



**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ  
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO  
INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN  
DE LA EDUCACIÓN (ICASE)**

**PROGRAMA DE MAESTRIA EN CURRICULUM**

**ESTUDIO COMPARATIVO DEL PLAN DE ESTUDIO DEL AÑO 2008  
(VIGENTE) Y DEL AÑO 2014 (PROPUESTA) DE LA LICENCIATURA DE  
RELACIONES PÚBLICAS DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMÁ Y LAS COMPETENCIAS REQUERIDAS  
POR EL MERCADO LABORAL, CIUDAD DE PANAMÁ**

**EVELYS MARLENE DIAZ G  
CÉDULA 7-94-2778**

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
MAESTRÍA EN CURRICULUM**

**PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ  
2015**

## **DEDICATORIA**

Con mucho, amor dedico este trabajo de investigación a mis hijos Orlando Antonio y Jean Andrés, luz que motiva mi existir, al Padre Celestial por permitir culminar con éxito mis metas y proyectos

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo agradecer a la profesora Magda Lida Jurado, asesora de la investigación, por su tenacidad, paciencia y motivación durante este trabajo académico. A la doctora Gladys Correa por sus enseñanzas en la elaboración del Diseño de la Investigación. A todas las personas que aportaron su granito de arena para alcanzar el éxito.

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE DE GRÁFICAS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO N° 1

ASPECTOS GENERALES

1 1 Antecedentes	15
1 2 Planteamiento del problema	17
1 3 Justificación	19
1 4 Objetivos Generales y Especificos	20
1 4 1 Objetivos generales	20
1 4 2 Objetivos Especificos	21
1 5 Alcance, delimitación y limitaciones	21
1 5 1 Delimitación	21
1 5 2 Limitaciones	21
1 6 Hipótesis de Trabajo	22

CAPÍTULO No 2

MARCO TEÓRICO

2 1 Conceptos	24
2 1 1 Curriculum	24
2 1 2 Competencias	25
2 1 3 Relaciones Publicas	29
2 2 Modelos curriculares	30
2 2 1 Modelo Pedagógico de la Universidad de Panamá	31
2 2 2 Diseño curricular	33
2 2 3 Etapas del Diseño Curricular	34
2 3 Clasificación de las competencias	35
2 3 1 Enfoques curriculares basados en competencias	37

2 3 2	Formación de competencias para los profesionales de Relaciones Publicas	38
2 4	La Facultad de Comunicación Social	40
2 4 1	Breve recuento histórico	40
2 5	La Licenciatura de Relaciones Publicas	43
2 5 1	Creación de la a carrera	43
2 5 2	Fundamentos del diseño curricular	44
2 5 3	Objetivos de la licenciatura en Relaciones Publicas	45
2 5 4	Fundamentos legales	46
2 5 5	El perfil del egresado de la Licenciatura en Relaciones Publicas	47
<b>CAPÍTULO No 3</b>		
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>		
3 1	Tipo de investigación	50
3 2	Fuentes de investigación	51
3 2 1	Materiales	51
3 2 2	Población	51
3 2 3	Muestra	52
3 2 3 1	Tipo de muestra	52
3 3	Variables	52
3 3 1	Conceptualización	53
3 3 2	Operacionalización	53
3 3 3	Instrumentalización de las variables	55
3 4	Descripcion de los instrumentos	55
3 5	Tipo de análisis	57
<b>CAPÍTULO No 4</b>		
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>		
4 1	Análisis de los programas analíticos de las 15 asignaturas Fundamentales de la Carrera de Relaciones Publicas del Plan de estudio del año 2008 (vigente)	59

**4 2 Análisis de los programas analíticos de las 15 asignaturas Fundamentales de la Carrera de Relaciones Publicas del Plan de estudio del año 2014 (propuesta) 66**

