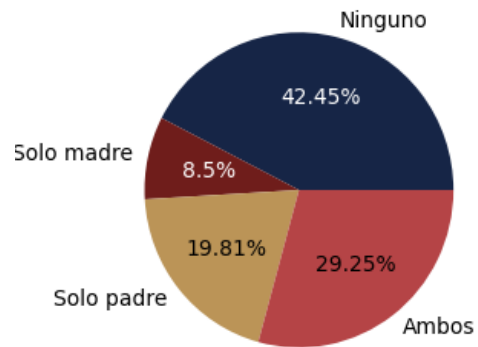


RESUMEN GRÁFICO DE LOS RESULTADOS

Datos sociodemográficos

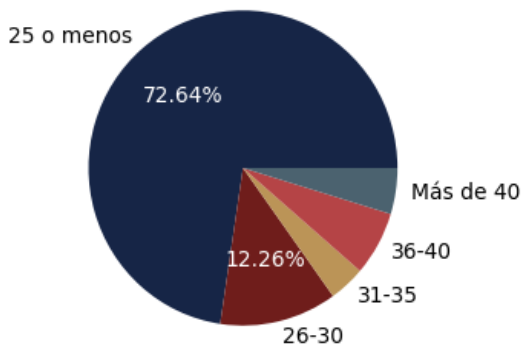


El **42.5%** son la primera generación de profesionistas en su familia



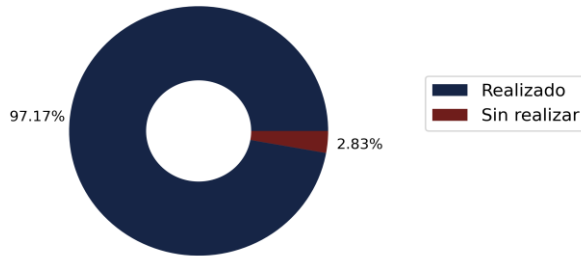
El **87.5%** se casó con otro profesionista

El **11.3%** tiene hijos



Antecedentes académicos

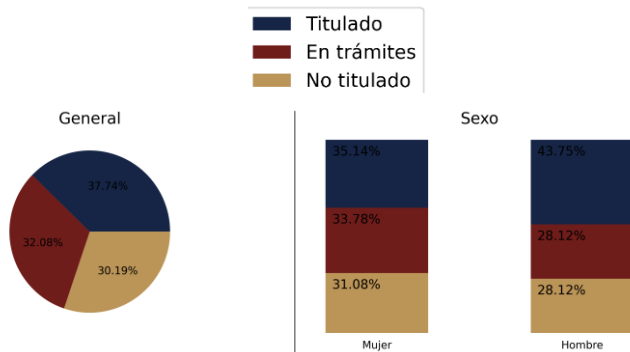
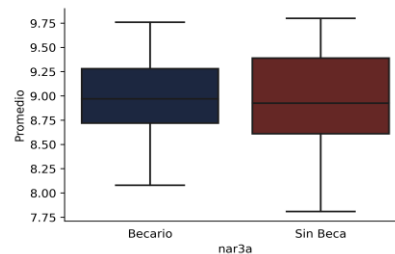
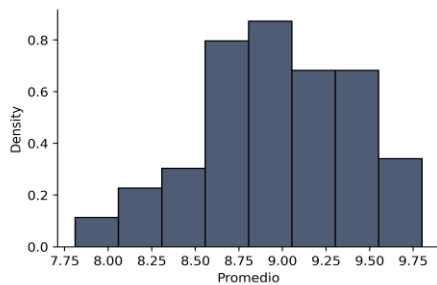
Proporción Estatus del Servicio Social



El **97.2%** ya realizó su servicio social.

La media del promedio es de **9.0**.

El **54.7%** fueron becarios durante la licenciatura.



Tiempo para titularse

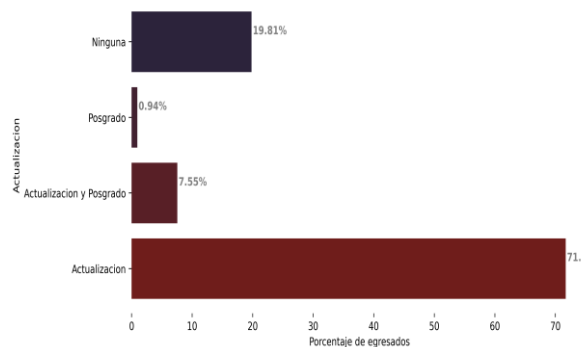
42.5% Un año.

35.0% Dos años.

22.5% Tres o más años.

Formación académica después de la licenciatura

Después de tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura el **80.2%** de los egresados han continuado su formación académica.



Situación laboral actual

El **96.2%** de los egresados pertenece al PEA (Población Económicamente Activa).

- El **95.9** de las mujeres
- El **96.9%** de los hombres

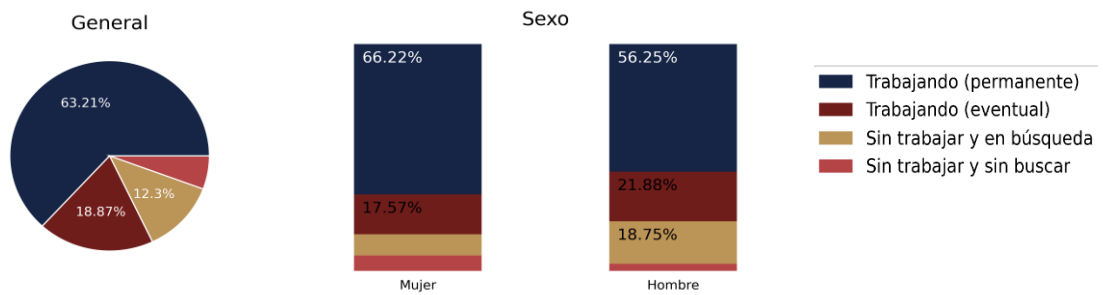
94.3% Señala que su trabajo está “muy y medianamente” relacionado con su profesión.

80.5% trabaja en el sector privado.

80.5% trabaja tiempo completo.

79.3% están satisfechos o muy satisfecho con su trabajo.

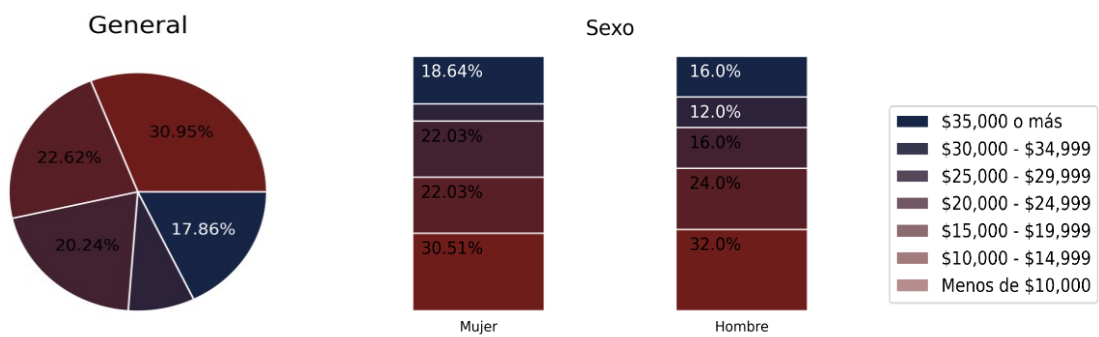
59.8% considera que su preparación para el trabajo fue “muy buena”.



