



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

FES Acatlán
Comunicación
Nivel licenciatura

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 considera 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 237 alumnos que cursaron la carrera de Comunicación en la FES Acatlán, 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 Comunicación de la FES Acatlán que contaban con datos para su localización.

Procedimiento de muestreo

Aleatorio simple con reposición por carrera.

Tamaño de la muestra

Quedó conformada por 73 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



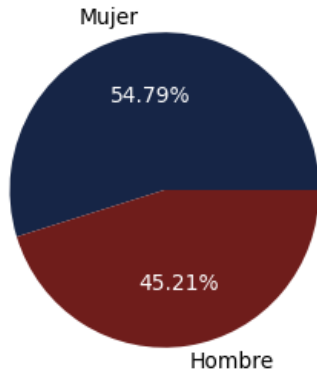
FES Acatlán

Marco Muestral: 237

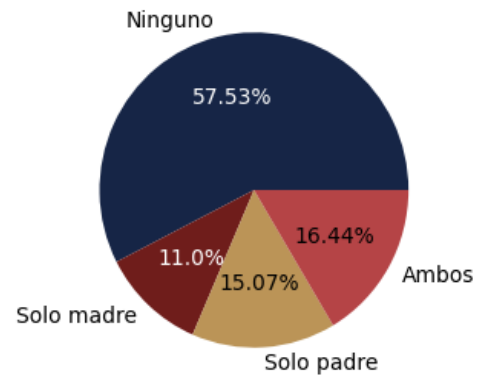
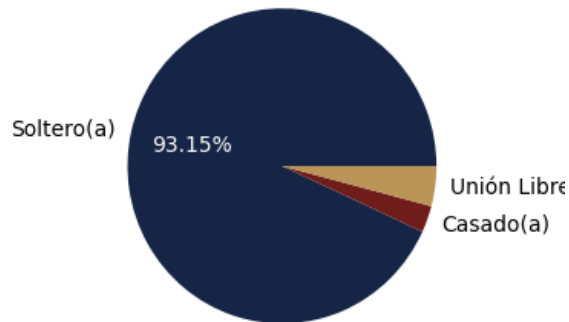
Comunicación

Muestra: 73

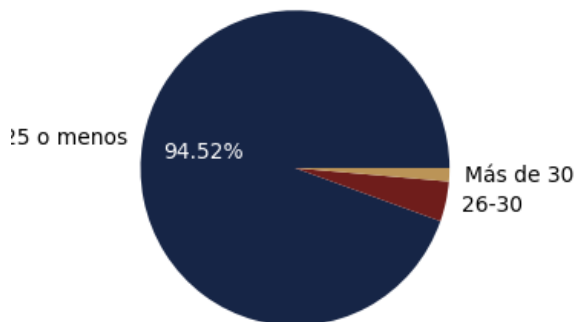
Datos sociodemográficos



El **57.5%** son la primera generación de profesionistas en su familia



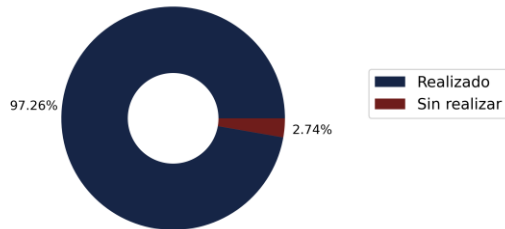
El **60.0%** se casó con otro profesionista



El **8.2%** tiene hijos

Antecedentes académicos

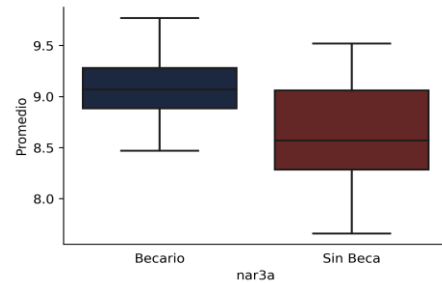
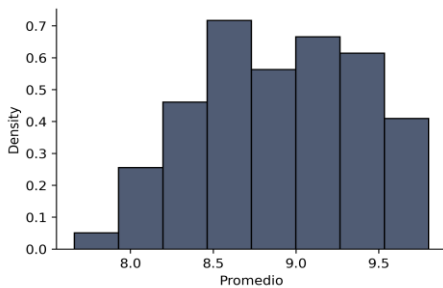
Proporción Estatus del Servicio Social



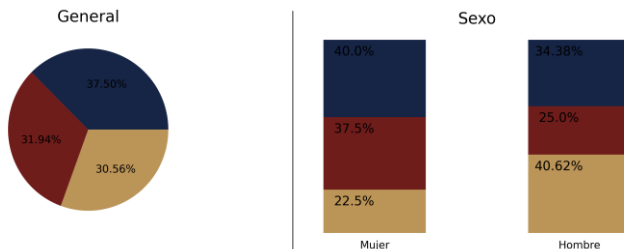
El **97.3%** ya realizó su servicio social.

La media del promedio es de **8.9**.

El **64.4%** fueron becarios durante la licenciatura.



Titulado, En trámites, No titulado



Tiempo para titularse

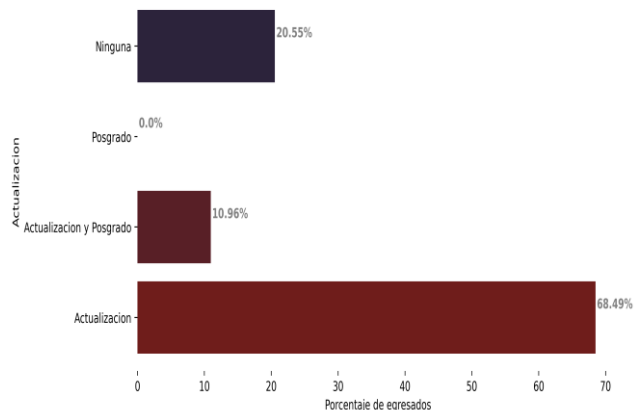
70.4% Un año.

29.6% Dos años.

0.0% Tres o más años.

Formación académica después de la licenciatura

Después de tres años de haber concluido sus estudios de licenciatura el **79.5%** de los egresados han continuado su formación académica.



Situación laboral actual

El **95.9%** de los egresados pertenece al PEA (Población Económicamente Activa).

