

GESTIÓN DE LAS PRÁCTICAS CURRICULARES: DESARROLLO DEL PROCESO DE ADSCRIPCIÓN A LAS PLAZAS DE PRÁCTICAS MEDIANTE CONVOCATORIA POR MOODLE Y ENTREVISTA FOCALIZADA INDIVIDUAL

López Fraile, Luis Antonio¹; Nieto García, Paola²

1: Departamento de Comunicación Aplicada
Facultad de Artes y Comunicación
Universidad Europea de Madrid
C/ Tajo s/n, 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid)
e-mail: luis.lopez@uem.es, web: <http://www.uem.es>

2: Departamento de Medios, Lenguas y Sociedad Digital
Facultad de Artes y Comunicación
Universidad Europea de Madrid
C/ Tajo s/n, 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid)
e-mail: paola.nieto@uem.es, web: <http://www.uem.es>

Resumen. *El presente trabajo intenta compartir con la comunidad universitaria un proceso que ayuda a la correcta gestión de las prácticas curriculares universitarias, facilitando a su vez la óptima gestión de la asignatura “Prácticas Externas” de las áreas de conocimiento de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Protocolo, Periodismo y Traducción de la Universidad Europea de Madrid, contribuyendo a mejorar los procesos, métodos, técnicas y aspectos que la componen.*

En el presente trabajo aflora el deseo de compartir los mejores procedimientos para que los alumnos logren su rápida incorporación al mundo laboral y obtengan de forma más adecuada las competencias que se requieren en sus futuros puestos de trabajo, dotando a su actividad y a la gestión y procesos de dicha asignatura de un componente que facilite y, sobre todo, canalice adecuadamente sus intereses: la entrevista individual focalizada y el cuestionario cerrado y dirigido.

Este tipo de entrevista resulta más operativa, dentro de la complejidad analítica general de todas las entrevistas estructuradas. Claramente, mejora las posibilidades de comparabilidad y, por tanto, de integración con otras realizadas en la misma o diferente investigación, a la vez que se conserva la riqueza de información que produce el discurso espontáneo (aunque sea dirigido).

Palabras clave: Prácticas, Elección, Empleabilidad

1. INTRODUCCIÓN

La enseñanza universitaria está viviendo cambios bastante significativos, casi drásticos, durante esta última década; ya no sólo por el nuevo orden universitario que se ha generado alrededor del Espacio Europeo de Educación Superior (García, 2006), que

también, sino por las nuevas herramientas que se están empleando para ilustrar a los alumnos dentro de las aulas y hasta incluso fuera de ellas. Porque ahora mismo ya no se aprende únicamente de lo que el profesor expone dentro de su espacio físico, el aula, sino que se han generado nuevos lugares virtuales y reales donde seguir generando conocimientos, tanto teóricos como prácticos.

En la actualidad la formación, cualificación y, en definitiva, la adquisición de conocimiento, son términos concebidos por la Unión Europea como el medio para alcanzar el progreso y bienestar del individuo y, partiendo de la relevancia asignada al ámbito universitario como motor de desarrollo económico (Lisboa, 2000) junto con otros aspectos propios de la reforma que se mostrarán más adelante, esta comunicación presenta los ejes vertebrales sobre los que se asentará el nuevo escenario de la educación superior en Europa y, dentro de ella, el estudio se concretará en la asignatura Prácticas Externas de las áreas de conocimiento de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Protocolo, Periodismo y Traducción de la Universidad Europea de Madrid, para indagar sobre su correcta adecuación a los criterios de personalización e individualidad de cada estudiante, premisas básicas del Espacio Europeo de Educación Superior y comprobar si la técnica utilizada puede velar porque todos estos procesos se realicen de una manera más efectiva, lógica y coherente.

La enseñanza universitaria vive una constante transformación también gracias a las TIC, ya que son nuevos protagonistas de todos estos los procesos de enseñanza y aprendizaje y han generado mudanzas trascendentales en la Sociedad del Conocimiento (Tubella y Villaseca, 2005). Tanto es así que el alumno, el profesor, la universidad y la empresa, todos por igual, se han convertido en prescriptores y generadores de información, por lo que la implicación de todos los actores resulta vital a la hora de protagonizar cualquier proyecto y cambio educativo al que se quiera dotar de máxima calidad (Roebuck, 2011).