Ingresos mensuales

La media de los ingresos es de \$17,833

- Mujeres \$17,351
- Hombres \$15,965



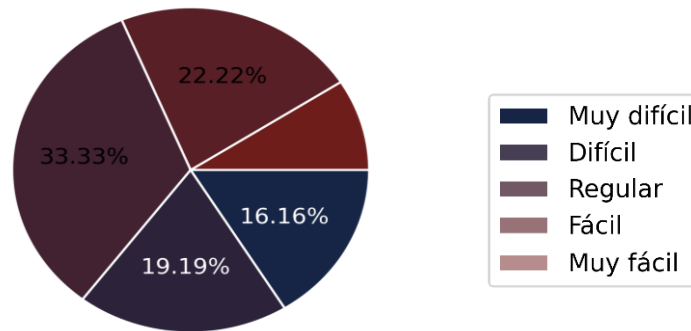
Transición de la Universidad al trabajo

Dificultad para la incorporación al campo laboral

De los egresados que encontraron su primer trabajo después de egresar:

- El **22.6%** lo encontró en seis meses o menos.
- El **47.1%** no ha dejado de trabajar desde que egreso.

General



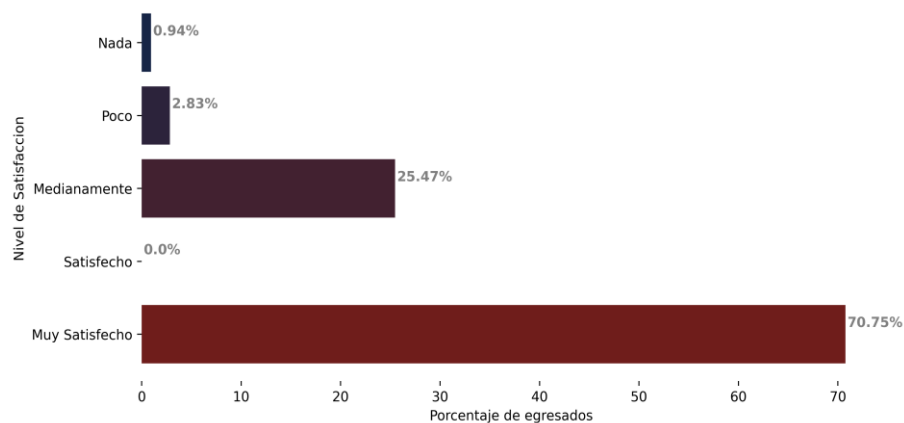
Satisfacción con la Institución

El **73.6%** considera que la docencia fue buena o excelente.

El **53.8%** estudiaría la misma carrera.

El **84.0%** volvería a estudiar en la misma escuela o facultad.

El **96.2%** volvería a estudiar en la UNAM.





RESUMEN DESCRIPTIVO



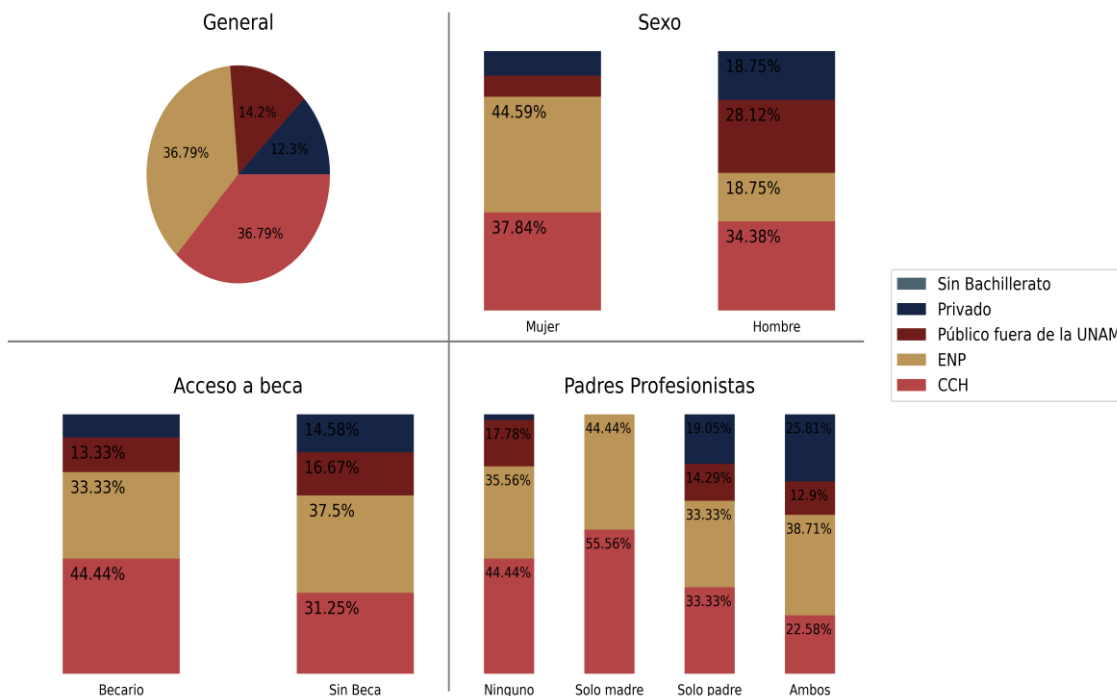
Resumen descriptivo

Perfil de los egresados que contestaron la encuesta

El 69.8% son mujeres y el 30.2% hombres; el promedio de edad es de 30 años; el 84.9% son solteros y el 15.1% casados, de ellos, el 87.5% se casó con otro profesionista y el 11.3% tiene hijos. El 42.5% son la primera generación de profesionales en su familia.

El 14.2% de los egresados que contestaron la encuesta realizó sus estudios de bachillerato en otras instituciones públicas, el 12.3% en instituciones privadas y el 73.6% lo hicieron en la UNAM, 36.8% en la ENP y 36.8% en el CCH.

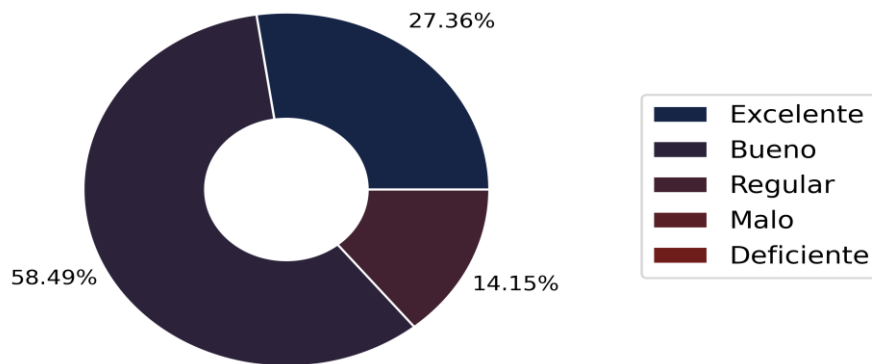
Gráfica. Bachillerato de los egresados por sexo, acceso a becas y padres profesionistas