- El **95.0%** de las mujeres
- El **97.0%** de los hombres

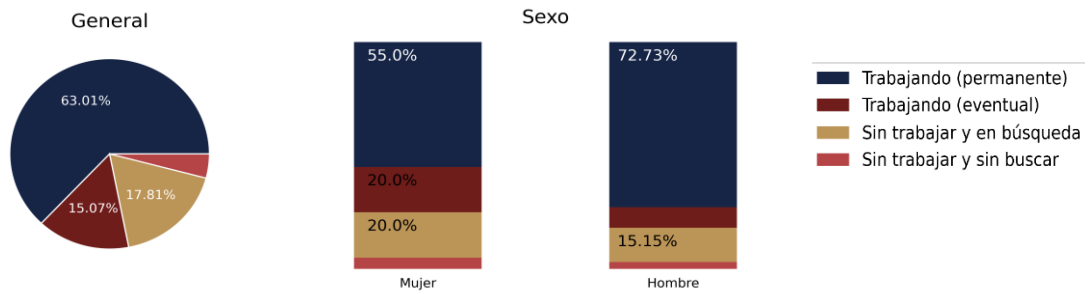
98.2% Señala que su trabajo está “muy y medianamente” relacionado con su profesión.

84.2% trabaja en el sector privado.

89.5% trabaja tiempo completo.

84.2% están satisfechos o muy satisfecho con su trabajo.

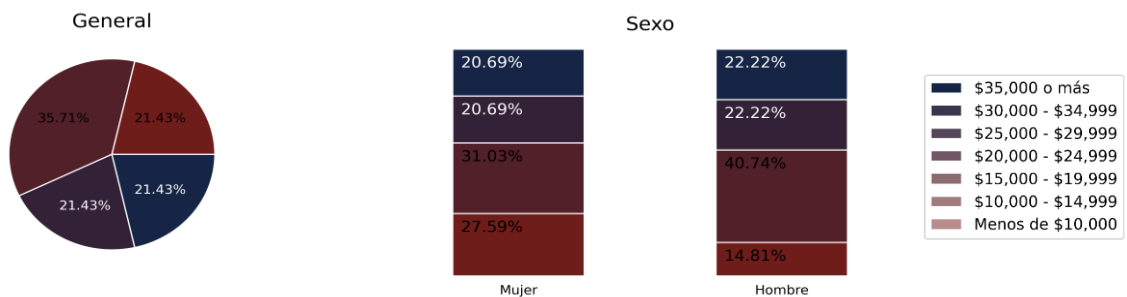
59.6% considera que su preparación para el trabajo fue “muy buena”.



Ingresos mensuales

La media de los ingresos es de \$14,873

- Mujeres \$13,316
- Hombres \$15,185

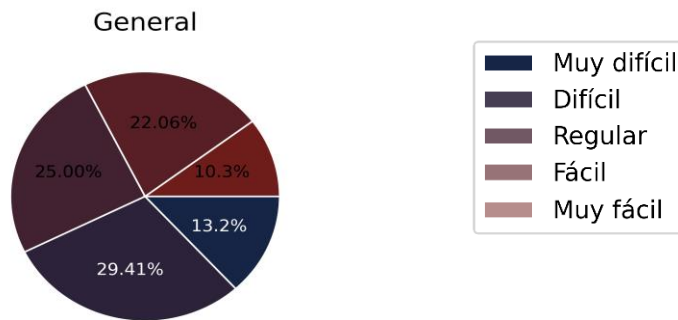


Transición de la Universidad al trabajo

Dificultad para la incorporación al campo laboral

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

- El **30.1%** lo encontró en seis meses o menos.
- El **42.3%** no ha dejado de trabajar desde que egreso.



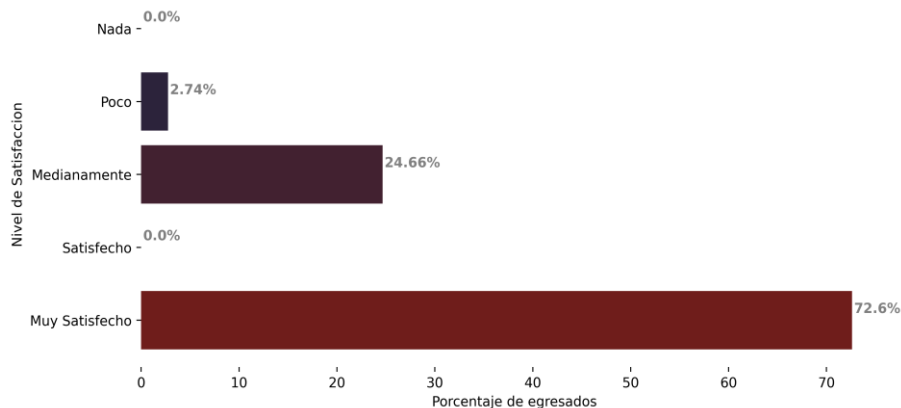
Satisfacción con la Institución

El **78.1%** considera que la docencia fue buena o excelente.

El **57.5%** estudiaría la misma carrera.

El **98.6%** volvería a estudiar en la misma escuela o facultad.

El **98.6%** volvería a estudiar en la UNAM.