Alvin Toffler o McLuhan, por ejemplo, ya predijeron en su momento que existiría un nuevo rol por parte de las personas implicadas en procesos involucrados en la prescripción, en el diseño y en la elaboración de nuevos productos o servicios en sociedades futuras. El ámbito educativo no iba a ser menos en asumir todas estas transformaciones (Toffler, 1984) y la comunicación educativa se ha transformado de vertical a horizontal y la tecnología y la comunicación directa tutor/estudiante tienen mucho que ver en toda esta evolución, donde alumnos, profesores, universidad y empresa también se han convertido en prosumidores.

Todo este argumentario da cuenta de cómo está la situación educativa universitaria en general, pero aún tiene mucho más protagonismo y relevancia si se aplica al sector educativo en el ámbito de la comunicación en las ramas de conocimiento de la Publicidad, la Comunicación Audiovisual, el Protocolo, el Periodismo y la Traducción. Por todo ello, en este momento, el comunicador tiene ante sí una realidad próspera desde el punto de vista laboral y de conocimiento.

Para hacer frente a las nuevas realidades expuestas, esta experiencia pretende presentar la descripción, creación, desarrollo y revisión a posteriori de una herramienta capaz de gestionar la adscripción de las prácticas de las áreas de conocimiento de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Protocolo, Periodismo y Traducción de la Universidad

Europea de Madrid, que puede ser, además, un buen banco de pruebas para implantarlo en el resto de áreas de conocimiento de dicha Universidad o de otras Universidades.

2. OBJETIVO

Las prácticas obligatorias tienen como origen motivador la búsqueda de la empleabilidad del alumno, una vez que éste haya finalizado sus estudios universitarios.

La convergencia de la educación superior en Europa tiene una corta pero intensa vida de algo más de diez años, durante los cuales las autoridades gubernativas de la Unión Europea han estructurado y replanteado las bases de lo que debía ser la moderna política universitaria, apoyándolo en un modelo único, con criterios unificados y homogéneos e interdependientes, que a fecha de hoy todavía se está terminando de desarrollar.

No podemos olvidar que las prácticas externas de los grados adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior en nuestro país y, en lo que a esta comunicación se refiere en el ámbito concreto de la Universidad Europea de Madrid, deben buscar aumentar en lo máximo posible las posibilidades de éxito en la búsqueda de empleo de nuestros estudiantes, y esto obliga a una convergencia y a una armonización en las estructuras universitarias, y a la puesta en marcha de técnicas y herramientas, tanto tecnológicas como clásicas, que ayuden a este loable fin. De hecho, el uso de la tecnología y de herramientas de comunicación alumno/profesor da apoyo a la correcta gestión de las prácticas externas en el Espacio Europeo de Educación Superior.

La entrevista focalizada personalizable e individualizada, apoyándose en la tecnología, puede facilitar la comunicación y, con ello, la correcta puesta en marcha de los procesos de la asignatura “Prácticas Externas” y ayudar al estudiante, a la empresa, a la universidad y al profesor a gestionar mejor el conocimiento sobre el alumno que esté realizando prácticas.

Por lo tanto, podemos definir como objetivos del proceso descrito en la Metodología de esta comunicación, aquellos que tienen que ver con los de, en un primer momento, observar cómo la asignatura Prácticas Externas de las áreas de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Protocolo, Periodismo y Traducción de la UEM se adecúan correctamente al Proceso de Bolonia y a sus objetivos, poniendo para ello en marcha una metodología innovadora consistente en la realización de un proceso de adscripción a las plazas de prácticas basado tanto en comunicación mediante herramientas tecnológicas (Moodle) como mediante herramientas de corte tradicional (entrevista focalizada), mediante las cuales se intentará mejorar los procesos y los resultados de las Prácticas Externas de los alumnos.

El objetivo que subyace no es otro que el de ayudar al alumno, a la empresa, a la universidad y al profesorado a conectarse entre ellos y hacer fluir mejor el conocimiento sobre la acción de seguimiento de las Prácticas Profesionales.

Lo que se pretende es establecer criterios y mecanismos para facilitar la adopción de un sistema comparable en todas las titulaciones universitarias, el establecimiento de objetivos comunes y el refuerzo de todo aquello que se necesita para hacer a la

Universidad Europea más atractiva y competitiva. Es decir, su finalidad es generar un espacio que, partiendo de la búsqueda de elementos comunes, la reflexión, el respeto a la multiculturalidad, y mediante el intercambio global de información entre los agentes e instituciones implicados, defina las bases que construyan la asignatura Prácticas Externas de la Universidad Europea como un concepto de presente y de futuro.