**4 3 Análisis de las Encuestas aplicadas a profesores, egresados y empleadores 74**

**CONCLUSIONES**

**RECOMENDACIONES**

**REFERENCIAS**

## ÍNDICE DE GRÁFICAS

<b>Nº de Gráfica</b>	<b>Título de Gráfica</b>	<b>Nº Página</b>
1	Estructura del Plan de Estudio 2008 de la licenciatura de Relaciones Publicas	74
2	Distribución de horas teóricas y prácticas del Plan de Estudio de la licenciatura en Relaciones Publicas	75
3	Correspondencia entre el Plan de estudio y el perfil de egreso de la licenciatura de Relaciones Publicas	76
4	Cambio y ajuste al Plan de Estudio año 2008	77
5	Cambios y ajuste efectuados al Plan de Estudio 2014	78
6	Relación coherente y satisfactoria entre los objetivos de la carrera y el perfil de egreso	79
7	Competencia del Plan de Estudio año 2008 y su relevancia con la formación académica	80
8	Conocimiento de las áreas de dominio del Plan de Estudio año 2008 de la licenciatura de Relaciones Publicas	81
9	Modificaciones del diseño curricular de la licenciatura de Relaciones Publicas	82
10	Aplicación de la Tics para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de conocimientos de habilidades y destrezas	83
11	Egresados que laboran en el área de Relaciones Publicas	84
12	Opinión del egresado acerca del Plan Estudio de la licenciatura de Relaciones Publicas	85
13	Relación de las competencias de la licenciatura de Relaciones Publicas y las exigencias del mercado laboral	86
14	Egresados que conocen el perfil de egreso y los objetivos de la licenciatura de Relaciones Publicas	87

15	Competencias presente en el diseño curricular de la carrera de Relaciones Publicas	88
16	Opinión de los egresados acerca del cumplimiento de los Profesores con el contenido del programa de la licenciatura de Relaciones Publicas	89
17	Actualización de los profesores de la licenciatura de Relaciones Publicas	90
18	Opinión de los egresados acerca de la coherencia de la formacion academica y la realidad del mercado laboral	91
19	Año de egreso de la licenciatura de Relaciones Publicas	92
20	Numero de empleadores que han recibido estudiantes de Relaciones Publicas para realizar la práctica profesional	94
21	Especialidad profesional relacionada con la comunicación social que demanda las empresas	95
22	Las competencias que debe tener el egresado de la carrera de Relaciones Publicas	96
23	Competencias sociales del profesional egresado de la licenciatura de Relaciones Publicas	97
24	Coherencia de las competencias con la realidad del mercado laboral	98
25	Relación del empleador con la Facultad de Comunicación Social	99
26	Aspectos que considera el empresario al contratar a egresados de la Licenciatura de Relaciones Publicas	100
27	Aspectos a reforzar en la formación del egresado de la licenciatura de Relaciones Publicas	101
28	Habilidades y competencias que reconoce el empleador en la formación de los egresados por área de conocimiento	102
29	Convenios con la Facultad de Comunicación Social	103



## **RESUMEN**

Esta investigación analiza la oferta académica de la licenciatura en Relaciones Publicas con base a las exigencias del mercado laboral, así como valorar las necesidades que se requieran para el mercado laboral, en los grupos de estudiantes que han tenido como referencia el plan de estudio del año 2008

Es un estudio descriptivo, exploratorio y cuali-cuantitativo donde se describe y analiza el plan de estudio del año 2008 (vigente) y la propuesta de 2014 de la licenciatura de Relaciones Publicas frente a las competencias requeridas por el mercado laboral con la finalidad de detallar en un tiempo dado lo que ocurre

Como resultado relevante se puede resaltar que no hay pertinencia entre lo que se oferta en relación con la demanda laboral y que una de las exigencias es trabajar en equipo, coordinar actividades y rendir bajo presión en opinión de los egresados

No obstante hay un interés por parte de la institución universitaria, de hacer ajustes al plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas, con el propósito de adecuar las competencias que debe poseer el egresado y su correspondencia con el mercado laboral

**Palabras claves** Competencias, mercado laboral, plan de estudio

## **ABSTRACT**

This research seeks to analyze the academic offerings of the bachelor's degree in Public Relations in light of the demands of the labor market, as well as to assess the needs required by the labor market, in the groups of students who have had as a reference the plan of study of the year 2008

It is a descriptive study, exploratory and qualitative-quantitative where it describes and analyzes the study plan of the year 2008 (current) and the proposal of 2014 for a bachelor of Public Relations in front of the competencies required by the labor market with the purpose to detail in a given time what is happening

As a result relevant it can be noted that there is relevance with what is offered in relation to the demand for labor and that one of the demands is to work as a team, coordinating activities and pay under pressure in the opinion of the graduates

However there is an interest on the part of the university institution, any adjustments to the plan of study of the career of public relations, with the intention of bringing the competencies that must have a graduate and his correspondence with the labor market

