

INTRODUCCION :

La Escuela de Letras y Comunicación, hoy facultad, nace el 25 de junio de 1980.

En esta primer oferta egresan tres generaciones de licenciados en literatura y comunicación.

A partir de 1984 se hace una revisión del plan y en un afán de especialización, surgen 6 opciones a manera de líneas terminales de 2 áreas :la de letras y la de comunicación -existía un tronco común durante tres semestres-. Como resultado de establecieron las licenciaturas:

Comunicación Rural
Comunicación Turística
Comunicación Institucional
Letras y Periodismo
Letras y Docencia
Letras y Lingüística

El problema fundamental en esta ocasión lo fue el hecho de que un alto porcentaje eligió Comunicación Institucional por considerarlo como la que globalizaba y prometía más oportunidades de empleo. Esta currícula operó hasta la octava generación, egresada en 1991.

A partir de una revisión académica realizada en 1988, se crearon tres licenciaturas: Comunicación Social, Periodismo y Literatura.

Los planes de estudio correspondientes a las dos últimas están en liquidación y culminan en julio de este año.

La última oferta académica inició en 1992, al unir las licenciaturas en periodismo y literatura para ofrecer la licenciatura en Letras y Periodismo de. De tal forma a partir de agosto de 1995 se ofertarán solamente 2 licenciaturas: Comunicación Social, Letras y Periodismo.

Con esta información queremos dejar en claro que hay dos tendencias constantes: la de las letras en donde se vincula lo estético con lo periodístico y la de la comunicación con un enfoque sociológico.

Respecto al campo de trabajo, ambas tendencias inciden en los medios de la región, en la docencia, la investigación y el medio institucional esto tal vez debido a su relación de contenidos.

INFORMACION PROPORCIONADA POR:

Lic. Luis Bueno Sánchez (Coordinador Academico)

Lic. Víctor Gil Catañeda

Lic. Angel Raúl Naranjo Davalos

Mayo 25 de 1995

CAMPOS PROFESIONALES Y MERCADOS LABORALES

CUESTIONARIOS PARA FACULTADES

UNIVERSIDAD: UNIVERSIDAD DE COLIMA

FACULTAD DE LETRAS Y COMUNICACION

DIRECTOR: LIC. ARMANDO CASTAÑEDA MORFIN

DIRECCION: AV. UNIVERSIDAD # 333

CODIGO POSTAL: 28050

CIUDAD: COLIMA

ESTADO: COLIMA

TELEFONO: 4-32-53

FAX: 4-32-55

CARACTER DE LA UNIVERSIDAD: PUBLICA

DURACION DE LA CARRERA EN AÑOS: 4

TOTAL DE ESTUDIANTES INSCRITOS EN COMUNICACION HASTA PRIMAVERA DE 1995: 284

TOTAL DE ESTUDIANTES EGRESADOS HASTA PRIMAVERA DE 1995: 338

TOTAL DE ESTUDIANTES TITULADOS HASTA PRIMAVERA DE 1995: 131

AREAS DE ORIENTACION PROFESIONAL

AREAS DE ORIENTACION O SUBSISTEMAS	NUMERO DE ESTUDIANTES ACTUALES	NUMERO APROXIMADO DE EGRESADOS
COMUNICACION SOCIAL	168	209
LETRAS Y PERIODISMO	116	129

TOTAL 338

FORMACION ACADEMICA DEL PROFESORADO

	TIEMPO COMPLETO	TIEMPO COMPLETO	HORAS CATEDRA	TITULADOS	No. TITULADOS
Sin estudios profesionales					
Licenciatura en Comunicación	8	1	4	9	4
Licenciatura en otras disciplinas	1		8	7	
Maestría en Comunicación					
Maestría en otras disciplinas	2			2	
Doctorado en Comunicación					
Doctorado en otras disciplinas			1	1	
TOTAL DE PROFESORES	11	1	13	19	4

PRACTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES

AREAS DE ORIENTACION	REQUISITOS	DURACION (Marque una sola)			RENUMERACION	
		-6 Meses	6 Meses	Un año	SI	NO
COMUNICACION SOCIAL	Cursar último semestre de la carrera		400 Hrs.			En ocasiones existe una Beca.
LETRAS Y PERIODISMO	Cursar último semestre de la carrera		400 Hrs.			En ocasiones existe una Beca.

SERVICIO SOCIAL DE LOS ESTUDIANTES

AREAS DE ORIENTACION	REQUISITOS	DURACION (Marque una sola)			RENUMERACION	
		-6 Meses	6 Meses	Un año	SI	NO
COMUNICACION SOCIAL	A partir del sexto semestre		480 Hrs.			En ocasiones existe una Beca.
LETRAS Y PERIODISMO	A partir del sexto semestre		480 Hrs.			En ocasiones existe una Beca.

RECURSOS FISICOS DE LA FACULTAD

BIBLIOTECA GENERAL

SI

BIBLIOTECA ESPECIALIZADA

SI

CENTRO DE DOCUMENTACION

OTROS ESPECIFIQUE

RECURSOS TECNICOS DE LA FACULTAD

SALA DE COMPUTO

SI

ESTUDIO DE GRABACION DE AUDIO

SI

ESTUDIO DE TELEVISION

SI

SALA DE REDACCION

SI

LABORATORIO DE FOTOGRAFIA

SI

ESTACION DE RADIO

SI

OTROS ESPECIFIQUE

SI

SALA DE PROYECCIONES AUDIOVISUALES

LABORATORIO DE IMPRESOS

**CATEDRATICOS DE LA FACULTAD
DE LETRAS Y COMUNICACION**

TIEMPO COMPLETO

VICTOR GIL CASTAÑEDA
ANGEL RAUL NARANJO DAVALOS
ALEJANDRA ROCHA SILVA
LUIS MIGUEL BUENO SANCHEZ
ARMANDO CASTAÑEDA MORFIN
CARLOS DIEZ SALAZAR
GABRIELA GONZALEZ GONZALEZ
JORGE GONZALEZ PIMENTEL
ROBERTO LEVY ALVAREZ
MANUEL DELGADO CASTRO
HILDA ROCIO LEAL VIERA

MEDIO TIEMPO

GUILLERMO TORRES LOPEZ

POR HORAS

VALENTIN ARREOLA MENDOZA
RICARDO ANTE VILLALOBOS
CELIA CERVANTES GUTIERREZ
VICTOR URIBE CLARIN
EFREN RODRIGUEZ MENDOZA
SAMUEL OLAKUNLE ODUSOLA
LUIS ENRIQUE DE LA MORA FARIAS
HECTOR GOMEZ GARCIA

Campes laborales y mercados profesionales

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Responsable:

Cuestionario para Egresados

I. DATOS GENERALES

Apellidos		Nombre		
Dirección Residencia		Ciudad		Teléfono
Dirección Oficina		Ciudad	Teléfono	Fax
Dirección Oficina		E-Mail		
Sexo F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	Estado Civil Casado <input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>		Lugar y fecha de nacimiento Lugar _____ Año <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mes <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Día <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

II. ESTUDIOS REALIZADOS (Básico universitario)

Universidad		Facultad/Carrera/Escuela		Ciudad
Año de ingreso	Año de egreso	Título obtenido		

III. OTROS ESTUDIOS (Universitarios)

Programa	Universidad	Ciudad	Año Ingreso	Año Egreso	Título obtenido

IV. RELACION LABORAL

1. ¿Trabaja usted actualmente en comunicación?

- Si
No

¿Por qué no trabaja actualmente en comunicación? (Responda una sola opción)

- No consigo trabajo
- Perdí mi trabajo
- Me dedico a la familia
- Me encuentro estudiando
- Me dedico a otro empleo
- Otra razón (Especifique) _____

2

2. ¿Cuál es la actividad profesional principal a la que se dedica?

[Empty text box for professional activity]

3. ¿Cuál es el cargo o puesto que desempeña?

[Empty text box for job title]

4. Este trabajo lo realiza en calidad de:

- Empleado
- Trabajo profesional por cuenta propia
- Dueño del negocio

5. • Nombre de la empresa o institución

[Empty text box for company name]

• Carácter de la empresa: Privada Pública Org. sin ánimo de lucro

• Definición de actividades de la empresa (Ejemplo: Educación, publicidad, producción de medios audiovisuales, etc.)

[Empty text box for company activities]

6. Si tiene otras actividades secundarias, mencione la más importante.

[Empty text box for secondary activities]

7. Este trabajo lo realiza en calidad de:

- Empleado
- Trabajo profesional por cuenta propia
- Dueño del negocio

8. • Nombre de la empresa o institución

[Empty text box for company name]

• Carácter de la empresa: Privada Pública Org. sin ánimo de lucro

• Definición de actividades de la empresa (Ejemplo: Educación, publicidad, producción de medios audiovisuales, etc.)

[Empty text box for company activities]

V. FORMACION PROFESIONAL

9. Califique la utilidad de la formación recibida en la Universidad para el trabajo que actualmente desempeña

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
a. Formación básica o general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Formación especializada o profesional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Prácticas profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Elaboración de trabajo de grado o tesis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Considera que ha sido necesaria su carrera de Comunicación para el trabajo que actualmente desarrolla?

Si No

¿Por qué? _____

11. Mencione tres aspectos POSITIVOS de la formación universitaria que recibió:

12. Mencione tres aspectos NEGATIVOS de la formación universitaria que recibió:

13. ¿Qué conocimientos y/o habilidades requeriría actualmente para su ejercicio profesional y que no recibió en su formación universitaria?

14. ¿Cuáles son las NUEVAS funciones y/o actividades que percibe usted que están surgiendo en su campo de actividad?