RESUMEN DESCRIPTIVO



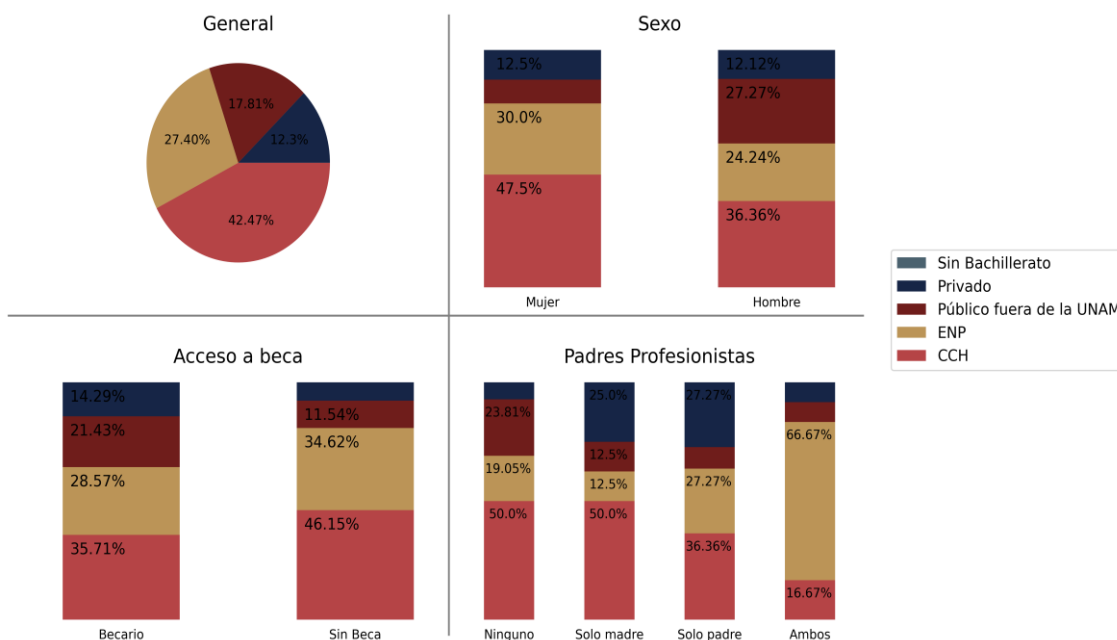
Resumen descriptivo

Perfil de los egresados que contestaron la encuesta

El 54.8% son mujeres y el 45.2% hombres; el promedio de edad es de 28 años; el 93.2% son solteros y el 6.8% casados, de ellos, el 60.0% se casó con otro profesionista y el 8.2% tiene hijos. 57.5% son la primera generación de profesionales en su familia.

El 17.8% de los egresados que contestaron la encuesta realizó sus estudios de bachillerato en otras instituciones públicas, el 12.3% en instituciones privadas y el 69.9% lo hicieron en la UNAM, 27.4% en la ENP y 42.5% en el CCH.

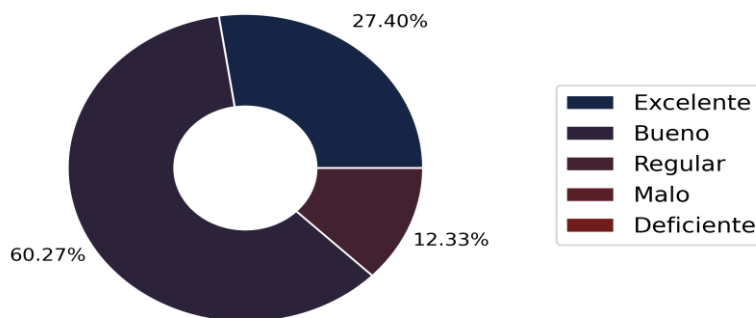
Gráfica. Bachillerato de los egresados por sexo, acceso a becas y padres profesionistas



Desempeño académico de los egresados durante sus estudios de licenciatura

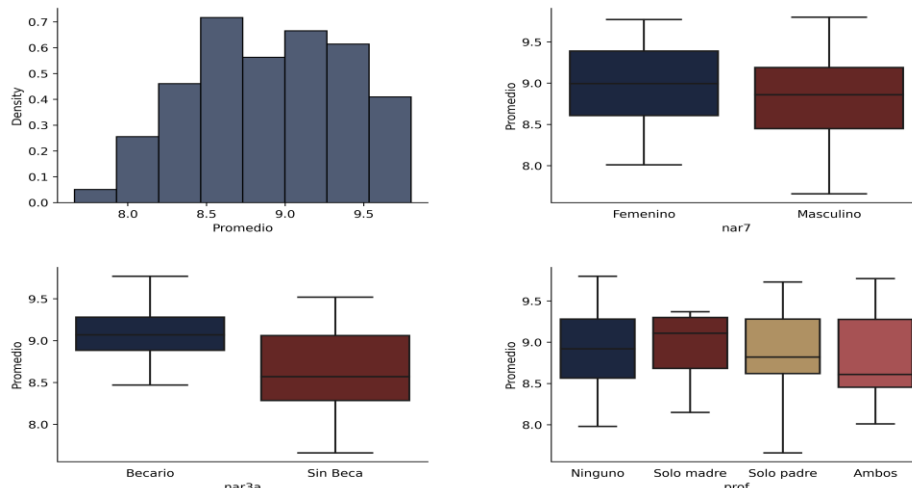
El 43.8% tenía 19 años o menos cuando ingresó a la licenciatura, es decir, cursaron los niveles educativos previos en forma regular, 46.6% tenía entre 20 y 21 años y el 9.6% 22 años o más. El 64.4% de los egresados de la muestra estuvieron becados durante el estudio de la licenciatura.

Gráfica. Desempeño académico durante la carrera



El promedio de las calificaciones obtenidas en la licenciatura es de 8.9. El 39.7% 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 97.3% ya realizó el servicio social, el 37.0% ya se tituló, el 31.5% está llevando a cabo los trámites necesarios para hacerlo y el 30.1% no se ha titulado. De los titulados el 70.4% 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	17.4 %
Tiene obligaciones familiares	2.2 %
Trámites engorrosos	41.3 %
No concluir la tesis	6.5 %
Falta de Interés	4.3 %
Problemas económicos	2.2 %
Diplomado	2.2 %
Debido a la pandemia	15.2 %

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

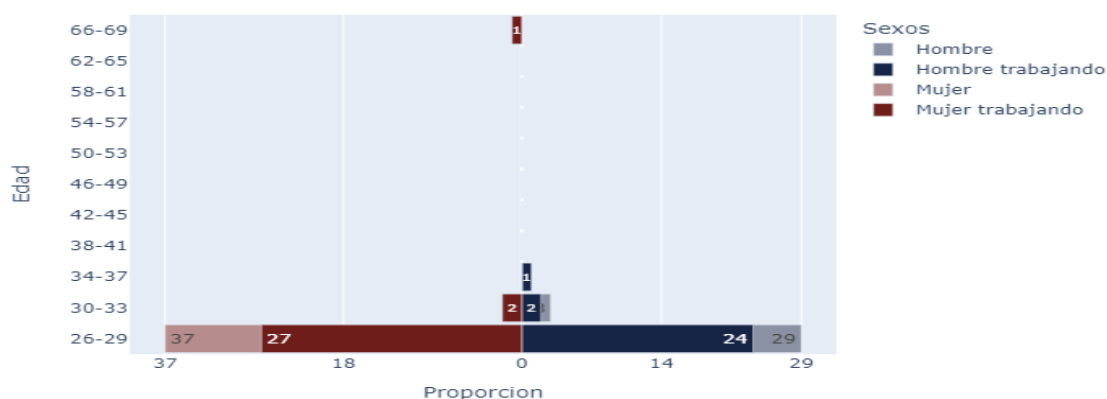
El 78.1% de los encuestados está trabajando y el 17.8% está buscando trabajo, es decir, el 95.9% participa en la actividad económica del país y el 4.1% restante no lo hace por condiciones personales. Se observan diferencias por sexo, aunque no significativas tanto en el porcentaje de egresados que están incorporados a la fuerza laboral, 75.0% de las mujeres y 81.8% de los hombres, como en la proporción de los que están buscando empleo 20.0% de las mujeres y 15.2% de los hombres. (Tabla 2)