**Key Words** Competencies, labor market, plan of study

## INTRODUCCIÓN

Este estudio analizó las competencias de formación profesional del egresado de la licenciatura de Relaciones Públicas, con la finalidad de hacer modificaciones a la propuesta del Plan de Estudio 2014

El tema surgió considerando que existe una propuesta para actualizar el Plan, lo que dio la oportunidad para hacer un estudio científico técnico que permitiera tomar decisiones en la Facultad de Comunicación Social

En la actualidad existen diversos tipos de modelos curriculares. La licenciatura en Relaciones Públicas está sustentada en el modelo Díaz Barriga el que se pretende innovar el currículo desde diferentes perspectivas como las que se derivan de la lógica empresarial, diseño por competencias empresarial, planeación estratégica, la flexibilidad curricular, la visión psicopedagógica constructivista y los modelos experienciales de formación en la práctica, como respuesta a la necesidad de fortalecer la dimensión ética del currículum y promover el desarrollo humano

La contribución del estudio en alguna medida busca mejorar el diseño curricular de la propuesta del plan de estudio 2014 de la licenciatura de Relaciones Públicas, de acuerdo a las opiniones emitidas por los docentes, egresados y empleadores lo que permitirá registrar y analizar las competencias que requiere el campo laboral

El diseño de la investigación es un estudio descriptivo exploratorio y cualitativo donde se realizó un acercamiento con los docentes, egresados y empleadores, para hacer una comparación de los planes de estudio 2008-2014 que permitió verificar los principales hallazgos extraídos de los instrumentos aplicados

De acuerdo a la organización capitular, la investigación comprende

El **capítulo primero** se refiere a los antecedentes, planteamiento del problema, la justificación, los objetivos y la hipótesis. Se hizo énfasis a la relevancia social,

de utilidad práctica y de beneficios que le puede aportar la transformación curricular que lleva a cabo la Universidad de Panamá a la sociedad panameña

En el **segundo capítulo**, denominado Marco Teórico, se exponen aspectos concernientes al tema de estudio, consultado en una amplia bibliografía que ilustra las concepciones teoricas que fundamentan el estudio Se seleccionó autores profesionales en el contexto del área curricular y formación por competencias, **Casarini (1999)**, que analizò la complejidad del tema curricular tanto en lo teórico como en la práctica, **Zabalza (2003)**, expresa que el curriculum es un proyecto formativo que se pretende llevar a cabo en una institución, en este caso la Universidad, **Díaz Barriga (2005)**, examina el significado de curriculum y lo interpetra como un conjunto de experiencias que se promueve en el aula con la guía del docente, **Tobòn (2008)**,comparo los criterios que se utilizan para evaluar el desempeño profesional de la competencias y demostró el manejo de elementos de calidad determinados por el mercado laboral

En el **capítulo tercero**, se tratan los aspectos metodológicos que incluyen el tipo de estudio, fuentes de información, las variables, la población, la muestra del estudio y la instrumentalizacion de las variables

Los instrumentos para este estudio fueron encuestas realizadas a docentes, egresados y empleadores y las matrices de la estructuracurricular del Plan de Estudio de la Licenciatura en Relaciones Publicas año 2008 (vigente) y 2014 (propuesta)

En el **capítulo cuarto** análisis de resutados se presentan los resultados de las encuestas ,y de las matrices

Como parte final de la investigación se presentan las conclusiones y las recomendaciones

A propósito de los nuevos y constantes cambios que la globalización y la innovacion tecnológica imponen a las sociedades de hoy, las exigencias de competitividad y productividad en los procesos conducen a repensar cómo las instituciones educativas logran enfrentar y adaptarse a las demandas del mercado laboral

Para este estudio se hizo una búsqueda exhaustiva de investigaciones similares, pero no hubo hallazgos como tal. Sin embargo, se hizo uso de algunas dirigidas a Relaciones Públicas de otras universidades que sirvieron para poder orientar este estudio tal es el caso de la investigación realizada por **Cesar Sánchez Olavarría (2014)**, argumenta que estudios realizados sobre temas de egresados constituyen un mecanismo valioso para evaluar los productos que se forman en la universidad y son parte importante en el proceso de retroalimentación de las universidades, debido a que permiten identificar las amenazas, debilidades y oportunidades en la formación de los egresados para mejorar los Planes de Estudios en el proceso de formación y su vinculación con el mercado laboral.