Campos laborales y mercados profesionales

FELAFACS

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social

Responsable:

Cuestionario para Facultades

Universidad			
Facultad/ Escuela/ Departamento/ Carrera			
Decano/ Director			
Dirección			
Apartado Postal		Ciudad	
		País	
Teléfono (1)		Teléfono (2)	Fax
			E-Mail

1. Carácter de la Universidad:

Privada

Pública

2. Duración de la Carrera en AÑOS

3. Total de estudiantes matriculados en comunicación en 1995

4. Total de estudiantes egresados hasta 1995

5. Total de estudiantes titulados hasta 1995

4

15. Califique cómo se siente Ud. gratificado en su trabajo en cuanto a:

	Muy gratificado	Gratificado	Poco gratificado	Nada gratificado
• Remuneración	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Conocimientos adquiridos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Autonomía de decisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Estabilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Funciones que ejerce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Pensando en su futuro profesional dentro de la comunicación, ¿cómo se ve Ud. dentro de cinco años?
(Responda una sola opción)

- Dedicado a la misma actividad principal que realiza ahora
- En un cargo superior dentro de la misma actividad
- Trabajando empleado en otra actividad distinta de comunicación
- Como trabajador independiente (*freelance*)
- Como dueño de su propia empresa de comunicación
- Trabajando en un campo distinto al de la comunicación
- No se imagina como será en cinco años

17. Su ingreso mensual actual se encuentra en el rango de: (definir por país)

- \$200.000.00 a 500.000.00
- \$500.001.00 a \$1'000.000.00
- \$1'000.001.00 a \$2'000.000.00
- \$2'000.001.00 a \$3'000.000.00
- Más de \$3'000.001.00

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

6. AREAS DE ORIENTACION PROFESIONAL (Ej: periodismo, publicidad, rel. públicas, etc.)

Areas de orientación o énfasis profesionales	Número de estudiantes actuales	Número de estudiantes egresados

8. FORMACION ACADEMICA DEL PROFESORADO

	Tiempo Completo	Medio Tiempo	Hora Cátedra
• Pregrado o Bachillerato en Comunicación			
• Pregrado o Bachillerato en otras disciplinas			
• Maestría en Comunicación			
• Maestría en otras disciplinas			
• Doctorado en Comunicación			
• Doctorado en otras disciplinas			
• TOTAL DE PROFESORES			

9. PRACTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES

Areas de Orientación o Enfasis Profesionales	Sem.	Duración (Marque una sola)			Remuneración	
		Menos de un semestre	Un semestre	Un año	Si	No

10. RECURSOS FISICOS DE LA FACULTAD/ESCUELA/DEPARTAMENTO/CARRERA

(Marque los que correspondan)

• Biblioteca general

• Biblioteca especializada

• Centro de documentación

• Otros

Especifique _____

11. RECURSOS TECNICOS DE LA FACULTAD/ESCUELA/DEPARTAMENTO/CARRERA

(Marque los que correspondan)

• Sala de Cómputo

• Estudio de grabación de audio

• Estudio de Televisión

• Sala de Redacción

• Laboratorio de Fotografía

• Emisora

• Otros

Especifique _____

Nombre de quien elabora el cuestionario	Cargo	Fecha
---	-------	-------

6. AREAS DE ORIENTACION PROFESIONAL (Ej: periodismo, publicidad, rel. públicas, etc.)

Areas de orientación o énfasis profesionales	Número de estudiantes actuales	Número de estudiantes egresados

8. FORMACION ACADEMICA DEL PROFESORADO

	Tiempo Completo	Medio Tiempo	Hora Cátedra
• Pregrado o Bachillerato en Comunicación			
• Pregrado o Bachillerato en otras disciplinas			
• Maestría en Comunicación			
• Maestría en otras disciplinas			
• Doctorado en Comunicación			
• Doctorado en otras disciplinas			
• TOTAL DE PROFESORES			

9. PRACTICAS PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES

Areas de Orientación o Enfasis Profesionales	Sem.	Duración (Marque una sola)			Remuneración	
		Menos de un semestre	Un semestre	Un año	Si	No

10. RECURSOS FISICOS DE LA FACULTAD/ESCUELA/DEPARTAMENTO/CARRERA

(Marque los que correspondan)

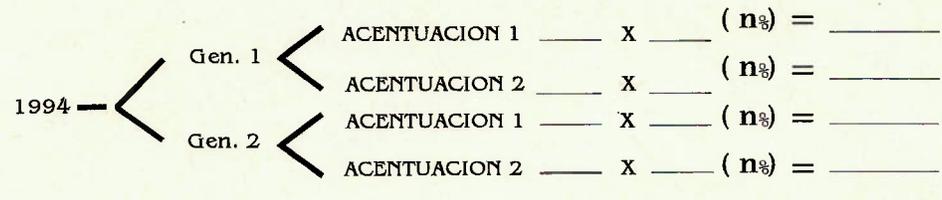
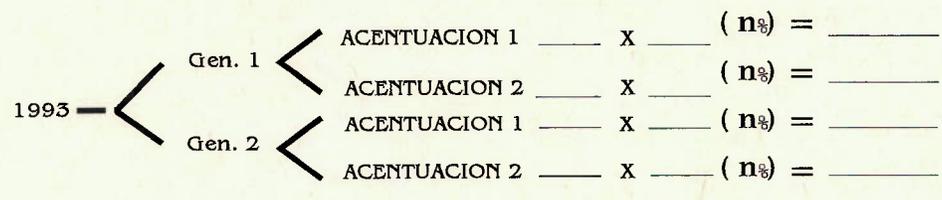
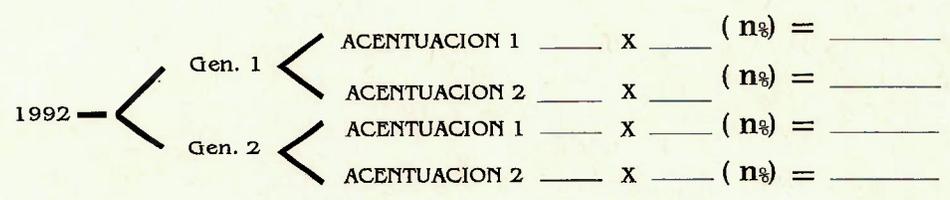
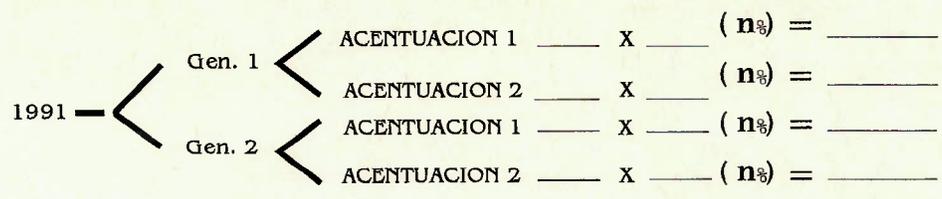
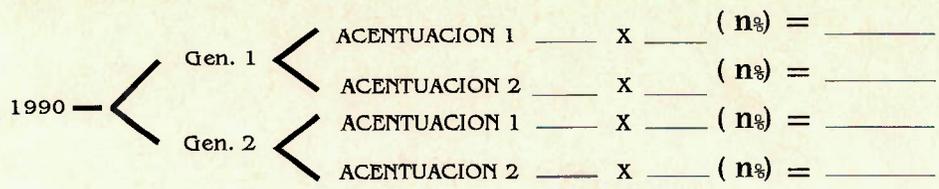
- Biblioteca general
- Biblioteca especializada
- Centro de documentación
- Otros Especifique _____

11. RECURSOS TECNICOS DE LA FACULTAD/ESCUELA/DEPARTAMENTO/CARRERA

(Marque los que correspondan)

- Sala de Cómputo
- Estudio de grabación de audio
- Estudio de Televisión
- Sala de Redacción
- Laboratorio de Fotografía
- Emisora
- Otros Especifique _____

Nombre de quien elabora el cuestionario	Cargo	Fecha
---	-------	-------



$N = \text{ — } \qquad (n\%) = \frac{N - 100\%}{n - x}$

$n = \text{ — } \qquad (n\%) = \text{ Porcentaje que representa la muestra de la población}$

NOTA : LOS EGRESADOS QUE SE TIENEN QUE ENCUESTAR EN CADA ACENTUACION DE CADA GENERACION DE CADA AÑO DEBEN SELECCIONARSE POR :

- a).- MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (SIMPLE AL AZAR)
 - b).- MUESTREO SISTEMATICO (EN CASO DE QUE SEAN MUCHOS)
- EN ESTA FORMA , CADA EGRESADO TENDRA LA MISMA POSIBILIDAD QUE LOS DEMAS DE SER INCLUIDO EN LA MUESTRA.

SI ES IMPOSIBLE OBTENER EL LISTADO COMPLETO DE LOS EGRESADOS PARA CADA ESTRATO , HAY QUE CONSIDERAR ESTE PROCEDIMIENTO COMO " NO PROBABILISTICO POR CUOTAS", Y OBTENER EL NUMERO DE EGRESADOS REQUERIDO PARA CADA ESTRATO DE ACUERDO A LOS QUE CONTACTEMOS PRIMERO.