Desempeño académico de los egresados durante sus estudios de licenciatura

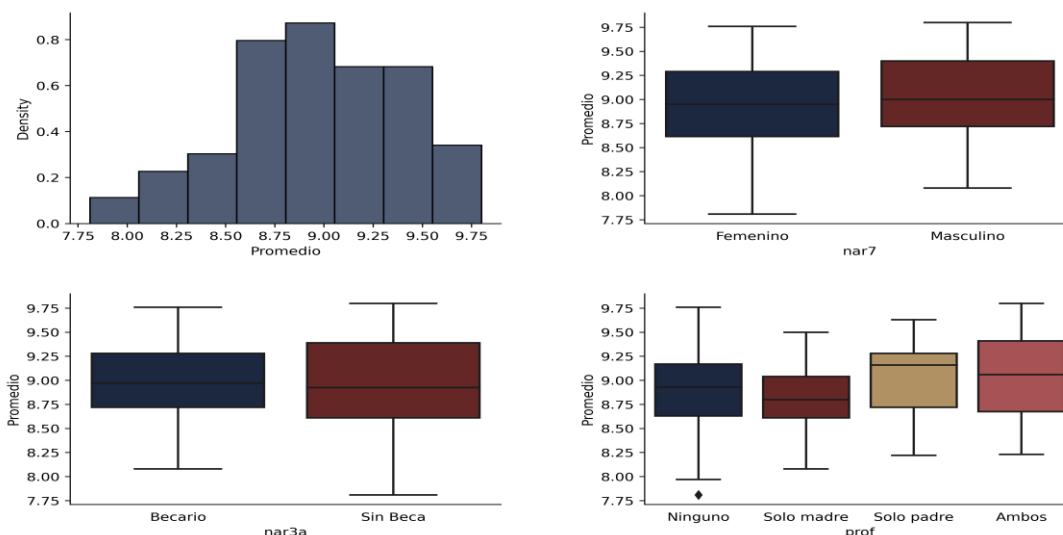
El 48.1% tenía 19 años o menos cuando ingresó a la licenciatura, es decir, cursaron los niveles educativos previos en forma regular, 28.3% tenía entre 20 y 21 años y el 23.6% 22 años o más. El 54.7% de los egresados de la muestra estuvieron becados durante el estudio de la licenciatura.

Gráfica. Desempeño académico durante la carrera



El promedio de las calificaciones obtenidas en la licenciatura es de 9.0. El 62.3% no presentó ningún examen extraordinario. El 100.0% terminó el estudio de la carrera en cinco años o menos.

Gráfica. Distribución del promedio por sexo, acceso a becas y padres profesionista



Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

El 97.2% ya realizó el servicio social, el 37.7% ya se tituló, el 32.1% está llevando a cabo los trámites necesarios para hacerlo y el 30.2% no se ha titulado. De los titulados el 42.5% lo hizo durante el primer año después de egresar. Los motivos que señalan los egresados por los que no se han titulado son: (Tabla 1)

Tabla 1. Motivos por los que no se han titulado

Motivo	Porcentaje
Trabajo	37.9 %
Trámites engorrosos	25.8 %
No hacer o concluir la tesis	10.6 %
No acreditar idiomas	9.1 %
Problemas económicos	1.5 %
Debido a la pandemia	9.1 %

Situación laboral de los egresados a los tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura

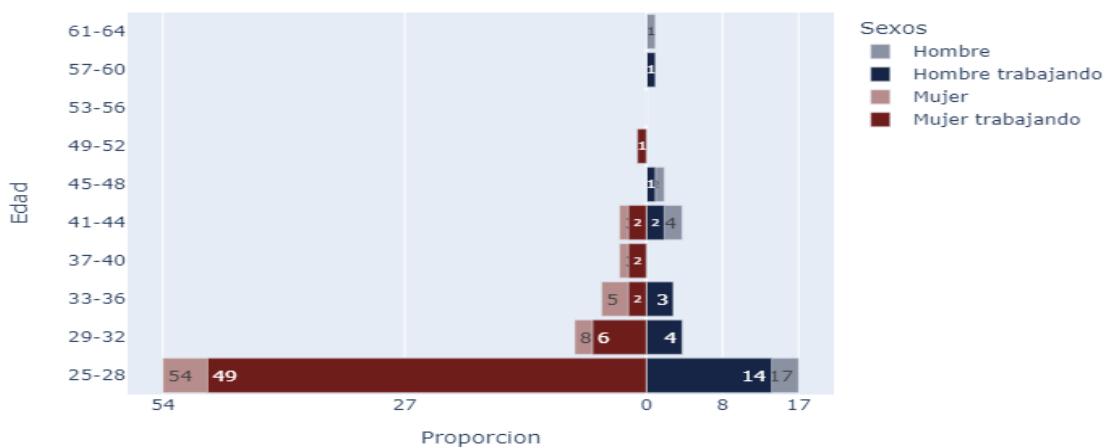
El 82.1% de los encuestados está trabajando y el 13.2% está buscando trabajo, es decir, el 96.2% participa en la actividad económica del país y el 4.7% restante no lo hace por condiciones personales. Se observan diferencias por sexo, aunque no significativas tanto en el porcentaje de egresados que están incorporados a la fuerza laboral, 83.8% de las mujeres y 78.1% de los hombres, como en la proporción de los que están buscando empleo 10.8% de las mujeres y 18.8% de los hombres. (Tabla 2)

Tabla 2. Situación laboral actual por sexo

	Si Trabaja	Desempleado	Sin buscar	Total
Masculino	78.1%	18.8%	3.1%	100%
Femenino	83.8%	10.8%	6.8%	100%
Total	82.1%	13.2%	4.7%	100%

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Gráfica. Proporción de la situación laboral actual por edad y sexo



De los que están en busca de empleo, las causas que con mayor frecuencia señalan por las que no lo han encontrado son: falta de ofertas de trabajo (25.0%), perdió o dejó su trabajo (21.4%), estudios (14.3%), falta de competencias (10.7%), ofertas poco atractivas con relación al salario (5.4%) y titulación inconclusa (5.4%).

El 4.7% de los egresados que actualmente no están en el mercado laboral, están ocupados realizando otras actividades, principalmente estudiar (7.5%).

Del total de los egresados que están empleados, el 4.7% no tienen un trabajo que está relacionado con su profesión.

El 80.5% trabaja en el sector privado, de ellos, el 12.9% en autoempleo, el 82.9% como empleado y el 4.3% como socio o propietario. (Tabla 3)

Tabla 3. Sector donde trabajan los egresados

	Sector público	Sector Privado	Sector social	Total
Empleado	78.6%	82.9%	100.0%	100%
Profesional independiente	21.4%	12.9%	0.0%	100%
Socio o propietario	0.0%	4.3%	0.0%	100%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100%