El objeto de estudio es el plan de estudio tanto del año 2008 como 2014 de la Licenciatura de Relaciones Públicas. Consiste en una revisión de las competencias requeridas por el mercado laboral de la ciudad de Panamá. Se analiza el desempeño de los egresados con relación a los conocimientos, actitudes, valores y destrezas que exige el mercado laboral.

En esta investigación se presentó una limitante como fue el acceso a los egresados de la especialidad de Relaciones Públicas, ya que la mayoría se encontraban dispersos en diferentes instituciones públicas y la empresa privada, por tal motivo se compartió con quienes estuvieran interesados en aportar.

**CAPÍTULO N° 1**  
**ASPECTOS GENERALES**

## **1 1 Antecedentes**

Al hacer una revisión preliminar sobre el objeto de estudio, no se encontraron investigaciones o estudios similares, en cuanto a pertinencia sobre planes de estudio y competencia laboral, no obstante, existen tesis y trabajos monográficos que están orientados a las relaciones públicas

Lo más cercano que se encontró es el que presenta **Armendáriz (2015)**, en la revista electrónica /revistarelacionespublicas una es, quien expresa que el nuevo perfil del profesional de la comunicación y las Relaciones Públicas tiene una mirada desde la perspectiva del mercado laboral. Plantea, además, que las ofertas de trabajo publicadas por las propias empresas para cubrir los puestos relacionados con el campo de la Comunicación y las Relaciones Públicas aportan la visión del propio mercado. Considera que las competencias laborales exigidas a estos profesionales son una alternativa para lograr mejores resultados en la formación de la carrera de Relaciones Públicas

La investigación realizada por **Olavarría (2014)**, sobre Los egresados de comunicación y el mercado laboral un estudio de trayectorias profesionales presenta una disertación interesante del tema de este estudio la cual es proporcionar parámetros del nivel de aceptación de las Relaciones Públicas y a la vez suministrar información sobre la inserción, el desempeño laboral y la formación de los egresados de la licenciatura de Relaciones Públicas

Estudios realizados por la **Auz Vera (2014)**, expresan que puede ser de utilidad para profesionales de la carrera de comunicación o relaciones públicas y universidades las ofertas curriculares en dichas carreras. Plantea la autora que el campo profesional apunta desde la perspectiva de los empleadores y profesionales que exponen las competencias dominantes, emergentes y decadentes y características del mercado laboral

**Merino Vigil (2012)**, en su trabajo de investigación Rediseño de la currícula de relaciones publicas bajo enfoque de formación de competencias laborales, señala que se observa poco o ningun interés de estudiantes por optar por esta profesión, tanto así que en muchas universidades mexicanas se han cerrado programas Sin embargo, realizo una muestra de la ciudad de Chiclayo, y arrojó que el 90% de las plazas de relacionistas publicos son ocupadas por personal empirico o con preparación profesional diferente a la mencionada Plantea que al analizar el entorno profesional internacional en el ámbito de las relaciones publicas se han adoptado o creado técnicas y herramientas indispensables para el desenvolvimiento empresarial e institucional, es por eso que considera indispensable un rediseño curricular de la Carrera de Relaciones Publicas para repotenciarla y dotarla de instrumentos que permitan convertirla en una carrera competitiva y de actualidad

La revisión de los estudios realizados por **Marco Tulio Mallorga (2010)**, manifiesta que la metodología del estudio se basa en la técnica de análisis de contenido del currículo formativo de los planes de estudio del grado de relaciones publicas Plantea que los resultados de la investigación revelan que las relaciones publicas en las universidades españolas ganan presencia (20%), mientras que en México no es tan fuerte (14%) y se sitúan por detrás de los cursos de Mercadotecnia, Economía, Administración y Negocios El autor señala, por otro lado, que un hecho trascendental para los estudios de comunicación en México ha sido la creación del modelo educativo de las universidades interculturales

Además expresa que en dichas casas de estudio se oferta la carrera de Comunicación Intercultural, en la que se imparten las asignaturas de Comunicación, Publicidad, Mercadotecnia y Periodismo



## **1 2 Planteamiento del problema**

La Facultad de Comunicación Social forma profesionales de Relaciones Públicas desde hace más de 45 años, no obstante, todavía persiste en el campo laboral tanto en el sector público, como el privado, personas no idóneas que ejercen la profesión. Aunque en el sector público algunas instituciones se rigen por la carrera administrativa dando prioridad a los profesionales idóneos.