MUESTRAS

TABLA PARA LA DETERMINACION DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACION FINITA, PARA MARGENES DE ERROR DEL 1, 2, 3, 4, y 5 POR 100, EN LA HIPOTESIS de $p = 50\%$

Margen de confianza del 95,5 por 100

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error \pm abajo indicados				
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$
500	222
1.000	385	286
1.500	638	441	316
2.000	714	476	333
2.500	...	1.250	769	500	345
3.000	...	1.364	811	517	353
3.500	...	1.458	843	530	359
4.000	...	1.538	870	541	364
4.500	...	1.607	891	549	367
5.000	...	1.667	909	556	370
6.000	...	1.765	938	566	375
7.000	...	1.842	949	574	378
8.000	...	1.905	976	580	381
9.000	...	1.957	989	584	383
10.000	...	2.000	1.000	588	385
15.000	...	2.143	1.034	600	390
20.000	...	2.222	1.053	606	392
25.000	...	2.273	1.064	610	394
30.000	...	2.311	1.074	613	396
40.000	...	2.439	1.099	621	398
50.000	...	2.500	1.111	625	400

$p =$ proporción (en porcentaje) de los elementos portadores del carácter considerado.
Si $p < 50\%$ la muestra necesaria es más pequeña.

Nota.—Cuando no se indica, la cifra significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población, lo que equivaldría a extender la encuesta al total de la población misma.

Fuente: ARKIN y COLTON, *Tables for Statisticians*.

TABLE FOR DETERMINING NEEDED SIZE S OF A RANDOMLY CHOSEN SAMPLE FROM A GIVEN FINITE POPULATION OF N CASES SUCH THAT THE SAMPLE PROPORTION p WILL BE WITHIN $\pm .05$ OF THE POPULATION PROPORTION P WITH A 95 PERCENT LEVEL OF CONFIDENCE¹

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	370
140	103	700	248	10000	375
150	108	750	254	15000	377
160	113	800	260	20000	379
170	118	850	265	30000	380
180	123	900	269	40000	381
190	127	950	274	50000	382
200	132	1000	278	75000	384
210	136	1100	285	100000	384

Note: N is population size; S is sample size.

1. Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. Determining sample size for research activities, *Educational and Psychological Measurement*, 1970, 30, 607-610.



**UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA**
SANTA FE CIUDAD DE MEXICO

DEPARTAMENTO DE COMUNICACION

Ciudad de México, 30 de marzo de 1995

Lic. Luis Bueno
Facultad de Letras y Comunicación
Universidad de Colima
91-331-430-06

Estimado Luis:

Por medio de la presente agradezco tu ofrecimiento para que tu Universidad sea anfitriona del primer Taller sobre *Campos profesionales y mercados laborales*, que nos permitirá acercarnos globalmente al quehacer de los comunicadores, en principio desde la perspectiva de nuestros egresados. De cualquier manera, entiendo que tu Universidad también está interesada en la investigación, por lo que te recuerdo que para participar en el primer taller, es necesario que aproximadamente en dos meses cuentes con un listado actualizado de tus egresados, mismo que debe contener la siguiente información:

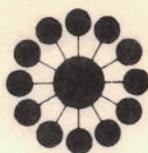
a) Egresados entre 1974 y 1993, o entre 1984 y 1993: puedes considerar cualquiera de las dos opciones. En caso de que tu carrera sea más antigua, podrás remontarte tan atrás como consideres pertinente, siempre y cuando trabajes con intervalos de cinco años y dispongas de suficiente información.

b) Los datos que necesitamos de los egresados para realizar el levantamiento de las encuestas son: Nombre, domicilios particular y laboral, códigos postales particular y laboral, teléfonos, fax y puesto que desempeña en la empresa en la que trabajan.

Es probable que más adelante Patricia Ortega se ponga en contacto contigo para afinar detalles sobre la organización del taller, actividad que le corresponde al Comité Académico del Comité Coordinador del CONEICC. Es posible que yo le aude en la organización de este taller. Por lo pronto recibe un cordial saludo. Me pongo a sus órdenes para cualquier duda en el número telefónico y fax 915-292-0258.

Atentamente

MTRA. CLAUDIA BENASSINI FELIX
Coordinadora



Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación
CONEICC

Guadalajara, Jal. a 17 de abril de 1995.

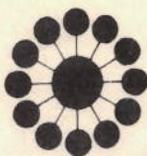
Lic. Luis Bueno Sánchez
Coordinador Académico
UNIVERSIDAD DE COLIMA
Facultad de Letras y Comunicación

Estimado Luis,

Uno de los problemas más graves que enfrenta el campo académico de la comunicación en México, es la falta de información confiable y sistemática sobre el destino ocupacional de sus egresados y los mercados laborales. Aunque algunas carreras han tenido el cuidado de realizar estudios de seguimiento, el problema no ha sido adecuadamente atendido, de tal manera que no es posible contar con datos en los niveles regional y nacional, que permitan análisis comparativos y una visión de conjunto.

Con la finalidad de atender esta carencia, el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), ha convocado a las carreras de comunicación del país a participar en un proyecto nacional de investigación sobre espacios de trabajo y mercados laborales del comunicador, con la finalidad de generar información confiable y sistemática que pueda ser útil a las carreras de comunicación, y al campo académico en su conjunto, en sus procesos de decisión sobre perfiles profesionales, planes de estudio, metodologías educativas, líneas de investigación y desarrollo, planeación de recursos, formación docente y políticas de admisión.

El proyecto contempla dos etapas. La primera, que se llevará a cabo durante el presente año, se orientará al estudio del destino ocupacional de los egresados; la segunda, a realizarse durante 1996, estará orientada al análisis de los espacios y necesidades de trabajo desde la perspectiva de los



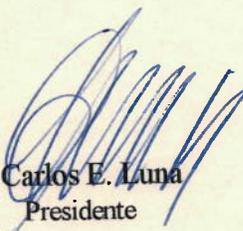
Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación
CONEICC

empleadores. Para la primera etapa se han programado dos talleres con la finalidad de integrar el equipo de trabajo, planificar la investigación y darle seguimiento. El primer taller será en Colima, Col. del 4 al 6 de mayo, y el segundo, en Querétaro, Qro. a principios de octubre. El equipo de trabajo estará integrado por profesores e investigadores que asuman el compromiso de participar en la investigación acopiando información de sus respectivas carreras con base en una muestra representativa de egresados, con el aval y el apoyo de sus instituciones.

El proyecto, a su vez, forma parte de un esfuerzo en la misma dirección que coordina, a nivel latinoamericano, la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), a través de la cual será posible canalizar, para los proyectos nacionales, apoyo económico de la Fundación Konrad Adenauer. En una proporción significativa, este apoyo será destinado a financiar la asistencia a los talleres de los participantes en el proyecto.

Ante la importancia de este proyecto y su utilidad frente a los retos que enfrenta la enseñanza profesional de la comunicación en México, estamos seguros de contar con el apoyo y la participación de su institución.

Agradezco la atención a la presente y me pongo a sus apreciables órdenes.



Carlos E. Luna
Presidente



PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR



NOMBRE DEL PARTICIPANTE

INSTITUCION

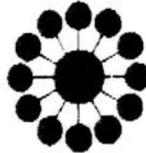
1	LUIS ALFONSO GUMARRAMA RICO	U.A. DEL ESTADO DE MEXICO
2	Jaime D. Severino Martinez	ITESM campus Querétaro
3	Dolores Angeles Riciano	ITESM Campus Edo de Mex
4	Sofia I. De Lira Villalobos	U.A.A. (A.G.S.)
5	José Antonio Alvear	UIA, León
6	Blanca Chory	UIA Torreón
7	Jamán Montfort Kelly	Escuela de Periodismo Carlos Septién García
8	Edelulira García Díaz	Universidad Veracruzana
9	Chauhi Beneslivi	UIA - México
10	Margarita Múzquiz Cigarroa	UMAN REYNOSA, TAMPS.
11	Imelda Hernández Morales	ITESM - Morelos
12	M ^a . Concepción de la Mota M ^{tz}	U.A.S.L.P
13	VICTOR GIL CASTAÑEDA	U. DE COLIMA
14	JOSE YOSAN PALACIOS A.	UASLP
15	Jorge A. Estipiniani M.	UNI-SON
16	LUIS RAZGADO	UAM-XOCHIMILCO
17	RAUL FUENTES NAVARRO	ITESO
18	ANGELA MARIA GODOY F.	ITESO
19	Francisco Hernández Lovelí	UdeG.
20	Luis Bueno Sánchez	U. de Colima
21	Patricia Ortega	UAM-X
22	DAVID FRAGOSO FERNANDEZ	U - Anáhuac.



PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR



NOMBRE DEL PARTICIPANTE	INSTITUCION
23 TERESA LOSADA	FCPS UNAM.
24 José Cisneros	UDLA
25 Cecilia Thomsen	UIC
26 José Carlos Lozano	ITESM - Campus Mfg.
27 Paul Naranjo Dávalos	UdG
28 Amando Castañeda M.	Ud.C
29 Manuel Delgado Castro	UdeC.
30 CARLOS LUNA	CONEICC. ITESO

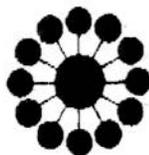


Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación
CONEICC

FELAFACS/CONEICC/UNIVERSIDAD DE COLIMA
 CAMPOS PROFESIONALES Y MERCADOS DE TRABAJO. PRIMER TALLER

INFORMACION GENERAL

- 1 Lugar y fecha, Colima, Col. 4, 5 y 6 de mayo de 1995
- 2 Objetivos:
 - a) Integrar el equipo nacional de investigación sobre campos profesionales y mercados de trabajo, con la participación de las instituciones miembros del CONEICC.
 - b) Definir los aspectos metodológicos, técnicos y logísticos de la investigación.
 - c) Iniciar una primer discusión sobre el sentido y orientación socioprofesionales de la enseñanza universitaria de la comunicación en México.
- 3 Metodología de la reunión: la reunión contempla el formato de taller con la participación de los integrantes del equipo de investigación, para atender los dos primeros objetivos (4 y 5 de mayo); y un panel de discusión abierto con la participación de empleadores, profesores y estudiantes de comunicación, para el tercer objetivo (6 de mayo).
- 4 Participantes: instituciones miembros de CONEICC que participarán en la investigación (un asistente por cada institución); y, para el panel de discusión, profesores, estudiantes y empleadores de la localidad.
- 5 Coordinación: equipo de coordinadores FELAFACS-CONEICC (Claudia Benassini, Raúl Fuentes y José Cisneros). Apoyo metodológico: José Carlos Lozano (Coordinador de Investigación de CONEICC) y Patricia Ortega (Coordinadora Académica de CONEICC); Coordinador de la sede, Luis Bueno S. (Escuela de Letras y Comunicación de la U. de Colima).
- 6 Apoyos y auxilios: el taller cuenta con el apoyo económico de la Fundación Conrad Adenauer, de FELAFACS, del CONEICC y de la Universidad de Colima. Este apoyo será aplicado a los gastos de hospedaje, desayuno y comida de los participantes en el taller.



Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación
CONEICC

- 7 Hospedaje y sede de la reunión: tanto la reunión como el hospedaje serán en el Hotel América de la Ciudad de Colima (Morelos 162, en el centro, Tel. (331) 2 03 88). La entrada al hotel podrá ser desde el miércoles 3 de mayo., La reunión comenzará el jueves 4 a las 11 a.m. La salida del hotel será el sábado 6 después del panel de discusión. Se anexa información sobre transportación a la Ciudad de Colima.
- 8 Inscripciones: la confirmación de participación será atendida por Claudia Benassini, Coordinadora nacional del proyecto; UIA Santa Fé, Departamento de Comunicación (91 5) 2 92 12 45 y 7 26 90 48. La fecha límite para la confirmación será el martes 2 de mayo.

Felafacs



Universidad de Colima

PRIMER TALLER



Facultad de Letras y Comunicación

CAMPOS PROFESIONALES Y MERCADOS LABORALES
MAYO 4 - 6, 1995

Estimado Colega:

Por este conducto pongo a tu disposición información anexa sobre posibilidades de transporte a la cd. de Colima, Col. en donde nos dará mucho gusto recibirte durante la realización del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales que se llevará a cabo en nuestra universidad del 4 al 6 de mayo próximos.

Sin otro particular aprovecho la ocasión para enviarte un cordial saludo y me pongo a tus órdenes para brindarte informes complementarios en el teléfono (331) 4-32-52 y Fax (331) 4-30-06 y 4-33-80.

ATENTAMENTE

LIC. LUIS BUENO SANCHEZ

AVION

AEROLINEA # VUELO FRECUENCIA SALIDA LLEGADA

MEXICO-COLIMA

AEROMAR	461	LU. SA.	06:20	07:50
AEROMAR	463	DO. VI.	19:05	20:35

AEROCALIFORNIA	304	DIARIO	10:55	11:55
----------------	-----	--------	-------	-------

COLIMA - MEXICO

AEROMAR	460	LU. SA.	08:05	08:35
AEROMAR	462	LU. VI.	20:50	22:05
AEROMAR	468	DO.	20:45	22:45

AEROCALIFORNIA	305	DIARIO	18:45	19:45
----------------	-----	--------	-------	-------

* Escala en Manzanillo

COSTOS: VIAJE SENCILLO VIAJE REDONDO

AEROMAR	\$ 906.47	\$ 1,523.14
AEROCALIFORNIA	\$ 627.00	\$ 1,191.00

	# Vuelo	Frecuencia	Salida	Llegada
TIJUANA - COLIMA				
AEROCALIFORNIA	305	DIARIO	14:30	18:25
COLIMA TIJUANA				
AEROCALIFORNIA	304	DIARIO	12:15	14:00
COSTO:	VIAJE SENCILLO		VIAJE REDONDO	
	\$ 647.00		\$ 1,294.00	

AUTOBUS

	LINEA	SALIDA(S) DIARIO	PRECIO
MEXICO - COLIMA	- ETN	21:30	\$ 207.00
	- OMNIBUS DE MEXICO	19:30	
		20:30	
		22:00	\$ 142.00
	- TRES ESTRELLAS DE ORO	18:00	
		19:30	
21:00		\$ 142.00	
COLIMA - MEXICO	- ETN	21:00	
		21:15	\$ 207.00
	- OMNIBUS DE MEXICO	19:45	
		20:30	
		22:00	\$ 142.00
	- TRES ESTRELLAS DE ORO	20:00	
		21:30	
		23:00	\$ 142.00

* El tiempo aproximado de viaje es de 10 Hrs.
P.D. De la Terminal de Autobuses de Guadalajara hay salidas a Colima aproximadamente cada 30 minutos en diversas líneas; las 3 arriba mencionadas y otras más (Servicios Coordinados, Primera Plus, La Línea, etc.) El tiempo de viaje es de 3 horas.



PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR



CC
AI
1279

REGISTRO DE HABITACIONES

# HAB.	NOMBRE
131	YUMIN MONTFORT / EDELMIRA GARCIA *
137	* LUIS RAZGADO / DAVID FREGOSO *
133	CLAUDIA BENASSINI *
150	JAIMÉ SEVERINO / RAUL FUENTES
144	ANTONIO ALVEAR / LUIS ALFONSO GUADARRAMA
122	JORGE ESTUPIÑAN / FRANCISCO HERNANDEZ
136	IMELDA HERNANDEZ / ANGELA MA. GODOY
134	SOFIA DE LIRA / HERMANO *
153	BLANCA CHONG
152	JOSE PALACIOS
154	MARGARITA MUZQUIZ / ESPOSO / HIJO
143	CECILIA THOMSEN / TERESA LOSADA
145	JOSE CISNEROS / JOSE CARLOS LOZANO
135	DOLORES ANGELES / CONCEPCION DE LA MORA
113	CARLOS LUNA / HIJOS -

* Ocuparon habitación desde el miércoles 3
- Sólo la noche del viernes 5
* También la noche del sábado 6

SRA. GLORIA MORFIN DE BARRERA
RELACIONES PUBLICAS - HOTEL AMERICA
PRESENTE.

Por este conducto, y de acuerdo a nuestra conversación sostenida en días pasados, a continuación enlisto los servicios que deseamos nos brinde durante la realización del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador, que se llevará a cabo en nuestra ciudad del 4 al 6 de mayo próximos.

- 15 habitaciones dobles durante las noches de jueves y viernes (La lista de personas que compartirán habitación, así como las que arribarán desde el día miércoles se la entregaré el martes 2 de mayo).

- Salón el Galeón:

Jueves de 11 a 14 horas y de 16:30 a 20:00 hrs.

Viernes: de 10 a 14 hrs y de 16:30 a 20:00 hrs.

(como nos comentó, al ocupar ese número de habitaciones se nos proporcionará sin costo).

- Servicio de Café, Té, Refrescos y Galletas para 35 personas durante las sesiones de jueves a viernes en el salón.

- Desayunos durante los días jueves, viernes y sábado.

Nuestra propuesta es establecer un costo por persona y acordar 2 ó 3 opciones de la carta para que los participantes entreguen un boleto cada día y ustedes hagan efectivo el cobro de acuerdo al número de personas que desayunaron.

Es importante aclarar que comidas, cenas, servicio de bar y hospedaje durante otras fechas distintas a las señaladas deberán ser cubiertas de manera independiente a la cuenta general del evento por cada persona que lo solicite.

Al final de la reunión (sábado 6 de mayo por la tarde), será cubierto en efectivo el total de servicios proporcionados, y deberá facturarse a nombre de:

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE
LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION (CONEICC)

Domicilio: Cordobanes # 24

Col. Sn. José Insurgentes

México, D.F.

R.F.C.: CNE - 770825 - BMO

Cualquier otro servicio general no contemplado líneas
arriba deberá ser autorizado previamente por un servidor,
quien asumirá la responsabilidad de la cuenta general del
evento.

Sin otro particular, me reitero a sus órdenes para
cualquier aclaración y le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE


LIC. LUIS EREND SANCHEZ
Coordinador Académico
y
Responsable del Evento



Mary D.



PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR

CC
AI
1279



PROGRAMA DE TRABAJO

JUEVES 4

9:00 - 10:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA).

11:00 INAUGURACIÓN (SALON *El Galeon* HOTEL AMERICA)

11:30 - 14:00 SESION DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *El Fundador* COMALA, COL.)

16:30 - 19:30 SESION DE TRABAJO.

VIERNES 5

8:00 - 10:00 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:30 - 14:00 SESION DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *¡ A que Nanishe !*)

16:30 - 19:30 SESION DE TRABAJO

SABADO 6

8:00 - 9:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:00 - 13:00 PANEL CON EMPLEADORES (*Auditorio Gregorio Macedo López*)
ENTREGA DE CONSTANCIAS Y CLAUSURA.

13:00 - 14:00 VISITA AL CENTRO NACIONAL EDITOR DE DISCOS COMPACTOS.

TABLE FOR DETERMINING NEEDED SIZE S OF A RANDOMLY CHOSEN SAMPLE FROM A GIVEN FINITE POPULATION OF N CASES SUCH THAT THE SAMPLE PROPORTION p WILL BE WITHIN ± .05 OF THE POPULATION PROPORTION P WITH A 95 PERCENT LEVEL OF CONFIDENCE!

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note: N is population size; S is sample size.