Tabla 2. Situación laboral actual por sexo

	Si Trabaja	Desempleado	Sin buscar	Total
Masculino	81.8%	15.2%	3.0%	100%
Femenino	75.0%	20.0%	5.0%	100%
Total	78.1%	17.8%	4.1%	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 (25.6%), estudios (16.3%), perdió o dejó su trabajo (16.3%), ofertas poco atractivas con relación a las actividades profesionales (7.0%), derivado de la pandemia (7.0%) y falta de competencias (4.7%).

El 4.1% de los egresados que actualmente no están en el mercado laboral, están ocupados realizando otras actividades, principalmente estudiar (9.6%).

Del total de los egresados que están empleados, el 1.4% no tienen un trabajo que está relacionado con su profesión.

El 84.2% trabaja en el sector privado, de ellos, el 8.3% en autoempleo, el 89.6% como empleado y el 2.1% como socio o propietario. (Tabla 3)

Tabla 3. Sector donde trabajan los egresados

	Sector público	Sector Privado	Sector social	Total
Empleado	100.0%	89.6%	50.0%	100%
Profesional independiente	0.0%	8.3%	50.0%	100%
Socio o propietario	0.0%	2.1%	0.0%	100%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100%

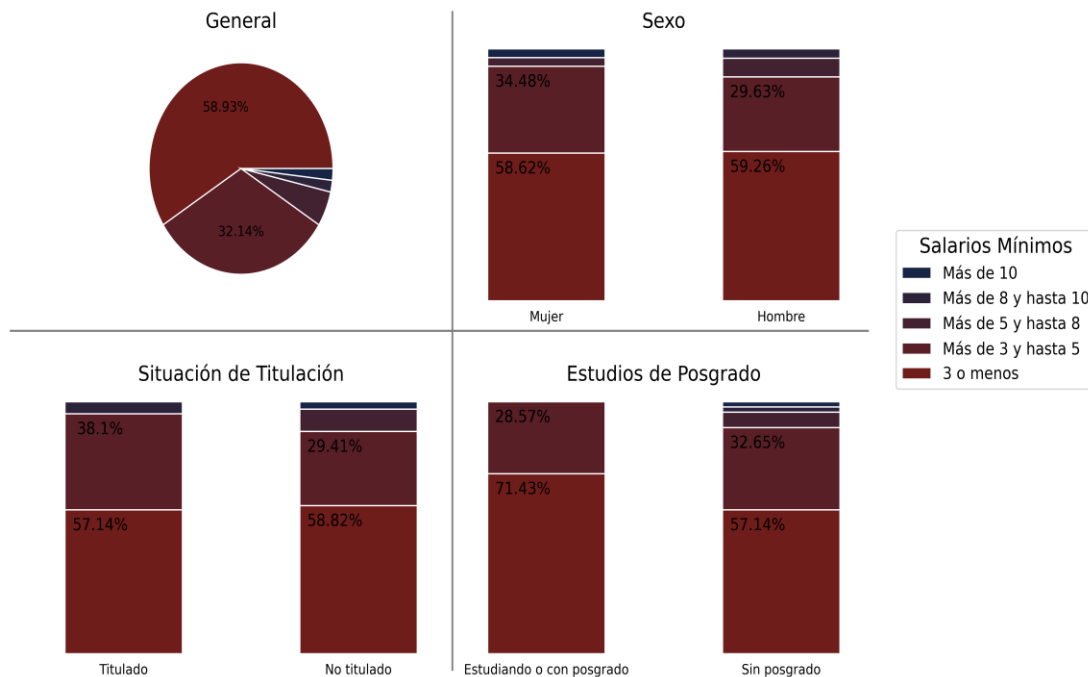
Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Las ramas económicas donde trabajan los egresados son: servicios profesionales, científicos y técnicos (28.1%), información en medios masivos (17.5%), servicios educativos (14.0%) y comercio al por menor (7.0%). Con respecto a la dedicación al trabajo, el 89.5% laboran tiempo completo.

Ingresos

La media de los ingresos de los egresados que trabajan tiempo completo es de \$14,873 mientras que la media de quienes trabajan medio tiempo es de \$8,750. En promedio los hombres tienen ingresos de \$15,185 y las mujeres de \$13,316.