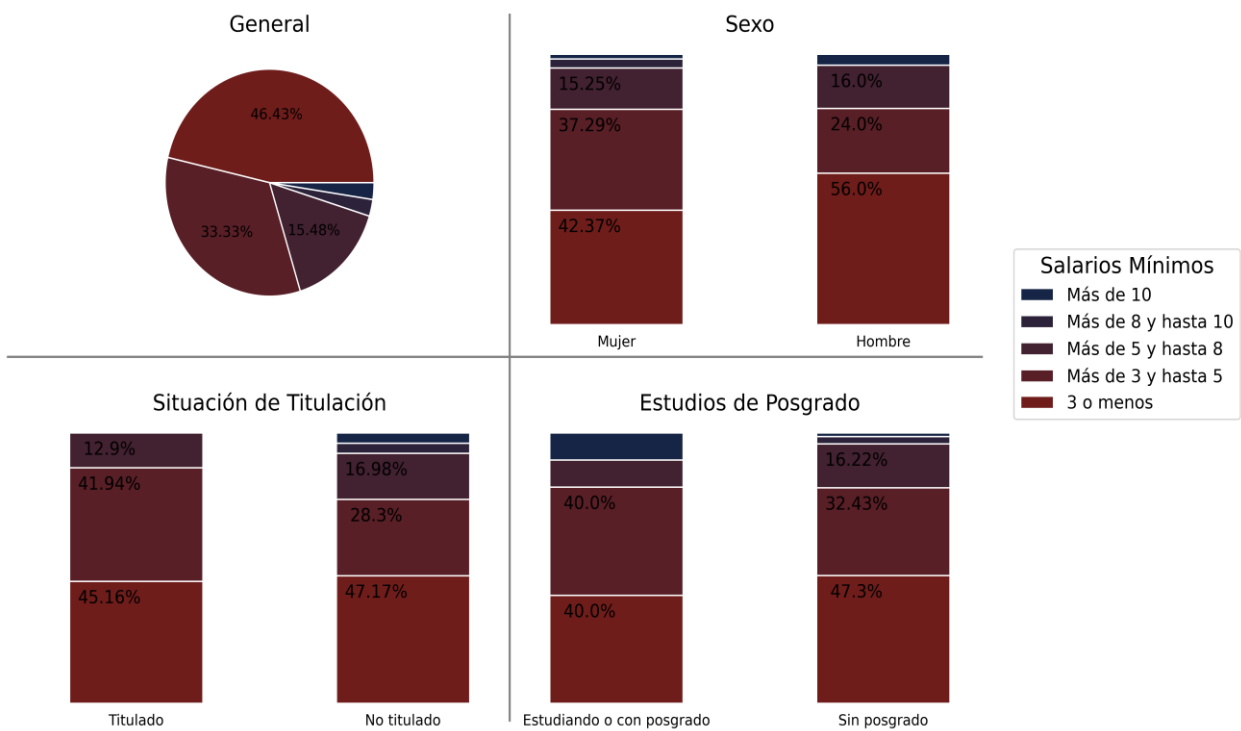
Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Las ramas económicas donde trabajan los egresados son: servicios profesionales, científicos y técnicos (35.6%), servicios educativos (14.9%), industrias manufactureras o de la transformación (9.2%) e información en medios masivos (9.2%). Con respecto a la dedicación al trabajo, el 80.5% laboran tiempo completo.

Ingresos

La media de los ingresos de los egresados que trabajan tiempo completo es de \$17,833 mientras que la media de quienes trabajan medio tiempo es de \$9,952. En promedio los hombres tienen ingresos de \$15,965 y las mujeres de \$17,351.

Gráfica. Ingresos por salarios mínimos por sexo, titulación y posgrado

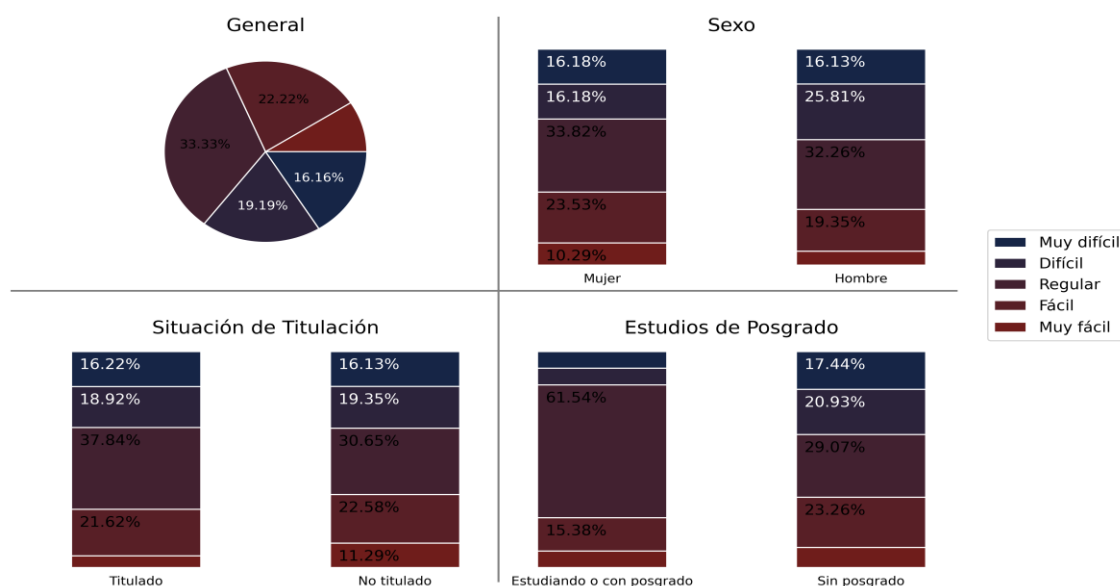


Transición de la Universidad al mercado laboral

El 60.4% considera que su incorporación al mercado laboral del campo ocupacional fue entre fácil y medianamente fácil. Del 50.9 % que lo encontró después de egresar, el 87.0 % afirma que obtuvo su primer trabajo durante el primer año.

De acuerdo con lo señalado por los egresados los mecanismos más efectivos para su incorporación al mercado laboral son: recomendación de amigos (37.4%), en la bolsa de trabajo de la UNAM (18.2%), internet (10.1%), por relaciones en el servicio social (8.1%) y prácticas profesionales (7.1%).

Gráfica. Incorporación al mercado laboral por sexo, titulación y posgrado



Desempleo

Durante los tres años que han transcurrido desde que concluyeron sus estudios de licenciatura de los egresados de la muestra, el 47.1% nunca ha dejado de trabajar, el 17.9% no ha trabajado o ha dejado de trabajar por motivos personales y el 51.9% restante ha estado desempleado por diferentes periodos de tiempo, el 69.1% de estos señala que ha sido por menos de un año y el 30.9% por más de un año. Los motivos más importantes que señalan los egresados son: falta de ofertas de trabajo (25.0%), perdió o dejó su trabajo (21.4%), estudios (14.3%), falta de competencias (10.7%), ofertas poco atractivas con relación al salario (5.4%) y titulación inconclusa (5.4%).

Actividades académicas que han realizado después de egresar de la licenciatura

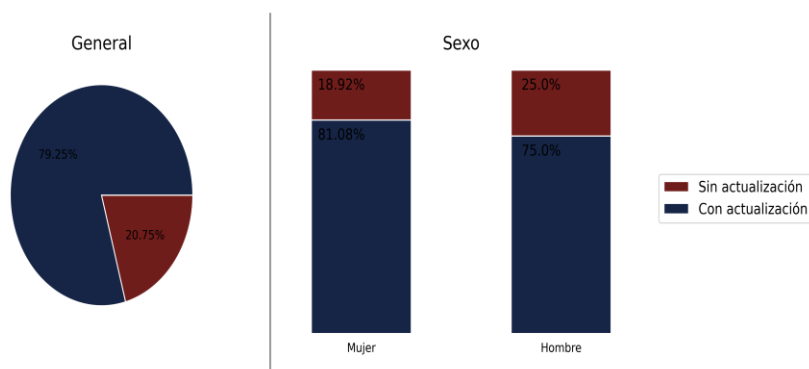
Después de terminar sus estudios de licenciatura, el 80.2% de los egresados han fortalecido su formación académica, ya sea a través de cursos de actualización y/o estudios de posgrado. (Tabla 4)

Tabla 4. Formación académica después de la licenciatura

	Femenino	Masculino	Total
Actualización	75.7%	62.5%	71.7%
Posgrado	1.4%	0.0%	0.9%
Posgrado y actualización	5.4%	12.5%	7.5%
Ninguna Actividad	17.6%	25.0%	19.8%

El 79.2% de los egresados se ha actualizado a través de diferentes modalidades de educación continua. El 38.1% afirma que lo hace semestral o anualmente; en el trabajo (32.1%), en instituciones privadas (54.8%) y en la UNAM (40.5%). Del total de la muestra, el 8.5% tiene o está realizando estudios de posgrado. De ellos el 22.2% de especialización, el 66.7% de maestría y ninguno de doctorado.