MUESTRAS
 TABLA PARA LA DETERMINACIÓN DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACION FINITA, PARA MARGENES DE ERROR DEL 1, 2, 3, 4, y 5 POR 100, EN LA HIPOTESIS de p = .50

Margen de confianza del 95.5 por 100

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error abajo indicados				
	± 1 %	± 2 %	± 3 %	± 4 %	± 5 %
500	222
1,000	385	286
1,500	638	441	316
2,000	714	476	333
2,500	...	1,250	769	500	345
3,000	...	1,364	811	517	353
3,500	...	1,458	843	530	359
4,000	...	1,538	870	541	364
4,500	...	1,607	891	549	367
5,000	...	1,667	909	556	370
6,000	...	1,765	938	566	375
7,000	...	1,842	949	574	378
8,000	...	1,905	976	580	381
9,000	...	1,957	989	584	383
10,000	...	5,000	2,000	588	385
15,000	...	6,000	2,143	600	390
20,000	...	6,667	2,222	606	392
25,000	...	7,143	2,273	610	394
50,000	...	8,333	2,381	617	397
100,000	...	9,091	2,439	621	398
∞	10,000	2,500	1,111	625	400

p = proporción (en porcentaje) de los elementos portadores del carácter considerado. Si p es < 50 % la muestra necesaria es más pequeña.

NOTA.—Cuando no se indica, la cifra significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población, lo que equivaldría extender la encuesta al total de la población misma.

Fuente: ARXEN y COLTON, Tables for Statisticians.

MUESTRAS

TABLA PARA LA DETERMINACION DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACION FINITA, PARA MARGENES DE ERROR DEL 1, 2, 3, 4, y 5 POR 100, EN LA HIPOTESIS DE $p = .50$

Margen de confianza del 95.5 por 100

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error \pm				
	$\pm 1\%$	$\pm 2\%$	$\pm 3\%$	$\pm 4\%$	$\pm 5\%$
500
1,000
1,500
2,000
2,500
3,000
3,500
4,000
4,500
5,000
6,000
7,000
8,000
9,000
10,000
15,000
20,000
25,000
50,000
100,000

$P =$ proporción (en porcentaje) de los elementos portadores del carácter considerado.
Si $p < .50$ la muestra necesaria es más pequeña.

Nota.—Cuando no se indica, la cifra significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población, lo que equivaldría extender la encuesta al total de la población misma.

Fuente: ARXEN y COLTON, *Tables for Statisticians*.

TABLE FOR DETERMINING NEEDED SIZE S OF A RANDOMLY CHOSEN SAMPLE FROM A GIVEN FINITE POPULATION OF N CASES SUCH THAT THE SAMPLE PROPORTION p WILL BE WITHIN $\pm .05$ OF THE POPULATION PROPORTION P WITH A 95 PERCENT LEVEL OF CONFIDENCE

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291		
15	14	230	144	1300	297		
20	19	240	148	1400	302		
25	24	250	152	1500	306		
30	28	260	155	1600	310		
35	32	270	159	1700	313		
40	36	280	162	1800	317		
45	40	290	165	1900	320		
50	44	300	169	2000	322		
55	48	320	175	2200	327		
60	52	340	181	2400	331		
65	56	360	186	2600	335		
70	59	380	191	2800	338		
75	63	400	196	3000	341		
80	66	420	201	3500	346		
85	70	440	205	4000	351		
90	73	460	210	4500	354		
95	76	480	214	5000	357		
100	80	500	217	6000	361		
110	86	550	226	7000	364		
120	92	600	234	8000	367		
130	97	650	242	9000	368		
140	103	700	248	10000	370		
150	108	750	254	15000	375		
160	113	800	260	20000	377		
170	118	850	265	30000	379		
180	123	900	269	40000	380		
190	127	950	274	50000	381		
200	132	1000	278	75000	382		
210	136	1100	285	100000	384		

Note: N is population size; S is sample size.

MUESTRAS

TABLA PARA LA DETERMINACION DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACION FINITA, PARA MARGENES DE ERROR DEL 1, 2, 3, 4, y 5 POR 100, EN LA HIPOTESIS de $p = .50$

Margen de confianza del 95.5 por 100

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error abajo indicados				
	± 1 %	± 2 %	± 3 %	± 4 %	± 5 %
500	222
1,000	385	286
1,500	638	441	316
2,000	714	476	333
2,500	...	1,250	769	500	345
3,000	...	1,364	811	517	353
3,500	...	1,458	843	530	359
4,000	...	1,538	870	541	364
4,500	...	1,607	891	549	367
5,000	...	1,667	909	556	370
6,000	...	1,765	938	566	375
7,000	...	1,842	949	574	378
8,000	...	1,905	976	580	381
9,000	...	1,957	989	584	383
10,000	...	2,000	1,000	588	385
15,000	...	2,143	1,034	600	390
20,000	...	2,222	1,053	606	392
25,000	...	2,273	1,064	610	394
50,000	...	2,381	1,087	617	397
100,000	...	2,439	1,099	621	398
∞	...	2,500	1,111	625	400

p = proporción (en porcentaje) de los elementos portadores del carácter considerado.
Si p es < 50 % la muestra necesaria es más pequeña.

Nota.—Cuando no se indica, la cifra significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población, lo que equivaldría a extender la encuesta al total de la población misma.

Fuente: ARKIN y COLTON, *Tables for Statisticians*.

TABLA FOR DETERMINING NEEDED SIZE S OF A RANDOMLY CHOSEN SAMPLE FROM A GIVEN FINITE POPULATION OF N CASES SUCH THAT THE SAMPLE PROPORTION p WILL BE WITHIN ± .05 OF THE POPULATION PROPORTION P WITH A 95 PERCENT LEVEL OF CONFIDENCE

N	S	N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291	10	10
15	14	230	144	1300	297	15	14
20	19	240	148	1400	302	20	19
25	24	250	152	1500	306	25	24
30	28	260	155	1600	310	30	28
35	32	270	159	1700	313	35	32
40	36	280	162	1800	317	40	36
45	40	290	165	1900	320	45	40
50	44	300	169	2000	322	50	44
55	48	320	175	2200	327	55	48
60	52	340	181	2400	331	60	52
65	56	360	186	2600	335	65	56
70	59	380	191	2800	338	70	59
75	63	400	196	3000	341	75	63
80	66	420	201	3500	346	80	66
85	70	440	205	4000	351	85	70
90	73	460	210	4500	354	90	73
95	76	480	214	5000	357	95	76
100	80	500	217	6000	361	100	80
110	86	550	226	7000	364	110	86
120	92	600	234	8000	367	120	92
130	97	650	242	9000	368	130	97
140	103	700	248	10000	370	140	103
150	108	750	254	15000	375	150	108
160	113	800	260	20000	377	160	113
170	118	850	265	30000	379	170	118
180	123	900	269	40000	380	180	123
190	127	950	274	50000	381	190	127
200	132	1000	278	75000	382	200	132
210	136	1100	285	100000	384	210	136

Note: N is population size; S is sample size.

MUESTRAS

TABLA PARA LA DETERMINACION DE UNA MUESTRA SACADA DE UNA POBLACION FINITA, PARA MARGENES DE ERROR DEL 1, 2, 3, 4, y 5 POR 100, EN LA HIPOTESIS de $p = 50\%$

Márgen de confianza del 95,5 por 100

Amplitud de la población	Amplitud de la muestra para márgenes de error abajo indicados				
	± 1 %	± 2 %	± 3 %	± 4 %	± 5 %
500	222
1.000	385	286
1.500	...	638	441	316	94
2.000	...	714	476	333	95
2.500	...	1.250	769	500	345
3.000	...	1.364	811	517	353
3.500	...	1.458	843	530	359
4.000	...	1.538	870	541	364
4.500	...	1.607	891	549	367
5.000	...	1.667	909	556	370
6.000	...	1.765	938	566	375
7.000	...	1.842	949	574	378
8.000	...	1.905	976	580	381
9.000	...	1.957	989	584	383
10.000	...	2.000	1.000	588	385
15.000	...	2.143	1.034	600	390
20.000	...	2.222	1.053	606	392
25.000	...	2.273	1.064	610	394
50.000	...	2.381	1.087	617	397
100.000	...	2.439	1.099	621	398
∞	...	2.500	1.111	625	400

$p =$ proporción (en porcentaje) de los elementos portadores del carácter considerado.
Si $p < 50\%$ la muestra necesaria es más pequeña.

NOTA.—Cuando no se indica, la cifra significa que la muestra debería tener una amplitud superior a la mitad de la población, lo que equivaldría extender la encuesta al total de la población misma.