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

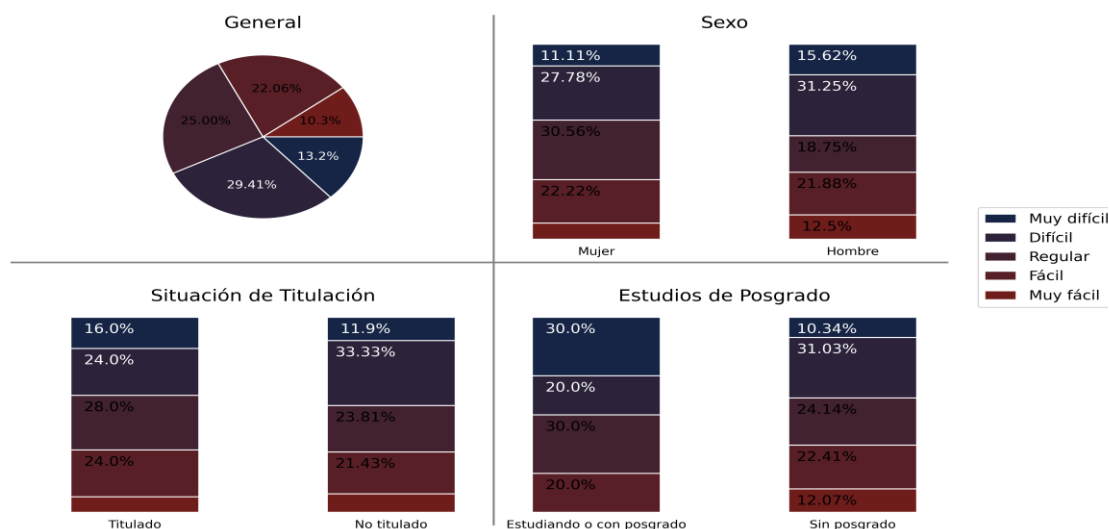


Transición de la Universidad al mercado laboral

El 53.4% considera que su incorporación al mercado laboral del campo ocupacional fue entre fácil y medianamente fácil. Del 67.1 % que lo encontró después de egresar, el 81.6 % 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: en la bolsa de trabajo de la UNAM (32.4%), recomendación de amigos (32.4%), internet (19.1%), prácticas profesionales (5.9%) y por relaciones en el servicio social (2.9%).

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 42.3% nunca ha dejado de trabajar, el 21.9% no ha trabajado o ha dejado de trabajar por motivos personales y el 56.2% restante ha estado desempleado por diferentes periodos de tiempo, el 68.3% de estos señala que ha sido por menos de un año y el 31.7% por más de un año. Los motivos más importantes que señalan los egresados son: falta de ofertas de trabajo (25.6%), estudios (16.3%), perdió o dejó su trabajo (16.3%), ofertas poco atractivas con relación a las actividades profesionales (7.0%), derivado de la pandemia (7.0%) y falta de competencias (4.7%).

Actividades académicas que han realizado después de egresar de la licenciatura

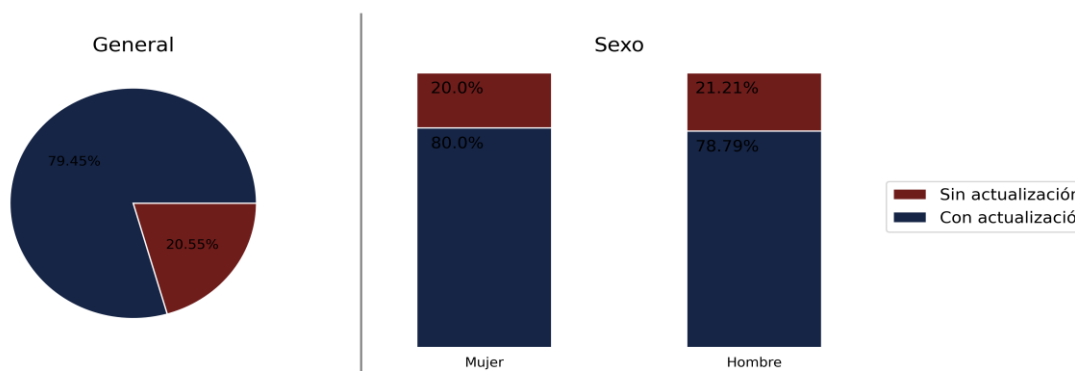
Después de terminar sus estudios de licenciatura, el 79.5% de los egresados han fortalecido su formación académica, ya sea a través de cursos de actualización y/o estudios de posgrado. (Tabla 4)

Tabla 4. Formación académica después de la licenciatura

	Femenino	Masculino	Total
Actualización	70.0%	66.7%	68.5%
Posgrado	0.0%	0.0%	0.0%
Posgrado y actualización	10.0%	12.1%	11.0%
Ninguna Actividad	20.0%	21.2%	20.5%

El 79.5% de los egresados se ha actualizado a través de diferentes modalidades de educación continua. El 41.4% afirma que lo hace semestral o anualmente; en el trabajo (20.7%), en instituciones privadas (43.1%) y en la UNAM (72.4%). Del total de la muestra, el 11.0% tiene o está realizando estudios de posgrado. De ellos el 25.0% de especialización, el 75.0% de maestría y ninguno de doctorado.

Gráfica. Actividades formales de actualización



La proporción por sexo de egresados que tienen estudios de posgrado es de 12.1% de los hombres y 10.0% de las mujeres. Las razones más frecuentemente señaladas por los egresados para realizar estudios de posgrado son: nivel más alto en el trabajo (5.5%), interés en profundizar en la disciplina (2.7%), interés por la investigación (1.4%) y otro (1.4%).

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	90.4 %	94.5 %
Expresar por escrito opiniones o ideas en forma clara y precisa	93.2 %	93.2 %
Analizar ideas críticamente	94.5 %	91.8 %
Aprender en forma independiente	86.3 %	86.3 %
Actuar en el ámbito laboral conforme a la ética profesional	80.8 %	89.0 %
Resolver problemas	80.8 %	94.5 %
Desarrollo una actitud de liderazgo	63.0 %	82.2 %
Usar modelos y/o métodos matemáticos para analizar datos	23.3 %	39.7 %
Formular argumentos lógicos	82.2 %	84.9 %
Trabajar en colaboración con otras personas	86.3 %	90.4 %
Formular ideas o pensamientos originales o innovadores	82.2 %	91.8 %

Dominio de otros idiomas durante la formación profesional

El 86.3% dice que adquirió o mejoró su dominio del inglés durante sus estudios de licenciatura; de estos, el 74.6% en la UNAM, el 7.9% en una institución externa y por autoaprendizaje el 17.5%.

El 25.4% señala tener un dominio entre intermedio y avanzado en las cuatro habilidades

Grado de dominio del inglés en las cuatro habilidades:

*** Comprensión auditiva**

El 43.8% de los egresados señala tener un nivel básico, 21.9% intermedio y 2.7% avanzado.

*** Expresión oral**

El 43.8% de los egresados señala tener un nivel básico, 21.9% intermedio y 2.7% avanzado.

*** Comprensión de lectura**

El 43.8% de los egresados señala tener un nivel básico, 21.9% intermedio y 2.7% avanzado.