Gráfica. Actividades formales de actualización



La proporción por sexo de egresados que tienen estudios de posgrado es de 12.5% de los hombres y 6.8% de las mujeres. Las razones más frecuentemente señaladas por los egresados para realizar estudios de posgrado son: nivel más alto en el trabajo (3.8%), interés en profundizar en la disciplina (2.8%), interés por la investigación (0.9%) y cambio de área (0.9%).

Habilidades generales que desarrollaron los egresados

Existe congruencia entre las habilidades desarrolladas durante la formación profesional de los egresados y las requeridas para el desempeño de su trabajo; inclusive con respecto a algunas habilidades es mayor el porcentaje de egresados que las desarrollaron que el de los que las han necesitado como la solución de problemas, el uso de modelos y/o métodos matemáticos para analizar datos y el aprendizaje independiente.

No obstante, los egresados señalaron otras habilidades que también son importantes para su desempeño profesional y que no todos alcanzaron el nivel de desarrollo necesario como liderazgo, expresión oral y escrita. (Tabla 5)

Tabla 5. Desarrollo de habilidades generales y su aplicación en el desempeño profesional

Habilidades	La desarrolló	Necesaria para el trabajo
Expresar verbalmente opiniones o ideas en forma clara y precisa	87.7 %	93.4 %
Expresar por escrito opiniones o ideas en forma clara y precisa	94.3 %	92.5 %
Analizar ideas críticamente	92.5 %	88.7 %
Aprender en forma independiente	87.7 %	89.6 %
Actuar en el ámbito laboral conforme a la ética profesional	84.9 %	92.5 %
Resolver problemas	83.0 %	93.4 %
Desarrollar una actitud de liderazgo	58.5 %	81.1 %
Usar modelos y/o métodos matemáticos para analizar datos	21.7 %	35.8 %
Formular argumentos lógicos	81.1 %	86.8 %
Trabajar en colaboración con otras personas	87.7 %	94.3 %
Formular ideas o pensamientos originales o innovadores	80.2 %	90.6 %

Dominio de otros idiomas durante la formación profesional

El 64.2% dice que adquirió o mejoró su dominio del inglés durante sus estudios de licenciatura; de estos, el 47.1% en la UNAM, el 26.5% en una institución externa y por autoaprendizaje el 26.5%.

El 16.2% señala tener un dominio entre intermedio y avanzado en las cuatro habilidades.

Grado de dominio del inglés en las cuatro habilidades:

*** Comprensión auditiva**

El 28.3% de los egresados señala tener un nivel básico, 10.4% intermedio y 3.8% avanzado.

*** Expresión oral**

El 31.1% de los egresados señala tener un nivel básico, 8.5% intermedio y 2.8% avanzado.

*** Comprensión de lectura**

El 26.4% de los egresados señala tener un nivel básico, 10.4% intermedio y 5.7% avanzado.

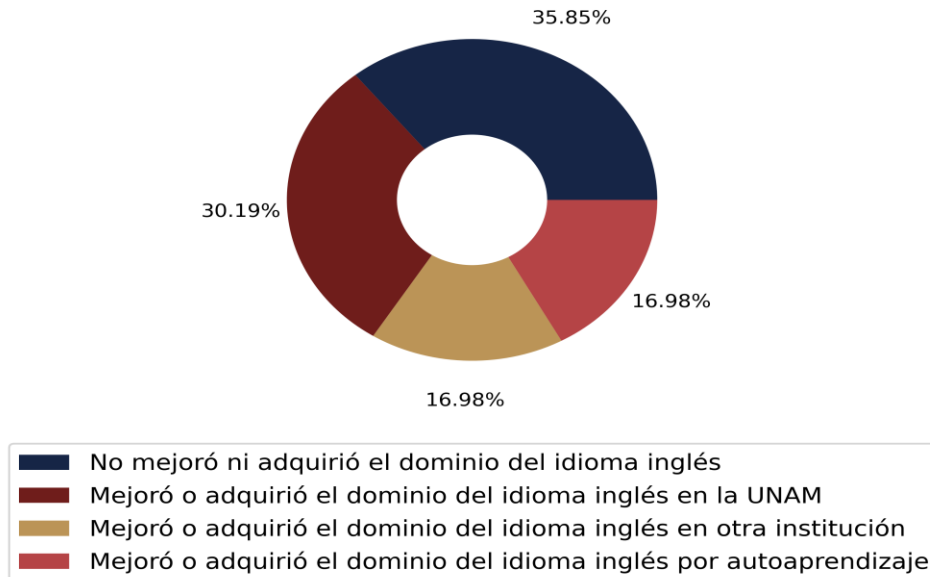
*** Expresión escrita**

El 32.1% de los egresados señala tener un nivel básico, 8.5% intermedio y 1.9% avanzado.

El 42.5% señala que durante su formación profesional adquirió o mejoró el dominio de otro idioma diferente al inglés. Destacándose el francés, alemán e italiano. En resumen, el 29.2% dice haber mejorado su dominio del inglés, el 29.2% del inglés y otro idioma, el 13.2% solo de otro idioma diferente al inglés y el 29.2% de ningún idioma extranjero.