Se reconoce que el profesional de las relaciones públicas debidamente formado tiene ventajas al tener la formación académica universitaria, que le proporciona las bases para desempeñarse con propiedad en el campo laboral.

**Gólcher (2009)**, en su libro *Agenda de Comunicación*, dice que el ejercicio de las Relaciones Públicas a nivel gubernamental en Panamá no figura entre las más ocupadas por los relacionistas públicos, además dichas plazas son ocupadas por profesionales del periodismo.

La situación descrita infringe la ley 21 de 18 de junio de 2008 que regula el ejercicio de las relaciones públicas, donde explica taxativamente en el artículo 10 lo siguiente: Para ejercer la profesión de Relaciones Públicas en la República de Panamá se debe poseer diploma universitario en Relaciones Públicas expedido por las facultades de comunicación social de las universidades oficiales y particulares.

La Doctora Maritza Mosquera de Sumich, especialista en relaciones públicas, publicó en el diario *la Prensa de Panamá* (**junio 19 de 2014**), un artículo sobre las Relaciones Públicas e Imagen de Gobierno, donde hace referencia a que las relaciones públicas en el engranaje gubernamental están orientadas principalmente a brindar información al público interno y externo sobre los proyectos y realizaciones sectoriales o sobre las actividades del Poder Ejecutivo.

Con relación a este tema no queda claro en que se está fallando si es que el plan de estudio de la carrera no llena las expectativas o hay una deficiente preparación por parte del docente para formar profesionales que sean competentes a las exigencias del mercado laboral

El plan de estudio de 2008 (vigente) de la Licenciatura en Relaciones Publicas tiene una duración de 4 años en el turno diurno y 6 años en el turno nocturno Está estructurado en 8 semestres, lo que representa en horas de formación, 233 horas teóricas, 106 horas prácticas y 44 horas de laboratorio un total de 3,728 horas en modalidad presencial Este plan se está reestructurando, para bajar la cantidad de horas que representa un total de 3,728 y cuenta con 39 materias fundamentales del plan de estudio y tiene un total de 164 créditos

El plan de estudio 2014 (**propuesta**) está diseñado para culminar la carrera en tres años y medio, se ha estructurado en (7) siete semestres incluyendo dos (2) de verano Cuenta con 148 créditos en horas de formacion teóricas y practicas sumando un total de 3,104 horas

Tomado en cuenta las anteriores consideraciones, el planteamiento de la investigación responde a la siguientes preguntas

- 1 ¿Cuáles son las competencias establecidas en el plan de estudio 2008 (vigente) y 2014 (propuesta) del profesional de Relaciones Publicas de la Universidad de Panamá y su correspondencia con las exigencias del mercado laboral en la ciudad de Panamá?
- 2 ¿Cuál es la diferencia entre el plan de estudio 2008 (vigente) y el plan de estudio 2014 (propuesta) ?
- 3 ¿Cómo se relaciona el diseño curricular del plan de estudios 2014 con las necesidades del mercado laboral?

- 4 Es pertinente el Plan de estudio propuesto en el 2014 con las necesidades del mercado laboral expresado en las encuestas?
- 5 Qué cambios significativos se requieren a la propuesta del año 2014

### **1 3 Justificación**

La Universidad de Panamá, ha mostrado en los últimos años interés por expandir las ofertas académicas, la cual está dentro del proceso de transformación curricular que promueve la implementación de nuevas carreras con la finalidad de diversificar sus ofertas y darles mejor oportunidad a los estudiantes en la elección de la carrera que les permita incursionar en el mercado laboral panameño

En este marco, la Facultad de Comunicación Social realiza una revisión de sus planes de estudios y una de las carreras que se somete a esta revisión es la de Relaciones Públicas, cuyo plan de estudio data del año 2008, el cual se logra actualizar en el 2014, y se inscribe en el nivel de propuesta

El aporte de la investigación para la Facultad de Comunicación social será obtener insumos para potenciar la carrera de Relaciones Públicas que reforzarán lo expresado en la nueva propuesta curricular del 2014. De igual forma se beneficiarán los estudiantes y la Escuela de Comunicación Corporativa, de la Facultad de Comunicación Social, ya que contará con elementos de juicio para hacer ajustes al plan de estudio de la Carrera de Relaciones Públicas