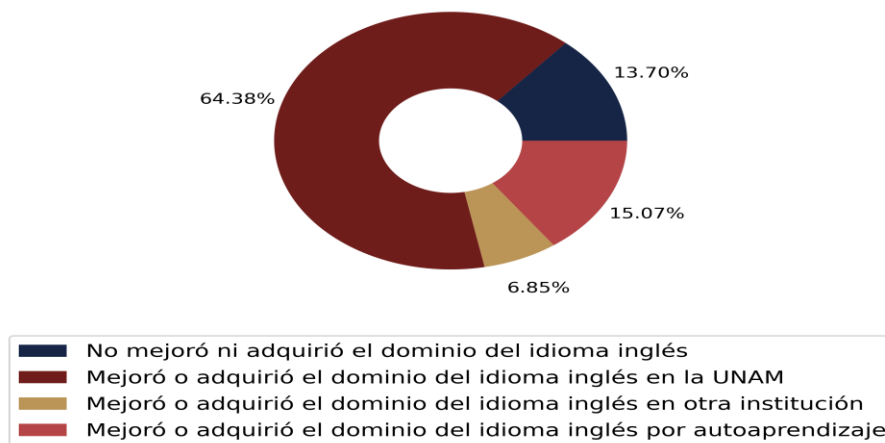
*** Expresión escrita**

El 45.2% de los egresados señala tener un nivel básico, 20.5% intermedio y 2.7% avanzado.

El 68.5% 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 60.3% dice haber mejorado su dominio del inglés, el 60.3% del inglés y otro idioma, el 8.2% solo de otro idioma diferente al inglés y el 60.3% de ningún idioma extranjero.

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

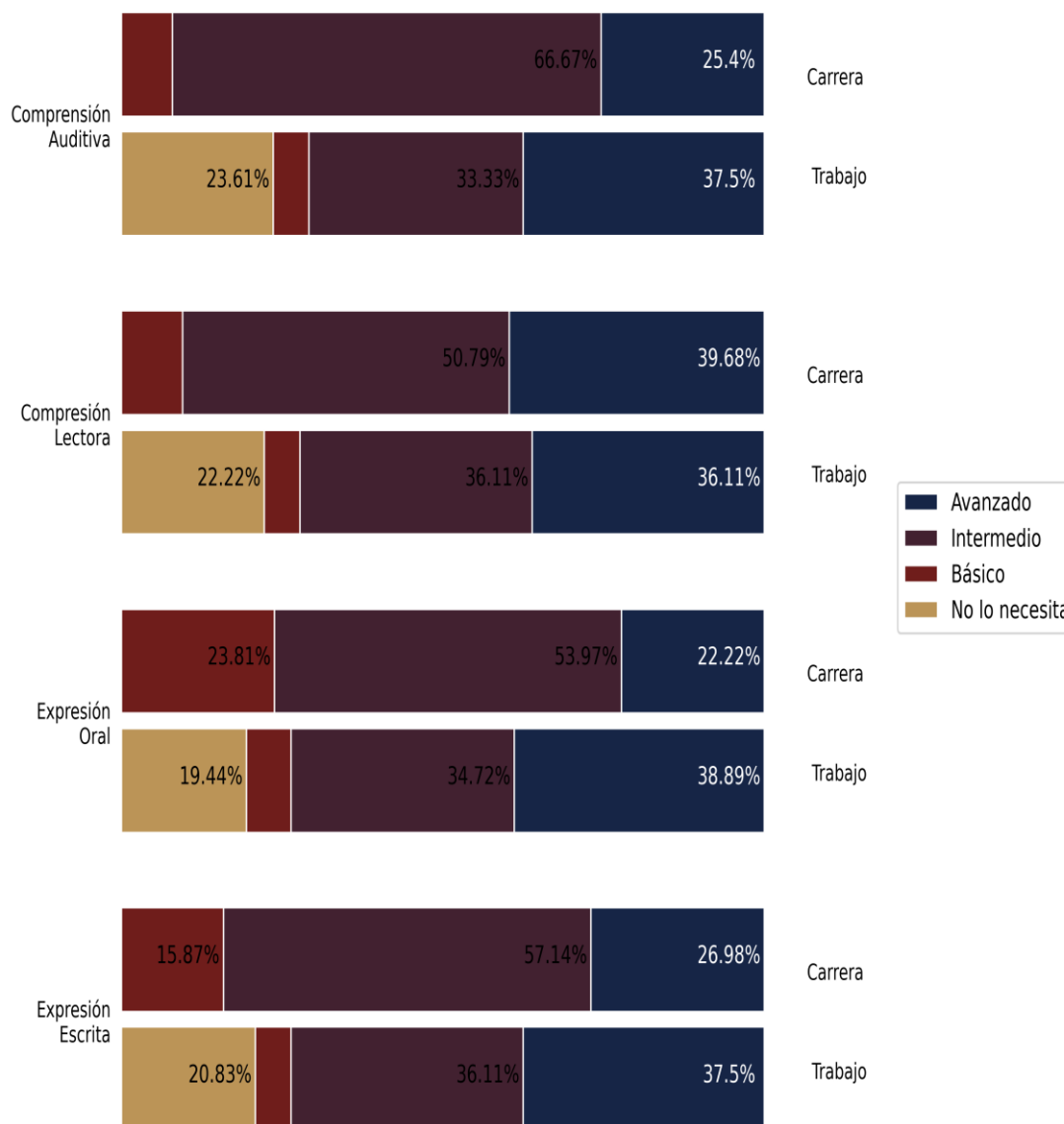
Aprendizaje del idioma inglés durante la carrera



Con relación al grado de dominio del idioma inglés requerido para el trabajo el 17.8% afirma que no se requiere, el 75.3% que es necesario el dominio de las cuatro habilidades y el 78.1% 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.