Gráfica. Aprendizaje de otro idioma diferente al inglés durante la carrera

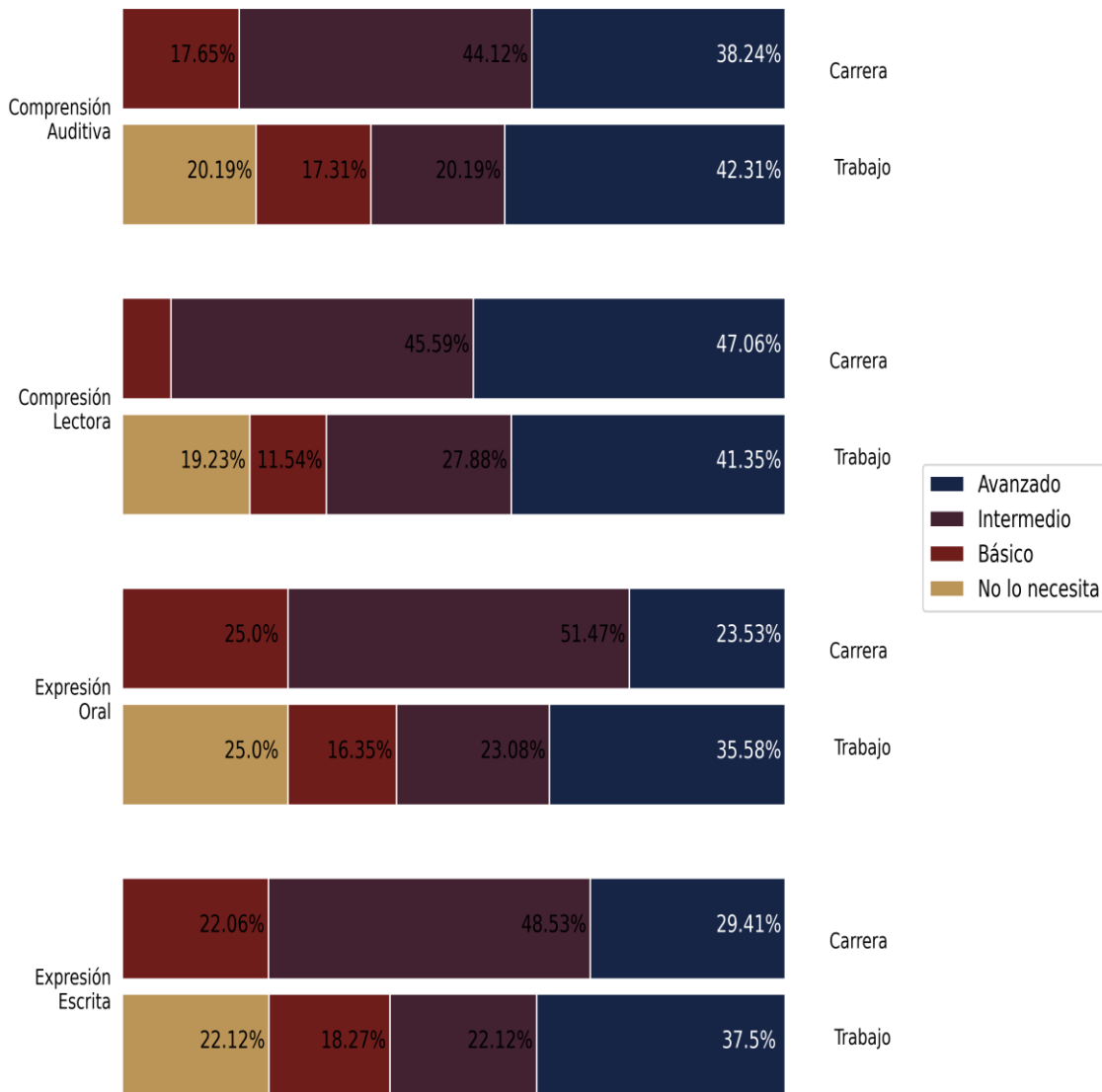
Aprendizaje del idioma inglés durante la carrera



Con relación al grado de dominio del idioma inglés requerido para el trabajo el 16.0% afirma que no se requiere, el 74.5% que es necesario el dominio de las cuatro habilidades y el 81.1% de comprensión de lectura.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

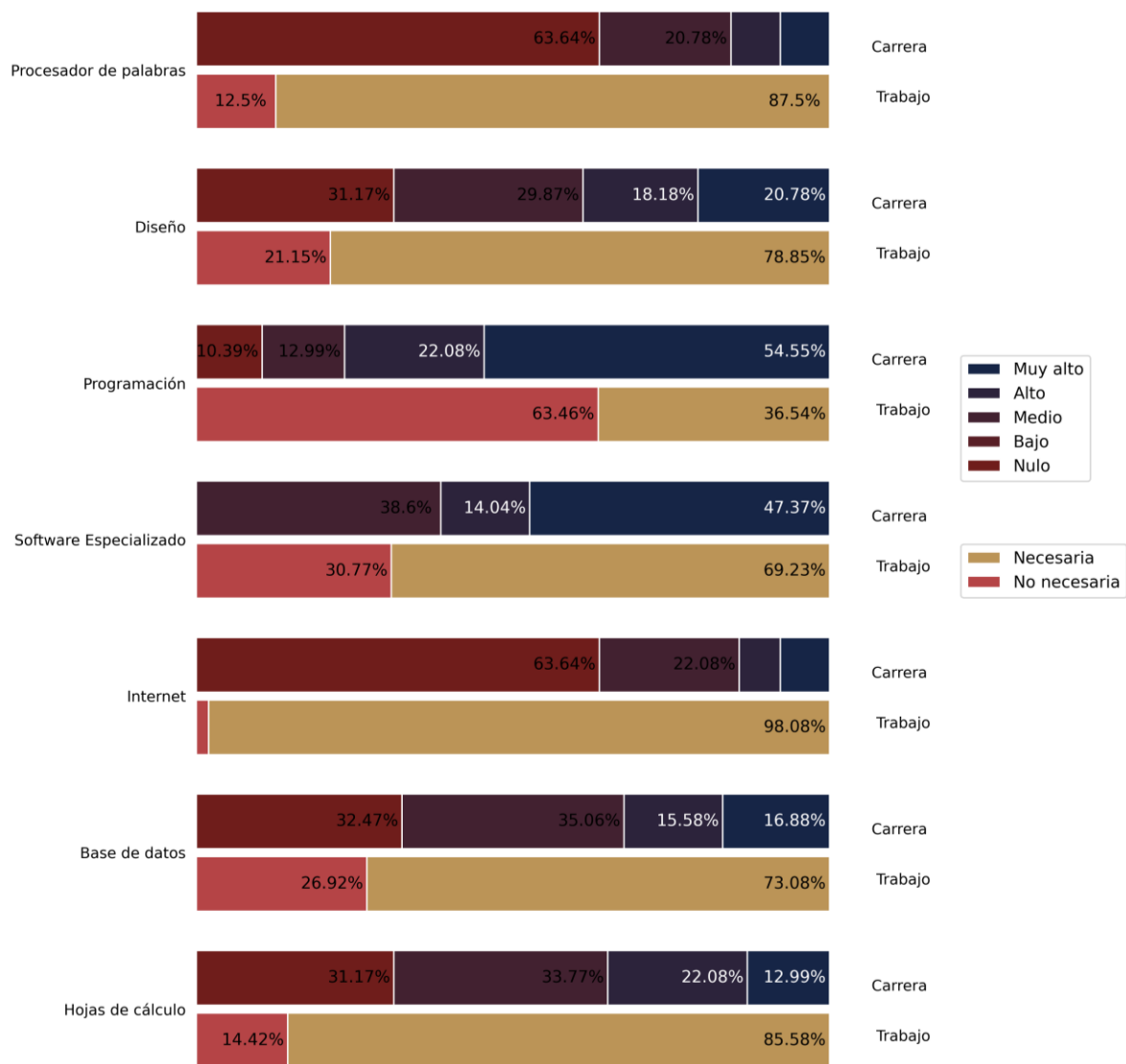
Gráfica. Nivel del idioma inglés adquiridos en la licenciatura y su requerimiento para el trabajo



Conocimientos y habilidades para la computación

El 72.6% de los egresados de la muestra afirma que mejoró sus conocimientos de cómputo durante la licenciatura, el 27.3% en la UNAM, el 5.2% en una institución externa y el 67.5% restante por autoaprendizaje. Los egresados señalaron que el manejo de paquetería de cómputo es importante para cumplir con los requerimientos del mercado laboral, destacándose el uso del procesador de palabras, el Internet, el correo electrónico y la hoja de cálculo.

Gráfica. Conocimientos de computación adquiridos en la licenciatura y su requerimiento para el trabajo



Formación integral

Además de los conocimientos y habilidades para el trabajo, la educación universitaria tiene un papel importante en el desarrollo personal y social de los estudiantes.

Los egresados consideraron que sus experiencias en la UNAM les permitieron adquirir una cultura amplia (97.2%), desarrollar la sensibilidad para apreciar diferentes expresiones artísticas (86.8%), el interés por la práctica regular de algún deporte (37.7%) y por el autocuidado de su salud (100.0%).