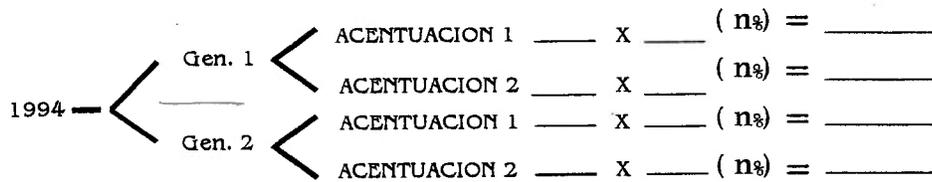
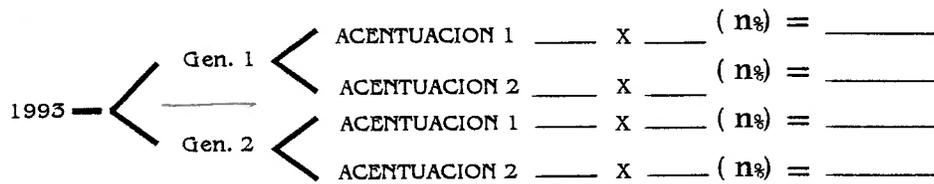
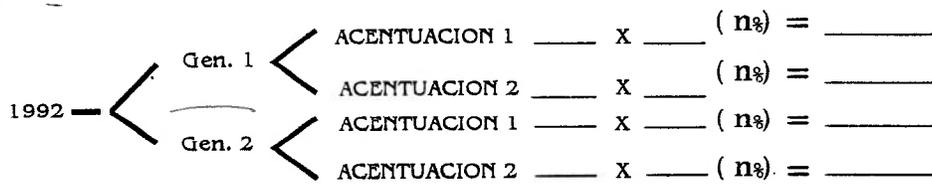
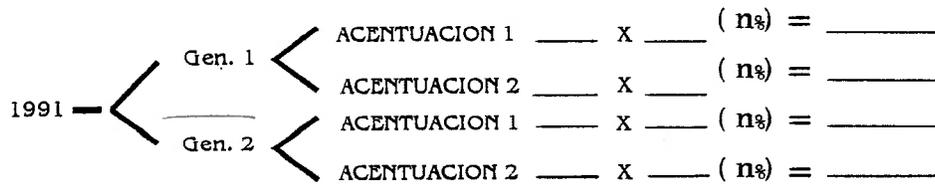
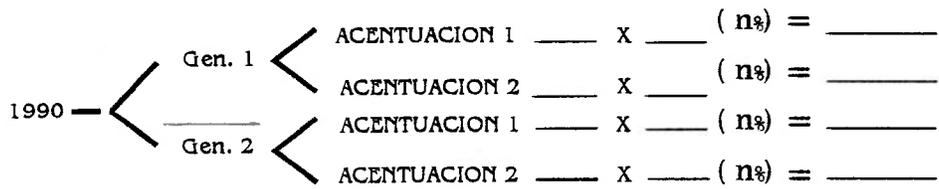
Fuente: ARXIN y COLTON, *Tables for Statisticians*.

TABLE FOR DETERMINING NEEDED SIZE S OF A RANDOMLY CHOSEN SAMPLE FROM A GIVEN FINITE POPULATION OF N CASES SUCH THAT THE SAMPLE PROPORTION p WILL BE WITHIN ± .05 OF THE POPULATION PROPORTION P WITH A 95 PERCENT LEVEL OF CONFIDENCE

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Note: N is population size; S is sample size.

L. Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. Determining sample size for research activities, *Educational and Psychological Measurement*, 1970, 30, 607-610.



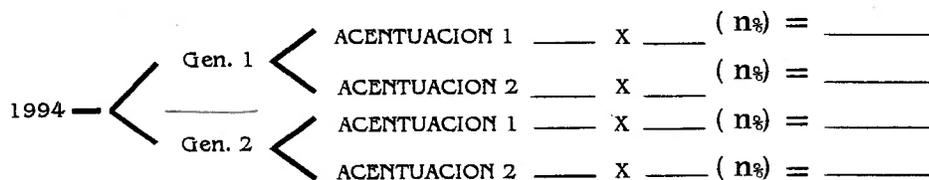
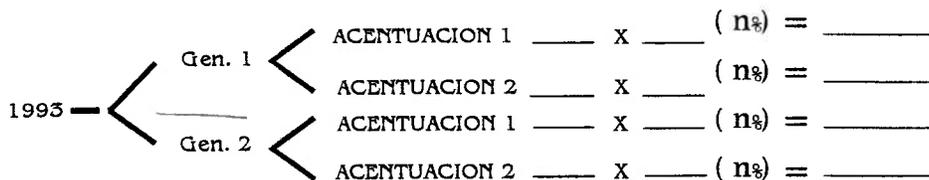
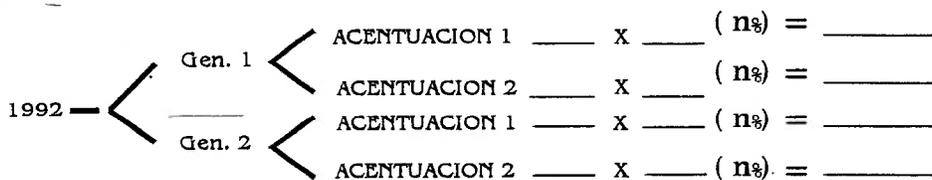
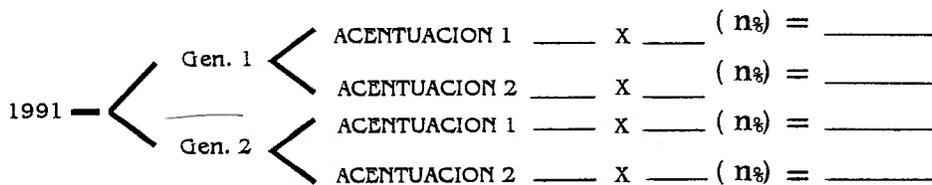
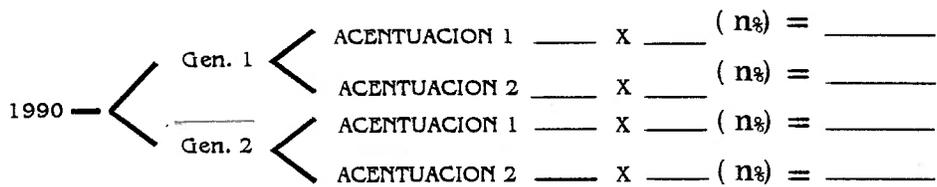
$$N = \text{ — } \quad (n\%) = \frac{N - 100\%}{n - x}$$

$$n = \text{ — } \quad (n\%) = \text{ Porcentaje que representa la muestra de la población}$$

NOTA : LOS EGRESADOS QUE SE TIENEN QUE ENCUESTAR EN CADA ACENTUACION DE CADA GENERACION DE CADA AÑO DEBEN SELECCIONARSE POR :

- a).- MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (SIMPLE ALAZAR)
 - b).- MUESTREO SISTEMATICO (EN CASO DE QUE SEAN MUCHOS)
- EN ESTA FORMA , CADA EGRESADO TENDRA LA MISMA POSIBILIDAD QUE LOS DEMAS DE SER INCLUIDO EN LA MUESTRA.

SI ES IMPOSIBLE OBTENER EL LISTADO COMPLETO DE LOS EGRESADOS PARA CADA ESTRATO , HAY QUE CONSIDERAR ESTE PROCEDIMIENTO COMO " NO PROBABILISTICO POR CUOTAS", Y OBTENER EL NUMERO DE EGRESADOS REQUERIDO PARA CADA ESTRATO DE ACUERDO A LOS QUE CONTACTEMOS PRIMERO.



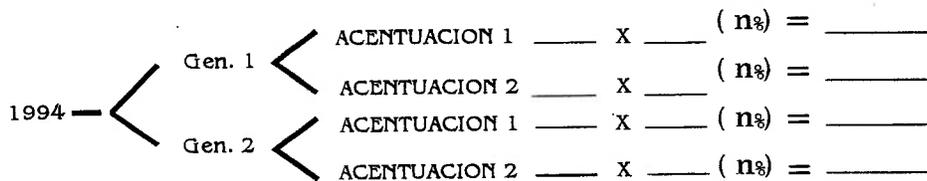
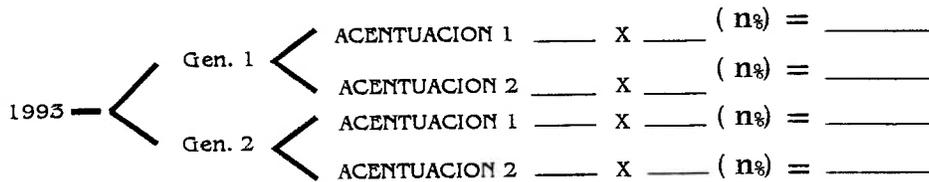
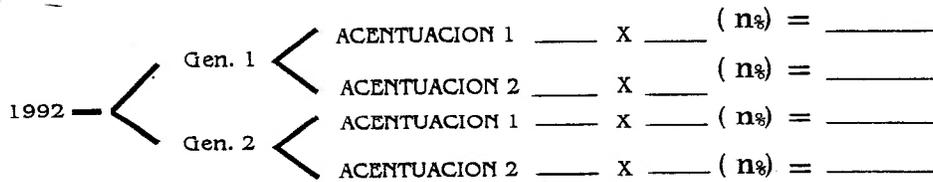
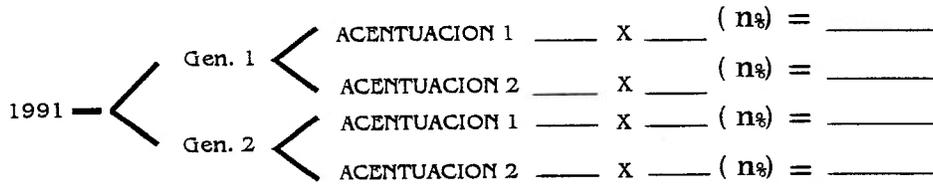
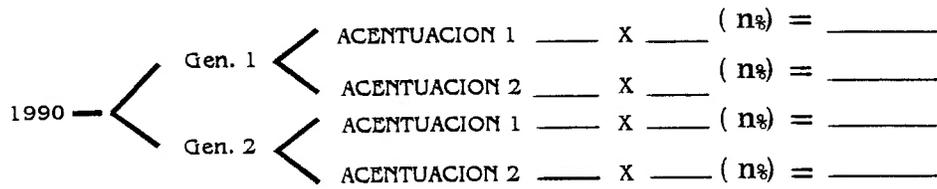
$$N = \text{ ————— } \quad (n\%) = \frac{N - 100\%}{n - x}$$

$$n = \text{ ————— } \quad (n\%) = \text{ Porcentaje que representa la muestra de la población}$$

NOTA : LOS EGRESADOS QUE SE TIENEN QUE ENCUESTAR EN CADA ACENTUACION DE CADA GENERACION DE CADA AÑO DEBEN SELECCIONARSE POR :

- a).- MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (SIMPLE AL AZAR)
 - b).- MUESTREO SISTEMATICO (EN CASO DE QUE SEAN MUCHOS)
- EN ESTA FORMA , CADA EGRESADO TENDRA LA MISMA POSIBILIDAD QUE LOS DEMAS DE SER INCLUIDO EN LA MUESTRA.