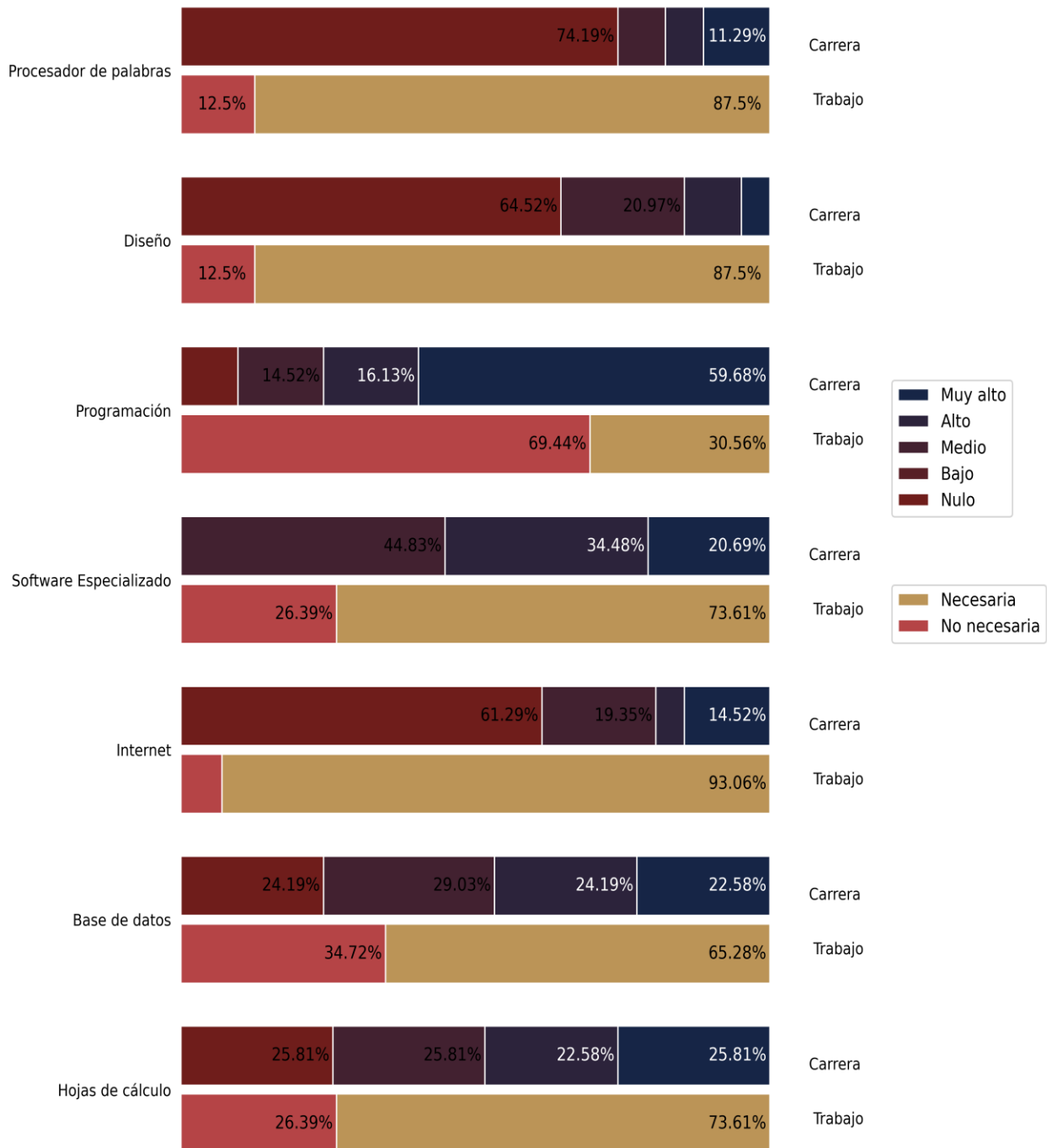


Conocimientos y habilidades para la computación

El 84.9% de los egresados de la muestra afirma que mejoró sus conocimientos de cómputo durante la licenciatura, el 77.4% en la UNAM, el 1.6% en una institución externa y el 21.0% 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.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

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 (98.6%), desarrollar la sensibilidad para apreciar diferentes expresiones artísticas (90.4%), el interés por la práctica regular de algún deporte (45.2%) 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 57.5% considera que su elección de carrera fue adecuada; el 72.6% están satisfechos o muy satisfechos con su formación profesional; evalúan la calidad de la docencia entre excelente y buena el 79.5% y consideran que su preparación para el trabajo fue buena o muy buena el 78.1%.

Así mismo, el 98.6% señala que recomendaría su Facultad y el 98.6% 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	Información en medios masivos	Gob Federal	SEP	IPN Canal Once	Asistente de Cámara	Filmación
Público	Información en medios masivos	Gob Federal	SEP	IPN Canal Once	Realizador y editor de videos	Realización y edición de videos
Público	Información en medios masivos	Org Autónomo	UNAM	TV UNAM	Asistente de producción	Asistencia a realizador ("A la conquista del sabor"), búsqueda de material audiovisual
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Facultad de Estudios Superiores Iztacala, SUAYED	Comunicación educativa	Innovación de proyectos de SUAYED
Público	Servicios educativos	Org Autónomo	UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México	Asistente de procesos	Asesoría técnica y actividades administrativas
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales			Freelance	Redes sociales	Manejo de redes sociales
Público	Actividades de gobierno, organismos internacionales y extraterritoriales	Gob Edomex		H. Ayuntamiento de Naucalpan, Palacio Municipal	Comunicación	Producción audiovisual
Privado	Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, caza y pesca			Sistemas.Bion	Community manager	Creación de estrategias para redes sociales, comunicación interna.
Privado	Comercio al por mayor			Atony	Productor(a) audiovisual	Edición de video, fotografía y filmaciones
Privado	Comercio al por menor			Belcorp	Gerente de zona virtual	Gestión de ventas (vendedoras)

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Comercio al por menor			Dulcería Marlu	Gerente	Publicaciones en redes sociales
Privado	Comercio al por menor			Oxxo	Coordinadora de mercadotecnia	Coordinación de entradas, marketing digital
Privado	Comercio al por menor			Redlemon	Administrativo(a)	Edición
Privado	Transporte, correos y almacenamiento			Aeroméxico	Especialista de creatividad	Redacción de textos publicitarios y creación de contenidos.
Privado	Transporte, correos y almacenamiento			BEAT	Especialista en contenido social	Coordinación de comunicación interna y externa
Privado	Transporte, correos y almacenamiento			Viva Aerobús	Encargada de contenido	Encargada de los artículos de viaje, edición, portal web
Privado	Información en medios masivos			Agencia de noticias	Reportero(a)	Reportajes de sección de estados, coordinación de publicaciones
Privado	Información en medios masivos			Creación de contenido en redes sociales	Independiente	Generar contenido para redes sociales
Privado	Información en medios masivos			Grupo Imagen	Editor(a)	Edición de contenidos
Privado	Información en medios masivos			Por proyecto	Realizador audiovisual	Plasmar contenidos
Privado	Información en medios masivos			Riot Games México	Coordinadora de redes sociales y comunicación	Planeación de contenidos digitales en redes sociales y canales de distribución
Privado	Información en medios masivos			TV Azteca	Post-producción	Edición audio visual, locución, diseño y guionismo
Privado	Servicios financieros y de seguros			Financiera	Producción audiovisual	Edición de video