Señalaron también que durante su formación profesional en la UNAM desarrollaron una actitud de tolerancia y aceptación por las demás personas (100.0%), incrementaron su interés por colaborar en programas de beneficio social (100.0%), por los problemas del medio ambiente el (100.0%), así como, por su participación cívica (100.0%).

Satisfacción de los egresados con su educación universitaria

Los resultados resaltan el impacto positivo en los egresados de su formación profesional en la UNAM. A los tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura, el 53.8% considera que su elección de carrera fue adecuada; el 70.8% están satisfechos o muy satisfechos con su formación profesional; evalúan la calidad de la docencia entre excelente y buena el 83.0% y consideran que su preparación para el trabajo fue buena o muy buena el 73.6%.

Así mismo, el 84.0% señala que recomendaría su Facultad y el 96.2% volvería a estudiar en la UNAM, lo cual confirma su identidad con la Institución.



ANEXOS



Empresa, actividad y puesto donde trabajan los egresados

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Público	Servicios educativos	Gob Cdmx	SECTEI	Instituto de Estudios Superiores "Rosario Castellanos"	Profesor(a) de asignatura	Docencia
Público	Servicios educativos	Gob Federal	SEP	Escuela preescolar	Profesor(a)	Docencia
Público	Servicios educativos	Gob Federal	SEP	Secretaría de Educación Pública	Asistente técnico pedagógico	Inspección de secundarias
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Centro Universitario Chimalhuacán SUAyED	Coordinadora de licenciaturas CC y DCV	Publicaciones, publicidad, información, audios, videos, notas periodísticas
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial	Asistente técnico	Edición de libros electrónicos
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Instituto de Ingeniería	Productor(a) audiovisual	Producción audiovisual, redes sociales y página web
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México	Asistente ejecutivo	Gestión y administración de la división del SUAyED de la FCPyS
Público	Deportivos y centros recreativos	Org Autónomo	UNAM	Centro Cultural Universitario	Difusora cultural	Difusión cultural
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Gob Federal	Poder Legislativo	H. Congreso de la Unión Cámara de Diputados	Enlace parlamentario	Relación directa con medios de comunicación
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Gob Federal	SEDATU	Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano	Jefe(a) de oficina	Desarrollo organizacional, comunicación con áreas internas

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Gob Federal	SEGOB	Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas	Community manager	Gestión de redes sociales
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Gob Federal	SR E	Embajada Británica en México	Manager de contenido LATAC	Producción de contenido, diseño, edición de video, comunicación
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Org Autónomo	IECM	Instituto Electoral de la Ciudad de México	Asistente operativo de organización ele	Organización antes y durante el proceso electoral.
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Org Autónomo	INE	Instituto Nacional Electoral	Capacitador(a) asistente electoral	Capacitación a funcionarios de casilla y asistentes electorales
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Benseler	Control de calidad	
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Giant Motors Latinoamérica	Auxiliar de capacitación	Comunicación y funciones de recursos humanos
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Heraldo de México	Redactora web	Redacción en el área web del Herald; escribir noticias.
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Investigación Farmacéutica	Asociada de marca	Seguimiento a materiales promocionales, apoyo administrativo

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			La Sembradora Conservas de Oaxaca	Propietario(a)	Relaciones públicas y comunicación
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Mels	Encargado(a)	Comunicación organizacional, atención a clientes, ventas y coordinación
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Schwabe Pharma México	Analista de redes sociales	Creación de estrategias digitales y redacción de contenido.
Privado	Industrias manufactureras o de la transformación			Vanguardia en Madera	Creador de video	Creación de videos promocionales
Privado	Comercio al por mayor			Empacadora Kipi	Community manager	Manejo de redes sociales
Privado	Comercio al por mayor			Juan Valdez Café Chile	Coordinador de marketing	Gestión de redes sociales; coordinación con agencias de publicidad
Privado	Comercio al por menor			Canasta Rosa	Growth hacker	Estrategias de marketing digital
Privado	Comercio al por menor			Loly in the Sky	Content marketing	Generación de estrategias para incrementar ventas
Privado	Transporte, correos y almacenamiento			Grupo TMM Transportes y Logística	Responsable del Área de Comunicación	Comunicación interna (colaboradores) y externa (medios y clientes)
Privado	Transporte, correos y almacenamiento			Hellmann Worldwide Logistics	Marketing Communications	Redes sociales y comunicación interna
Privado	Información en medios masivos			Alfhaville Cinema	Tráfico de materiales y community manag	

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Información en medios masivos			Bengala Films Casa Productora	Coordinador de producción	Coordinación logística y administrativa en producciones audiovisuales
Privado	Información en medios masivos			Cinemex	Analista Jr.	Programación de cartelera de cines
Privado	Información en medios masivos			Geek-Laak	Redactor(a)	Redacción de notas periodísticas y creación de contenidos
Privado	Información en medios masivos			Grupo Expansión	Reportero(a)	Investigación periodística en temas de tecnología
Privado	Información en medios masivos			Grupo Imagen	Asistente de producción radiofónica	Asistencia en la producción de programas de radio a nivel nacional
Privado	Información en medios masivos			Profesional Independiente	Periodista de ciencia, freelance	Periodismo, fotografías, producción y edición de textos
Privado	Información en medios masivos			SinEmbargo MX	Editor(a)	Redacción de notas, monitoreo de medios, asignación de temas
Privado	Servicios financieros y de seguros			Consultoría financiera	Senior associate	Consultoría de comunicación y diversidad
Privado	Servicio inmobiliario y de alquiler de bienes muebles e intangibles			Inversiones Dorban SI	Subdirector(a)	Gestión de la empresa y sus activos
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			AZB Comunicación	Contact center	Monitoreo de medios electrónicos, atención a usuarios
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Accenture	Analista de gestión del cambio	Estrategia de comunicación, capacitación y manejo liderazgo

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia Dinamita	Community manager	Manejo de redes sociales y propuestas de contenido para diferentes empresas
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia de marketing	Consultora de marketing	Implementación y optimización de campañas; análisis de datos.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia de publicidad	Desarrollador de inteligencia empresarial	Estudios de contenedor y dirección
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia de publicidad	Redactor creativo senior	Creación de campañas y conceptos publicitarios para marcas
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Beker/Socialand	Analista de inteligencia	Análisis de inteligencia
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Better Management Consultoría	Manager de comunicación	Comunicación interna, relaciones públicas y consultora.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Biznex Holding	Mercadotecnia	Gestión de mercadotecnia y presupuesto
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Capptus	Performance manager	Estrategias de comunicación en medios digitales y contacto con cliente.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Comunix	Ejecutiva de relaciones públicas	Escribir para clientes, artículos y manejo de redes sociales.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Edelman México	Supervisora de cuentas	Relación con medios de comunicación, estrategias de comunicación
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Element Studios	Productor(a) audiovisual	Levantamiento y filmación de comerciales
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Empresa propia		Litigio estratégico y defensa penal
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Grupo Ontwice	Ejecutivo(a) de cuentas	Servicio al cliente
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			KTBO Agencia Creativa	Influencer marketing manager senior	Contratación de personalidades de internet para que sean imagen de clientes
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Kia Motors	Community manager	Community manager, monitoreo de medios
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Masclicks Agencia de Publicidad	Trafficker senior	Relación con el cliente, estrategias y campañas para efectividad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			McCann Worldgroup México	Copywriter	Creación de experiencias de marca y corrección de textos
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Meredith	Marketing	Brief, ventas, servicio a cliente