SI ES IMPOSIBLE OBTENER EL LISTADO COMPLETO DE LOS EGRESADOS PARA CADA ESTRATO , HAY QUE CONSIDERAR ESTE PROCEDIMIENTO COMO " NO PROBABILISTICO POR CUOTAS", Y OBTENER EL NUMERO DE EGRESADOS REQUERIDO PARA CADA ESTRATO DE ACUERDO A LOS QUE CONTACTEMOS PRIMERO.



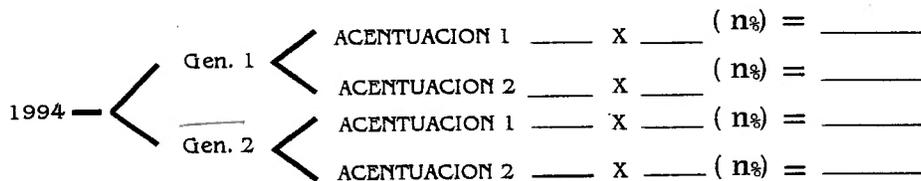
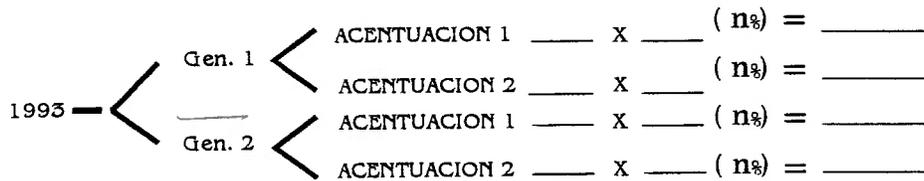
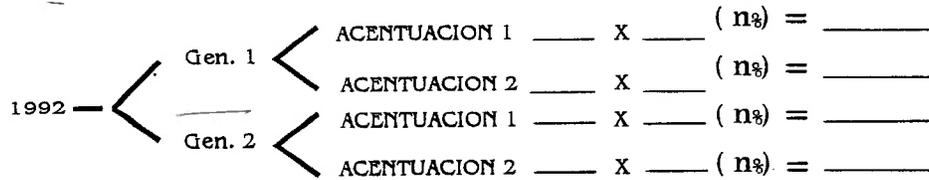
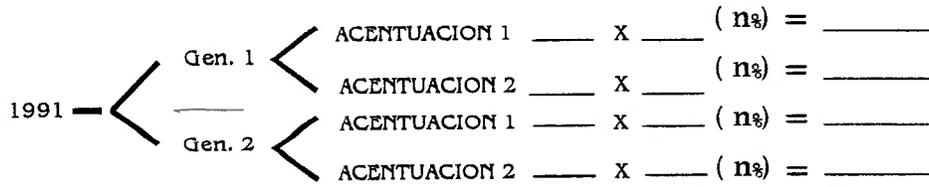
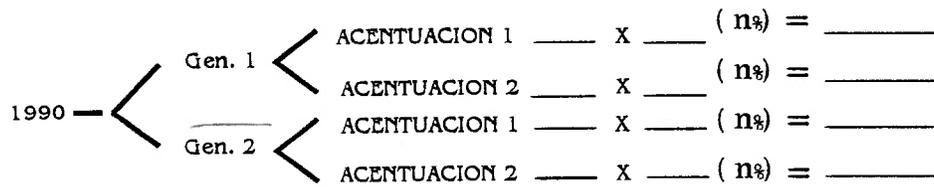
$$N = \text{---} \quad (n\%) = \frac{N - 100\%}{n - x}$$

$$n = \text{---} \quad (n\%) = \text{Porcentaje que representa la muestra de la población}$$

NOTA : LOS EGRESADOS QUE SE TIENEN QUE ENCUESTAR EN CADA ACENTUACION DE CADA GENERACION DE CADA AÑO DEBEN SELECCIONARSE POR :

- a).- MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (SIMPLE ALAZAR)
 - b).- MUESTREO SISTEMATICO (EN CASO DE QUE SEAN MUCHOS)
- EN ESTA FORMA , CADA EGRESADO TENDRA LA MISMA POSIBILIDAD QUE LOS DEMAS DE SER INCLUIDO EN LA MUESTRA.

SI ES IMPOSIBLE OBTENER EL LISTADO COMPLETO DE LOS EGRESADOS PARA CADA ESTRATO , HAY QUE CONSIDERAR ESTE PROCEDIMIENTO COMO " NO PROBABILISTICO POR CUOTAS", Y OBTENER EL NUMERO DE EGRESADOS REQUERIDO PARA CADA ESTRATO DE ACUERDO A LOS QUE CONTACTEMOS PRIMERO.



$$N = \text{---} \quad (n\%) = \frac{N - 100\%}{n - x}$$

$$n = \text{---} \quad (n\%) = \text{Porcentaje que representa la muestra de la población}$$

NOTA : LOS EGRESADOS QUE SE TIENEN QUE ENCUESTAR EN CADA ACENTUACION DE CADA GENERACION DE CADA AÑO DEBEN SELECCIONARSE POR :

- a).- MUESTREO ALEATORIO SIMPLE (SIMPLE AL AZAR)
 - b).- MUESTREO SISTEMATICO (EN CASO DE QUE SEAN MUCHOS)
- EN ESTA FORMA , CADA EGRESADO TENDRA LA MISMA POSIBILIDAD QUE LOS DEMAS DE SER INCLUIDO EN LA MUESTRA.

SI ES IMPOSIBLE OBTENER EL LISTADO COMPLETO DE LOS EGRESADOS PARA CADA ESTRATO , HAY QUE CONSIDERAR ESTE PROCEDIMIENTO COMO "NO PROBABILISTICO POR CUOTAS", Y OBTENER EL NUMERO DE EGRESADOS REQUERIDO PARA CADA ESTRATO DE ACUERDO A LOS QUE CONTACTEMOS PRIMERO.



PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR



CCC
AI
1279

PROGRAMA DE TRABAJO

JUEVES 4

9:00 - 10:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA).

11:00 INAUGURACIÓN (SALÓN *El Galeon* HOTEL AMERICA)

11:30 - 14:00 SESIÓN DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *El Fundador* COMALA, COL.)

16:30 - 19:30 SESION DE TRABAJO.

VIERNES 5

8:00 - 10:00 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:30 - 14:00 SESION DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *¡ A que Nanishe !*)

16:30 - 19:30 SESION DE TRABAJO

SABADO 6

8:00 - 9:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:00 - 13:00 PANEL CON EMPLEADORES (*Auditorio Gregorio Macedo López*)
ENTREGA DE CONSTANCIAS Y CLAUSURA.

13:00 - 14:00 VISITA AL CENTRO NACIONAL EDITOR DE DISCOS COMPACTOS.



PRIMER TALLER CAMPOS PROFESIONALES Y MERCADOS LABORALES DEL COMUNICADOR



INAUGURACION (JUEVES 4 DE MAYO - 12:00 HRS.)

- PRESIDIUM**
- LIC. FERNANDO MORENO PEÑA
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE COLIMA
 - MTRA. CLAUDIA BENASSINI FELIX
INVESTIGADORA DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Y COORDINADORA DEL TALLER.
 - MTRO. RAUL FUENTES NAVARRO
INVESTIGADOR DEL ITESO Y COORDINADOR DE DOCU--
MENTACION DEL CONEICC.
 - DR. JOSE CARLOS LOZANO RENDON
DIRECTOR DE LA MAESTRIA EN COMUNICACION DEL ''
TECNOLOGICO DE MONTERREY Y COORDINADOR DE IN--
VESTIGACION DEL CONEICC.
 - LICDA. PATRICIA ORTEGA RAMIREZ
INVESTIGADORA DE LA UAM-X Y COORDINADORA DE ''
ASUNTOS ACADEMICOS DEL CONEICC.
 - LIC. LUIS MIGUEL BUENO SANCHEZ
COORDINADOR ACADEMICO DE LA FACULTAD DE LETRAS
Y COMUNICACION DE LA UNIVERSIDAD DE COLIMA Y '
COORDINADOR DE DIFUSION DEL CONEICC.
 - LIC. ARMANDO CASTAÑEDA MORFIN
DIRECTOR DE LA FACULTAD DE LETRAS Y COMUNICA--
CION DE LA UNIVERSIDAD DE COLIMA.

ORDEN DEL DIA

- 1.- PRESENTACION DEL PRESIDIUUM.
- 2.- PALABRAS DE BIENVENIDA POR EL LIC. ARMANDO '
CASTAÑEDA MORFIN.
- 3.- ORIGENES Y PROPOSITOS DEL TALLER POR LA MTRA.
CLAUDIA BENASSINI FELIX.
- 4.- MENSAJE Y DECLARATORIA INAUGURAL A CARGO DEL
LIC. FERNANDO MORENO PEÑA.