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicio inmobiliario y de alquiler de bienes muebles e intangibles			Inmobiliaria y despacho	Community manager	Revisión de redes sociales, campañas publicitarias y contestar mensajes
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia de Comunicación y Marketing	Contact manager	Encargado de gestionar las redes sociales y estrategias de comunicación
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Agencia digital	Editor web	Edición de contenido en redes sociales y notas periodísticas.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			F.U Estudio Publicitario	Manager de cuenta	Cuentas de publicidad, proyectos y clientes
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Foo Studio	Productora digital	Marketing y comunicación
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Fotógrafo independiente	Fotógrafo(a)	Tomar fotografías en eventos particulares
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Grupo Multicolor	Redactor(a)	Redacción de textos, redes sociales, contenidos
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Infosol	Analista especializado(a)	Manejo de medios y redes sociales, medios de comunicación.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			LACAM	Ejecutivo de cuenta	Marketing

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			Marketing	Content editor	Reportes, redacción de notas y contenido creativo.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Mediu	Estratega	Marketing y comunicación
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Metrics	Coordinación de análisis estratégicos	Análisis de datos
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			ROI UP Group	Paid media analyst	Publicidad digital
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Rankio	Encargada de publicidad	Publicidad en medios digitales, redacción.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Sensei Media	Coordinador digital	Generar productos digitales para mejorar estrategias de comunicación
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Swarm Data People	Analista	Prevención de riesgos corporativos en social media.
Privado	Servicios profesionales, científicos y técnicos			Wunderman Thompson	Community manager	Gestión de redes sociales
Privado	Dirección de corporativos y empresas			CTM Actuarios	Ejecutivo de cuenta de recursos humanos	Pagos, facturas, contratos, ingresos, bajas, revisión de casos

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Servicios educativos			Centro Integral Pedagógico	Administrativo(a)	Seguimiento y estructura de clases online, planeaciones de maestras
Privado	Servicios educativos			Escuela privada	Profesor(a) de español	Impartir clases de español
Privado	Servicios educativos			Freelance	Profesor(a)	Docencia, locución y guion.
Privado	Servicios educativos			Goobec México	Community manager	Crear estrategias digitales y contenidos.
Privado	Servicios educativos			Inoting Education	Desarrollador multimedia	Contenido digital
Privado	Servicios educativos			Universidad Privada	Community manager	Marketing digital y contenido en redes sociales.
Privado	Deportivos y centros recreativos			AI Strategy	Community manager	Manejo de contenido, páginas de información, publicar notas, blocks, redes sociales
Privado	Deportivos y centros recreativos			Grupo Diniz	Content manager	Campañas publicitarias y redes sociales
Privado	Deportivos y centros recreativos			UFC Gym México	Community manager	Marketing
Privado	Deportivos y centros recreativos			Viajes Horizonte	Guía y logística	
Privado	Servicios de alojamiento temporal, de preparación de alimentos y bebidas (hotel, restaurant, bar)			Original Group	Marketing digital	Manejo de redes sociales
Privado	otro				Gerente de desarrollo organizacional y c	
Privado	Telecomunicaciones			AT	Crédito y cobranza	Cobranza de clientes de EUA y Costa Rica.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Sector	Rama económica	Nivel de Gobierno	Dependencia	Nombre de empresa	Puesto	Actividad
Privado	Telecomunicaciones			Di-Mort	Líder de diseño y contenido	Diseño de materiales
Social	Información en medios masivos			Agencia Presentes	Periodista desde México	Redacción de notas, reportajes, coberturas
Social	Asociaciones y agrupaciones			AIESEC México	Marketing digital	Diseño de página web, marketing digital y redes sociales

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

Temas
Profundizar en campos teóricos y prácticos.
Medios digitales.
Ética.
Más práctica, como orientar nuestros proyectos al campo laboral.
Práctica.
Uso de programas para edición, prácticas de capsulas o televisión y entrevista.
Prácticas y temas relacionados con la actualidad de la carrera.
Investigación y publicidad.
Más temas de ética, más programación (básica); etc.
Más práctica para tener más experiencia laboral.
Las materias estaban bien, pero no los profesores.
Inserción al campo laboral.
Más áreas que no sea sólo periodismo.
Visualización del campo laboral, opciones de escenarios para la comunicación.
Temas prácticos reales.
Teoría e historia.
Ética, especialización, nuevos formatos, finanzas y pitching.
Marketing para redes sociales.
Redes sociales.
Redes sociales y medios digitales en general.
Manejo de finanzas, ventas, y equipos.
Más práctico y nuevas tecnologías.
Mercadotecnia y todo lo relacionado al campo digital.
Redes sociales y marketing digital.
Práctica y ética laboral.
Investigación, ética del periodismo y prácticas.
Digital.
Práctica (redes sociales).
Marketing y herramientas digitales.
Actualización de publicidad.
Organizacional, periodismo y multimedia.
Comunicación asertiva, liderazgo y toma de decisiones.
Derecho de autor y laboral.
Introducirlos al medio laboral.

Programa de Vinculación con los Egresados de la UNAM

Temas
Temas más afines a lo laboral.
Audio visual y práctica.
Profundizar en los programas de PC.
Asociado a redes sociales y marketing.
Organizacional y Comunity Manager.
Plataformas digitales y publicidad y marketing.
Administración.
Comunicación digital y tema administrativo de cotizaciones.
Teoría de la comunicación y medios digitales.
Manejo de redes sociales y métricas.
Prácticas.
Fotografía, edición y redes sociales.
Plataformas, análisis y muchos etcéteras.
Multimedia y cultura y redes sociales. (Comunity Manager, latam).
Audiovisual, fotografía y publicidad.
Manejo de programas audiovisuales.
Venta de proyectos y realización.
Mas práctico, para la vida laboral.
Marketing digital, máquina de aprendizaje (anuncios en Google).
Liderazgo (en primeros semestres).