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Mirum Agency	Community manager	Gestión de redes sociales y elaboración de reportes de métricas
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Monitoreo y Análisis de Medios	Monitorista de medios de comunicación	Monitoreo de medios de comunicación y síntesis de notas informativas
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			MullenLowe SSP3 México	Copywriter Jr.	Elaboración y ejecución de campañas publicitarias en el área creativa
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Ogilvy	Data analyst	Análisis del performance de social media de marcas y monitoreo de redes.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			PAXZU	Community manager Jr.	Redacción de notas, manejo de redes sociales, monitoreo de medios.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Personalízame	Director(a) general	Publicidad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Porter Novelli México	Asistente de medios	Bases de datos, perfiles de medios y relaciones públicas.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Profesional Independiente	Community manager	Administración de comunidades virtuales para marcas
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Profesional Independiente	Comunicólogo independiente	Creación de contenidos audiovisuales y trabajo de oficina.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Redes Sociales	Copywriter	Redacción de textos publicitarios
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Ultimate Viewpoint	Director comercial	Responsable comercial, cotización, atención al cliente, costos, etc.
Privado	Dirección de corporativos y empresas			BCW Global Communications Agency	Ejecutivo(a) de cuentas	Comunicación corporativa
Privado	Servicios de apoyo a los negocios, manejo de desecho y servicios de remediación			Seguridad Privada CUMBRA	Gerente de comunicación	Promoción de la empresa, mantenimiento de la imagen corporativa.
Privado	Servicios de apoyo a los negocios, manejo de desecho y servicios de remediación			Servicios Administrativos GQM	Asesor técnico atención a clientes	Atención a ciudadanos para generar citas y realizar trámites
Privado	Servicios de salud			Grupo Hospitalario Dalinde San Ángel Inn	Auxiliar administrativo(a)	Relaciones comerciales
Privado	Servicios educativos			AP Latam	Asesor(a) educativo	Negociación y ventas
Privado	Servicios educativos			Casa Spanda; Instituto Universitario Amerike	Community manager y profesor	Publicación en redes, estrategias; clases de redacción
Privado	Servicios educativos			Escuela Particular EDAI	Profesor(a) de bachillerato	Impartir clases de bachillerato abierto y cursos de COMIPEMS
Privado	Servicios educativos			Universidad Iberoamericana	Coordinadora de comunicación	Creación de estrategias comunicacionales

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios educativos			Universidad del Claustro de Sor Juana	Coordinadora de evaluación	Evaluación docente
Privado	Deportivos y centros recreativos			Auditorio Nacional	Redactor(a)	Redacción, investigación, registro fotográfico.
Privado	Servicios de alojamiento temporal, de preparación de alimentos y bebidas (hotel, restaurant, bar)			Grupo Bakal Hotels Experience	Community manager	Gestión de redes sociales y elaboración de contenido para redes
Privado	Servicios de alojamiento temporal, de preparación de alimentos y bebidas (hotel, restaurant, bar)			Sal de Nayar Studio	Diseño	Edición de video
Privado	otro			Independiente	Sonido directo, edición y mantenimiento	Grabación y edición de sonido, dirección y montaje
Privado	Telecomunicaciones			AT	Business development Sr. manager	Desarrollo de nuevos productos o servicios
Privado	Telecomunicaciones			Huawei Technologies	Gerente de tienda	Administración de tienda en línea de Huawei
Social	Servicios educativos			Instituto de Posgrado en Derecho	Asesor educativo multimedia	Diseño de publicidad y campañas publicitarias en redes sociales.
Social	Asociaciones y agrupaciones			Asociación Mexicana de Transporte y Movilidad - AMTM	Community manager	Administración, gestión de redes sociales de empresa y comunicación

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Social	Asociaciones y agrupaciones			Fundación Fútbol Más	Coordinador social de barrios	Programas socio-deportivos para la transformación comunitaria

Temas importantes que los egresados consideran que faltaron en el plan de estudios

Temas
Digitales.
Capacitación en software y hardware.
Teoría.
Cosas prácticas y diseño.
Actualizaciones en general.
Cursos de locución, fotografía y edición.
Medios prácticos y tendencias del entorno laboral.
Marketing digital, métricas y herramientas de medición.
Prácticos.
Más prácticas en campo.
Periodismo y publicidad.
Más práctica, aterrizado a campañas políticas.
Comunicación de medios digitales.
Explorar más el área de publicidad y su campo laboral.
Todo con respecto a producción audiovisual.
Redes sociales.
El periodismo en medios digitales, Ceo, manejo de redes sociales.
Estadística y probabilidad, nuevas estrategias digitales para periodismo.
Redes sociales y temas digitales.
Tecnología y redes sociales.
Redes sociales digitales, actualizar, estadística e implementar práctica.
Mayor práctica profesional y poca teoría.
Herramientas web.
Edición de audio y vídeo.
Manejo de programas de diseño.
Realización de proyectos.
Análisis social y temas relacionados, ámbitos laborales, prácticas de campo.
Manejo de equipos y softwares.
Actualización teórico-metodológicos.
Materias de áreas terminales como publicidad, producción y política.
Práctica en el campo de trabajo.
Cuestión digital y formación práctica.
Actualizar el equipo de práctica en la facultad.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Temas
Software y tecnologías de información.
Aspectos prácticos de la carrera.
Nuevas tecnologías.
Abarcar reclutamiento, administración, cultura y clima organizacional.
Industrias culturales.
Temas actuales digitales.
Formación profesional y experiencia de campo.
Práctica, software especializado en producción audiovisual.
Perspectiva de género, temas laborales y autogestión.
Marketing digital, diseño como Photoshop y estadística.
Cuestiones prácticas.
Más sobre el mundo laboral real en agencias de publicidad.
Manejo de equipos de cómputo y programas de comunicación más actualizados.
Actualización e incluir redacción.
Mayor práctica.
Marketing, ciencias de la computación.
Publicidad digital, social media y actualizarse.
Temas administrativos, estadística y gestión numérica.
Producción en general (desde pre, planeación, cotizaciones, filmación).
Digitalizar, creatividad y finanzas de planes de medios, inversiones.
Manejo de software y edición de audio y video.
Actividad práctica.
Más enfocados en lo digital.
Práctica, temas de publicidad aterrizados al mercado.
Actuales temas de comunicación digital.
Menos enfoque tradicional y digitalizar, hacia redes.
Más práctica, relación con organizaciones y prácticas.
Temas de marketing digital, estrategias y temas relacionados.
Todo lo relacionado al periodismo digital.
Escritura publicitaria y diferentes áreas publicitarias.
Temas prácticos y actualizados..
Marketing digital; estrategias en redes sociales.
Enfrentar al mercado laboral, dar valor a su trabajo y práctica.
En las opciones terminales se debe trabajar correctamente con cosas alineadas.
Acercamientos técnicos actualizados.
Mercadotecnia y estadística.
Gestión de proyectos.

Temas
Herramientas de diseño, programas de visión y más de gestión de proyectos.
Más formación en marketing e innovación en la labor publicitaria.
Parte técnica, computadora, cámara; software y programas.
Vinculación con cuestión laboral y funcional.
Nuevas formas de comunicación en redes digitales.
Práctica, actualizar prácticas e infraestructura.
Digital.
Publicidad digital.
Conocimientos más actualizados.
Vincularse a la realidad actual de la carrera, sociedad y cultura.
Comunicación interna y externa empresarial/identidad empresarial.
Medios de comunicación, enfocarse al campo laboral y diseño.
Comunicación digital y práctica.
Administrativas.
Actualizar las temáticas y herramientas digitales.