Por tanto, se tendrán en cuenta los siguientes parámetros:

- Respeto a la diversidad educativa y cultural de los alumnos
- Fomento de la competitividad en el ámbito de las Prácticas Externas
- Adopción de un sistema asumible por parte de todas las titulaciones de Grado en la Universidad Europea
- Promoción de la calidad y la excelencia como valores de la educación superior en la Universidad Europea de Madrid.

3. METODOLOGÍA

La investigación se ha desarrollado durante el curso académico 2013-2014 con los alumnos de las áreas de conocimiento de Publicidad, Comunicación Audiovisual, Protocolo, Periodismo y Traducción.

Nuestro estudio ha sido elaborado con datos obtenidos a partir de sujetos matriculados en la asignatura Prácticas Externas, haciendo uso de diferentes métodos, que, conjugados, nos han permitido tener una perspectiva mucho más concreta de las inquietudes e intereses de los interesados.

Como primer acercamiento a los estudiantes, se ha utilizado la plataforma de aprendizaje Moodle para informarles de la posibilidad de mantener reuniones con su Coordinador de cara a tener información precisa y focalizar sus intereses. Igualmente, en el caso de la titulación simple de Traducción y la doble de Relaciones Internacionales y Traducción, se ha informado en el aula de la pertinencia de participar en estas reuniones como una forma de estructurar su primera experiencia profesional.

Con esta posibilidad en la mano, los estudiantes han concertado citas con su Coordinador para realizar una entrevista, entendida esta como una conversación de carácter formal con un objetivo diferente al de una mera conversación y en la que el entrevistador pretende conseguir cierta información del entrevistado. (Rodríguez Gómez et alri 1996, Ander-Egg, 1987; Goetz y LeCompte, 1986). El encuentro permite obtener tanto información verbal como información escrita sujeta a ser procesada gracias al empleo de un cuestionario con preguntas cerradas y, en menor número, abiertas, (Bisquerra, 1989) cuyo análisis permite agilizar la búsqueda de las Prácticas deseadas e idóneas en cada caso. Se ha optado por esta tipología de cuestionario para optimizar el procesamiento de la información recibida de la forma más exhaustiva posible sin que este análisis se viera menoscabado por el amplio número de estudiantes de algunas de las titulaciones. Igualmente, para cada rama de las titulaciones coordinadas hemos creído pertinente confeccionar un cuestionario diferente que agilizará, por un lado, su cumplimentación por parte de los alumnos y, por otro, la gestión de la información recibida por parte del interlocutor adecuado, en este caso el Coordinador de prácticas.

La tabla 1 muestra los cuestionarios de recopilación de datos utilizados:

<p align="center">CUESTIONARIO ENTREVISTA PRÁCTICAS EXTERNAS</p> <p align="center">POR FAVOR, MARCA LA OPCIÓN QUE SE AJUSTA A TU SITUACIÓN O TUS PREFERENCIAS E INDÍCANOS TUS INTERESES EN LA ÚLTIMA CUESTIÓN.</p> <p>NOMBRE Y NÚMERO DE EXPEDIENTE:</p> <p>TITULACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Traducción y Comunicación Intercultural</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Relaciones Internacionales y Traducción</p> <p>CURSO ACADÉMICO:</p> <p><input type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/> 4°</p> <p>TRIMESTRE DE MATRICULACIÓN DE LAS PRÁCTICAS:</p> <p><input type="checkbox"/> T1 <input type="checkbox"/> T2 <input type="checkbox"/> T3</p> <p>HORARIO DE PREFERENCIA DE LAS PRÁCTICAS</p> <p><input type="checkbox"/> Mañana</p> <p><input type="checkbox"/> Tarde</p> <p><input type="checkbox"/> No presenciales</p> <p>EN CASO DE PODER ELEGIR CIERTO NIVEL DE NO PRESENCIALIDAD, SEÑALA EL QUE SE AJUSTA MÁS A TUS NECESIDADES</p> <p><input type="checkbox"/> 100% <input type="checkbox"/> 80% <input type="checkbox"/> 50%</p> <p>DENTRO DE LAS DISCIPLINAS TRATADAS EN TU TITULACIÓN, ¿EN QUÉ SECTOR DESEAS REALIZAR TU PERIODO DE PRÁCTICAS? ORDENA TUS OPCIONES SEGÚN TUS INTERESES.</p> <p>1.-</p> <p>2.-</p> <p>3.-</p> <p>¡MUCHAS GRACIAS Y BIENVENIDO AL MUNDO PROFESIONAL!</p>	<p align="center">CUESTIONARIO ENTREVISTA PRÁCTICAS EXTERNAS</p> <p align="center">POR FAVOR, MARCA LA OPCIÓN QUE SE AJUSTA A TU SITUACIÓN O TUS PREFERENCIAS E INDÍCANOS TUS INTERESES EN LA ÚLTIMA CUESTIÓN.</p> <p>NOMBRE Y NÚMERO DE EXPEDIENTE:</p> <p>TITULACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Publicitaria</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Periodismo</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Publicitaria y Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia y Grado en Periodismo</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Publicitaria y Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia y Grado en Periodismo</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia y Grado en Dirección y Creación de Empresas</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Protocolo y Organización de Eventos</p> <p><input type="checkbox"/> Grado en Comunicación Audiovisual y Multimedia y Grado en Artes Escénicas</p> <p>CURSO ACADÉMICO:</p> <p><input type="checkbox"/> 3° <input type="checkbox"/> 4°</p> <p>TRIMESTRE DE MATRICULACIÓN DE LAS PRÁCTICAS:</p> <p><input type="checkbox"/> T1 <input type="checkbox"/> T2 <input type="checkbox"/> T3</p> <p>HORARIO DE PREFERENCIA DE LAS PRÁCTICAS</p> <p><input type="checkbox"/> Mañana <input type="checkbox"/> Tarde</p> <p>DENTRO DE LAS DISCIPLINAS TRATADAS EN TU TITULACIÓN, ¿EN QUÉ SECTOR DESEAS REALIZAR TU PERIODO DE PRÁCTICAS? ORDENA TUS OPCIONES SEGÚN TUS INTERESES.</p> <p>1.-</p> <p>2.-</p> <p>3.-</p>
--	--

	¡MUCHAS GRACIAS Y BIENVENIDO AL MUNDO PROFESIONAL!
--	---

Tabla 1: Cuestionarios entrevistas individuales para personalizar las Prácticas Externas

Una vez obtenidos los datos pertinentes, la información se integra en una base de datos personal de cada Coordinador en la que se da prioridad al área de especialidad seleccionada por el alumno y, además, al curso académico y trimestre elegido para la matriculación de la asignatura. En función de esta base de datos, estamos en disposición de informar selectivamente a los alumnos interesados de la publicación de una oferta de prácticas que se adapta a las preferencias indicadas y que, sin duda alguna, supondrá una mayor implicación por parte del alumno en el aprovechamiento de las mismas.

4. RESULTADOS

Los alumnos han valorado muy positivamente la dinámica introducida en la asignatura. Además, con la finalidad de disponer de datos objetivos en la valoración de la experiencia, hemos analizado las encuestas de satisfacción para estudiantes que proporciona el Gabinete de Orientación al Empleo en cuanto a los ítems relacionados con la atención recibida por el tutor de la universidad y la satisfacción global con las prácticas. La figura 1 muestra los resultados obtenidos en los 19 cuestionarios de los que disponemos en este momento del presente curso académico 2013-2014, siendo 5 la calificación más alta posible:

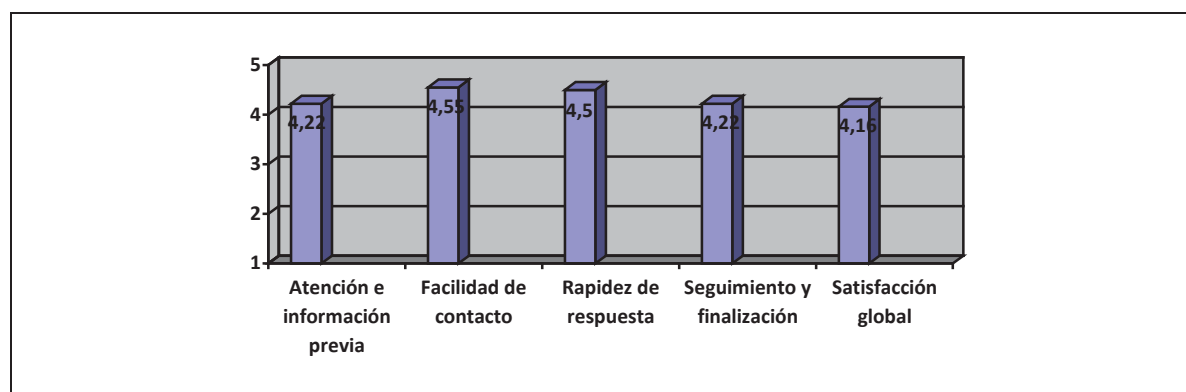


Figura 1: Análisis de los cuestionarios de satisfacción cumplimentados por los alumnos

Como se desprende de la figura 1, el grado de satisfacción manifestado por los alumnos califica el procedimiento como muy satisfactorio. No obstante, y considerando la calificación obtenida en el último de los ítems presentados (*Satisfacción global con la experiencia de las prácticas* = 4,16), hemos solicitado a aquellos sujetos que han otorgado a este punto una calificación de 3 que nos detallaran la razón de esta calificación puesto que se trataba de unas prácticas en el sector elegido por ellos. La mayoría de las respuestas apuntaban a unas expectativas previas no realistas o a problemas en el entorno laboral.

5. CONCLUSIONES

La implantación de la experiencia y los primeros resultados obtenidos nos llevan a las siguientes conclusiones:

- La innovación presentada contribuye claramente a mejorar la satisfacción de los alumnos con su periodo de prácticas curriculares, facilitando su inserción a la plaza mediante el aumento de la afinidad a la misma al tener en cuenta sus preferencias, con la lógica limitación de la oferta existente, lo que se traduce en una valoración muy positiva que se ha podido constatar en las encuestas recabadas.
- La entrevista que tiene lugar entre el Coordinador de Prácticas y el alumno propicia un clima de tranquilidad ante el primer paso a la inserción laboral de los estudiantes de las diferentes titulaciones motivo de estudio.
- El cuestionario utilizado como herramienta de recopilación de datos agiliza el análisis de los mismos que, a su vez, permiten dar un tratamiento personalizado a las inquietudes y preferencias mostradas por los alumnos.
- La satisfacción mostrada por los tutores de las empresas también ha aumentado debido a que los candidatos que reciben muestran un mayor interés por el desarrollo de las tareas propias del puesto ofertado.

REFERENCIAS

Ander-Egg. (1987). Técnicas de investigación social. El Ateneo: México.

Bauman, Z. (2001). La globalización: consecuencias humanas, Fondo de Cultura Económica: México.

Bisquerra, R. (1989). Métodos de investigación educativa: Guía práctica. CEAC: Barcelona.

García, J.A. (2006). ¿Qué es el EEES? El reto de Bolonia. Preguntas y respuestas. Universitat de Barcelona: Barcelona. Pág. 33.

Goetz, J. P. y LeCompte, M. D. (1988). Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa. Morata: Madrid.

Lavilla, D. y Mesonero, R. (2011), Realidad y ficción. Desde la autopercepción a la sociabilización tecnológica: discurrir histórico. REVISTA DE LA SEECI. Nº 22. Julio. Año XIII. Pág. 16-29.

Lisboa (2000) Consejo Europeo de Lisboa (Estrategia de Lisboa). Conclusiones de la Presidencia. Lisboa. 23 y 24 de marzo de 2000. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm.

Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (1996). Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe: Málaga.

Roebuck, K. (2011). *Crowdsourcing: High-Impact Strategies - What You Need to Know: Definitions, Adoptions, Impact, Benefits, Maturity, Vendors*. Emereo Pty Limited: Australia.

Sanz, F. (2006): “La mercantilización de la educación como escenario mundial del Espacio Europeo de Educación Superior”, en *Educación XXI*, número 9, págs. 5-76.

Shulman, L. S. (1998) *Theory, practice, and the education of professionals*. *The Elementary School Journal*, 98 (5).

Toffler, A. (1996) “La creación de una nueva civilización: la política de la tercera ola”. Plaza & Janes. Barcelona.

Tubella, I. y Villaseca, J. (2005). *Sociedad del conocimiento. Cómo cambia el mundo ante nuestros ojos*. UOC: Barcelona

Vázquez, F.J. (2007) *Modernas estrategias para la enseñanza*. Tomo I. Edit. Euro México. México.