La contribución de esta investigación es detectar indicios en función de aplicar medidas correctivas de ser necesarias al Plan de Estudio 2014 (propuesta). Por tanto, con este estudio se prevé cambiar la crisis estructural y formativa, que incide en un posible desfase entre los conocimientos impartidos y las necesidades del mercado laboral

La utilidad de esta investigación permitirá apoyar a otros estudios que se puedan hacer para realizar otros diseños curriculares en la Facultad de Comunicación Social

De igual forma los resultados de la investigación ayudarán a resolver los problemas que afronta el plan de estudio de la Carrera de Relaciones Publicas. Por ello es necesario disponer del conocimiento para contribuir a este logro a través de la revisión de las competencias que requiere el campo laboral

Se pretende con este estudio investigar en que estado se encuentra la relación oferta y demanda de la Licenciatura de Relaciones Publicas, tomando en consideración la muestra de egresados de los años (2012-2014), y con este analisis aportar indicios de posibles causas de la ocupación laboral de egresados de otras disciplinas tanto en el sector publico como la empresa privada

Por lo antes explicado el estudio es relevante porque permitirá valorar la correspondencia entre la formación academica adquirida por el egresado, el perfil del egreso, frente a las competencias requeridas en el mercado laboral

Así mismo el estudio podría apoyar a otras teorías en el ámbito de la estructura curricular, tomando en consideración el diagnóstico sobre la inserción, el desempeño laboral y la formación recibida por los egresados de la licenciatura de Relaciones Publicas y las competencias requeridas por el mercado laboral

#### **1.4 Objetivos Generales y Especificos**

##### **1.4.1 Objetivos generales**

- 1 Analizar la oferta académica de la licenciatura en Relaciones Publicas segun las exigencias del mercado laboral
- 2 Valorar las necesidades requeridas por el mercado laboral

#### **1 4 2 Objetivos Específicos**

- 1 Identificar la importancia que el profesional de las relaciones publicas le da al área de formación académica durante su carrera universitaria
- 2 Comparar la distribución de las asignaturas del plan de estudio 2008 (vigente) con el plan de estudio 2014 (propuesta)
- 3 Analizar el plan de estudio 2008 (vigente) y el perfil de egreso de la Carrera de Relaciones Publicas y establecer comparaciones en el plan de estudio 2014 (propuesta)
- 4 Verificar las competencias exigidas por los empleadores en el área de las relaciones publicas en el ámbito laboral
- 5 Proponer modificaciones necesarias en el curriculum de la Carrera de Relaciones Publicas segun el resultado obtenido

#### **1 5 Alcance, delimitación y limitaciones**

La investigación se circunscribe al estudio comparativo del Plan de Estudio año 2008 (vigente) y 2014 (propuesta) de la Carrera de Relaciones Publicas de la Universidad de Panamá y las competencias requeridas por el mercado laboral, ciudad de Panamá, con la finalidad de establecer mecanismos para mejorar o considerar los elementos valiosos que se obtengan de la investigación

##### **1 5 1 Delimitación**

Este estudio se realizara en la Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, con los egresados, y docentes de la Carrera de Relaciones Publicas, así como a empleadores de la ciudad de Panamá Se analizarán 15 asignaturas fundamentales del Plan de Estudio 2008 (vigente) y de 2014 (propuesta)

##### **1 5 2 Limitaciones**

Algunas de las limitaciones que se considera importante recalcaren esta investigación, es el acceso a los egresados de la especialidad de relaciones

publicas para recabar información en relación al desempeño profesional, ya que la mayoría se encuentran dispersos en diferentes instituciones publicas y la empresa privada

### **1.6 Hipótesis de Trabajo**

Para efectos de esta investigación se utilizará la hipótesis siguiente

**Las competencias del plan de estudio 2008 (vigente) de la carrera de Relaciones Públicas corresponden a las competencias exigidas por los empleadores en el mercado laboral**

**CAPÍTULO No 2**  
**MARCO TEÓRICO**

En este apartado se presenta el marco teórico que sirve de fundamento a la investigación y se revisarán conceptos fundamentales que orientan el tema de estudio, y respondan al manejo de conceptos utilizados en la investigación

## **2 1 Conceptos**

### **2 1 1 Curriculum**

Existe una buena cantidad de definiciones sobre el concepto de curriculum que permiten responder a preguntas como ¿qué enseñar? ¿Cuándo enseñar? y ¿qué, cómo y cuándo evaluar?