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

PANEL CON EMPLEADORES

PARTICIPAN

Lic. Humberto Silva Ochoa ————— *ECOS DE LA COSTA*

Ing. José Levy Vázquez ————— *CANAL ONCE*

Lic. Roberto F. Levy ————— *GRUPO ACIR*

Licda. Laura Sánchez Menchero — *XEBCO*

Lic. Alonso Castellot Mondragón — *CANAL 5*

**Sábado 6 de mayo 10:00 Hrs.
AUDITORIO GREGORIO MACEDO LOPEZ
Facultad de Letras y Comunicación**



FelaFacs



UNIVERSIDAD DE COLIMA

PRIMER TALLER CAMPOS PROFESIONALES Y MERCADOS LABORALES DEL COMUNICADOR



CONECC



FACULTAD DE LETRAS
Y COMUNICACION

PROGRAMA DE TRABAJO

JUEVES 4

9:00 - 10:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA).

11:00 INAUGURACIÓN (SALON *El Galeon* HOTEL AMERICA)

11:30 - 14:00 SESIÓN DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *El Fundador* COMALA, COL.)

16:30 - 19:30 SESIÓN DE TRABAJO.

VIERNES 5

8:00 - 10:00 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:30 - 14:00 SESION DE TRABAJO

14:30 - 16:00 COMIDA OFRECIDA POR LA U. DE C. (RESTAURANT *¡A que Nanishe!*)

16:30 - 19:30 SESION DE TRABAJO

SABADO 6

8:00 - 9:30 DESAYUNO (RESTAURANT *Las Carabelas* HOTEL AMERICA)

10:00 - 13:00 PANEL CON EMPLEADORES (*Auditorio Gregorio Macedo López*)
ENTREGA DE CONSTANCIAS Y CLAUSURA.

13:00 - 14:00 VISITA AL CENTRO NACIONAL EDITOR DE DISCOS COMPACTOS.



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



**PRIMER TALLER
CAMPOS PROFESIONALES
Y MERCADOS LABORALES
DEL COMUNICADOR**

Colima, Col. 4, 5 y 6 de Mayo de 1995



Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación



CCC
A1
1279

LIC. J. HUMBERTO SILVA OCHOA
DIRECTOR GENERAL DE EDITORIAL ECOS DE LA COSTA
PRESENTE

ASUNTO: INVITACION

Por este conducto, deseamos informarle que del 4 al 6 de mayo próximos, nuestro plantel será sede del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), al que asistirán profesores e investigadores de 30 universidades del país.

El evento contempla un panel de trabajo con empleadores de la localidad para discutir el papel de los egresados en el ámbito comunicacional de Colima.

Por tal motivo, queremos extenderle una cordial invitación para que nos acompañe como participante en el panel que se llevará a cabo el sábado 6 de mayo a partir de las 10 de la mañana en el Auditorio Gregorio Macedo López de esta facultad.

Estamos seguros que su experiencia y sus aportaciones enriquecerán la discusión académica y contribuirán al logro de los objetivos del taller.

Sin otro particular y esperando su respuesta positiva a nuestra petición, nos reiteramos a sus órdenes y le enviamos cordiales saludos.

Recibido
Abril 27/95

Cumplido
Lic. Armando Castañeda Morfín
DIRECTOR

ATENTAMENTE
ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA
COLIMA, COL., ABRIL 27 DE 1995

UNIVERSIDAD DE COLIMA



Lic. Luis Bueno Sánchez

COORDINADOR ACADEMICO

ESCUELA DE LETRAS
Y COMUNICACION

C.c.p. archivo



Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación



LIC. ROBERTO F. LEVY
DIRECTOR GENERAL DE GRUPO ACIR-COLIMA
AT'N. LICDA. MARTHA MICHEL CORONA
GERENTE OPERATIVO
PRESENTE

ASUNTO: INVITACION

Por este conducto, deseamos informarle que del 4 al 6 de mayo próximos, nuestro plantel será sede del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), al que asistirán profesores e investigadores de 30 universidades del país.

El evento contempla un panel de trabajo con empleadores de la localidad para discutir el papel de los egresados en el ámbito comunicacional de Colima.

Por tal motivo, queremos extenderle una cordial invitación para que nos acompañe como participante en el panel que se llevará a cabo el sábado 6 de mayo a partir de las 10 de la mañana en el Auditorio Gregorio Macedo López de esta facultad.

Estamos seguros que su experiencia y sus aportaciones enriquecerán la discusión académica y contribuirán al logro de los objetivos del taller.

Sin otro particular y esperando su respuesta positiva a nuestra petición, nos reiteramos a sus órdenes y le enviamos cordiales saludos.

ATENTAMENTE
ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA
COLIMA, COL., ABRIL 27 DE 1995

Lic Armando Castañeda Morfín

DIRECTOR

UNIVERSIDAD DE COLIMA



Lic. Luis Bueno Sánchez

COORDINADOR ACADEMICO

C.c.p. archivo

ESCUELA DE LETRAS
Y COMUNICACION

*Recibi
100 Mart
27/abril/95*



Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación



ING. JOSE LEVY VAZQUEZ
DIRECTOR DE XHAMO CANAL ONCE
AT'N. LICDA. ALEJANDRA BALLEZA CASILLAS
SUBDIRECTORA DE PRODUCCION.
PRESENTE

ASUNTO: INVITACION

Por este conducto, deseamos informarle que del 4 al 6 de mayo próximos, nuestro plantel será sede del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), al que asistirán profesores e investigadores de 30 universidades del país.

El evento contempla un panel de trabajo con empleadores de la localidad para discutir el papel de los egresados en el ámbito comunicacional de Colima.

Por tal motivo, queremos extenderle una cordial invitación para que nos acompañe como participante en el panel que se llevará a cabo el sábado 6 de mayo a partir de las 10 de la mañana en el Auditorio Gregorio Macedo López de esta facultad.

Estamos seguros que su experiencia y sus aportaciones enriquecerán la discusión académica y contribuirán al logro de los objetivos del taller.

Sin otro particular y esperando su respuesta positiva a nuestra petición, nos reiteramos a sus órdenes y le enviamos cordiales saludos.

26/04/95


Lic. Armando Castañeda Morfín
DIRECTOR

ATENTAMENTE
ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA
COLIMA, COL., ABRIL 27 DE 1995




Lic. Luis Bueno Sánchez
COORDINADOR ACADEMICO

C.c.p. archivo

ESCUELA DE LETRAS
Y COMUNICACION



Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación



LIC. GONZALO CASTELLOT MADRAZO
DIRECTOR DE XHCC-CANAL 5 (TELEPRODUCTORA DE COLIMA)
AT'N. ALONSO CASTELLOT MONDRAGON.
DIRECTOR AREA COLIMA.
PRESENTE

ASUNTO: INVITACION

Por este conducto, deseamos informarle que del 4 al 6 de mayo próximos, nuestro plantel será sede del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), al que asistirán profesores e investigadores de 30 universidades del país.

El evento contempla un panel de trabajo con empleadores de la localidad para discutir el papel de los egresados en el ámbito comunicacional de Colima.

Por tal motivo, queremos extenderle una cordial invitación para que nos acompañe como participante en el panel que se llevará a cabo el sábado 6 de mayo a partir de las 10 de la mañana en el Auditorio Gregorio Macedo López de esta facultad.

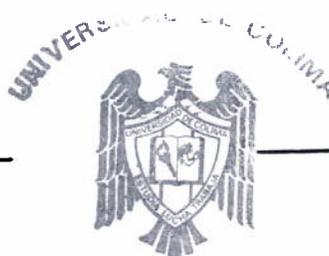
Estamos seguros que su experiencia y sus aportaciones enriquecerán la discusión académica y contribuirán al logro de los objetivos del taller.

Sin otro particular y esperando su respuesta positiva a nuestra petición, nos reiteramos a sus órdenes y le enviamos cordiales saludos.

Mano
Recibi: 24/04/95
14:45 hrs.

ATENTAMENTE
ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA
COLIMA, COL., ABRIL 27 DE 1995

Armando Morfin
Armando Morfin
Lic Armando Castañeda Morfin
DIRECTOR



Luis Sánchez
Lic. Luis Bueno Sánchez
COORDINADOR ACADEMICO

C.c.p. archivo

ESCUELA DE LETRAS
Y COMUNICACION



Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación



LICDA. LAURA SANCHEZ MENCHERO
DIRECTORA DE XEBCO - LA VOZ DE OCCIDENTE
PRESENTE

ASUNTO: INVITACION

Por este conducto, deseamos informarle que del 4 al 6 de mayo próximos, nuestro plantel será sede del Primer Taller sobre Campos Profesionales y Mercados Laborales del Comunicador organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), al que asistirán profesores e investigadores de 30 universidades del país.

El evento contempla un panel de trabajo con empleadores de la localidad para discutir el papel de los egresados en el ámbito comunicacional de Colima.

Por tal motivo, queremos extenderle una cordial invitación para que nos acompañe como participante en el panel que se llevará a cabo el sábado 6 de mayo a partir de las 10 de la mañana en el Auditorio Gregorio Macedo López de esta facultad.

Estamos seguros que su experiencia y sus aportaciones enriquecerán la discusión académica y contribuirán al logro de los objetivos del taller.

Sin otro particular y esperando su respuesta positiva a nuestra petición, nos reiteramos a sus órdenes y le enviamos cordiales saludos.

Recibí
27-IV-95
8:40 AM
Jul

ATENTAMENTE
ESTUDIA - LUCHA - TRABAJA
COLIMA, COL., ABRIL 27 DE 1995

Lic Armando Castañeda Morfín

DIRECTOR



Lic. Luis Bueno Sánchez

COORDINADOR ACADEMICO

C.c.p. archivo

ESCUELA DE LETRAS Y COMUNICACIÓN