El curriculum permite la previsión de las cosas que hemos de hacer para posibilitar la formación del alumno, el concepto currículo o curriculum término latino, con acento por estar aceptado en español en la actualidad, se refiere no solo a la estructura formal de los planes y programas de estudio, sino a todo aquello que está en juego tanto en el aula como en la escuela

**Díaz Barriga (2005)**, hace referencia al término curriculum como un conjunto de experiencias educativas que se promueven en el aula a partir del trabajo docente

**Bataller Sala (2009)**, relaciona curriculum con los contenidos de enseñanza, plan o guía de la actividad escolar, experiencia escolar explícita e implícita, disciplinas o campos de estudios y función social y política

Es importante manifestar que las definiciones antes descritas llevan a valorar el curriculum como un proceso de formación integral donde participan actores que ayudan a contribuir los procesos académicos y ponen en práctica las políticas institucionales en el ámbito educativo

Muchos autores definen el curriculum como procesos académicos, **Pansza (1988)**, lo relaciona con una serie estructurada de experiencias de aprendizaje



que en forma intencional son articuladas con una finalidad concreta producir los aprendizajes deseados Señala Pansza que el curriculum no debe verse como un programa o producto que hay que aplicar, sino más bien como un compendio de aprendizajes que involucra la cultura, el intelecto donde se integre el docente y discente

**Santiváñez Lima (2012,p 32)**, define curriculum “como un conjunto de elementos o unidades interrelacionadas, que a su vez interactúan a través de distintos procesos para lograr un objetivo común como la formación integral del educando”

**Zabalza, M A (2003)**, apunta a que el curriculum es un proyecto formativo que se pretende llevar a cabo en una institución formativa, en este caso la Universidad

**Maldonado (2003)**, señala que el curriculum es la concreción pedagógica y didáctica del proyecto institucional, que toma como fuente principal la caracterización de la comunidad educativa

A manera de síntesis el curriculum tiene aspectos diferenciados y al mismo tiempo interconectados como lo es el diseño y la acción que implica una concepción de la realidad, del conocimiento y del aprendizaje

## **2 1 2 Competencias**

La educación basada en competencias se originó a finales del año 1970 en los países industrializados Desde la época de los años 80 la formación por competencias adquirió mayor peso institucional, por su vinculación con un proceso de transformación, el interés de las universidades era vincular el sector

productivo con el educativo. A continuación se presenta algunas definiciones de estudiosos del tema

**Zabalza (2005)**, reconoce que el término competencia es como novedades que ha traído consigo el proceso de convergencia y está creando poca confusión y controversia

**Cabero (2005)**, afirma que las competencias determinan las capacidades a adquirir en tres ámbitos: conocimiento, ejecución y actitud. Conceptualizar estas capacidades se pueden desglosar en saber, saber hacer y saber actuar

En cuanto a los planes de estudio (2008-2014) de la carrera de Relaciones Públicas se le han hecho modificaciones para actualizar los contenidos y los profesores procuran introducir nuevos elementos conforme a los avances tecnológicos tratando de ajustarlo a la demanda del mercado laboral, a las competencias que requieren los empleadores en la inserción de los egresados del área de Relaciones Públicas

Todas las competencias están adscritas al desempeño profesional donde juega un papel muy importante el docente como formador del estudiante, pero hay una verdad que no se puede obviar, y es que el docente no tiene claro cómo puede gestionar las competencias presentes en el modelo curricular, debido a que no incorpora la gestión y su ejecución desde el punto de vista del contexto de la realidad laboral

En las competencias vinculadas al aprendizaje se destacan los conocimientos en los conceptos y características de las relaciones públicas, donde tenga el estudiante la capacidad de abstracción, análisis y síntesis, y la capacidad de plantear y resolver problemas propios de la disciplina

Las competencias tienen implicaciones sobre la planificación y el desarrollo de la enseñanza y el aprendizaje, es por ello que el diseño curricular se debe construir desde una perspectiva global donde se deja de manifiesto lo que el estudiante debe saber, lo que debe saber hacer y las actitudes académicas y profesionales que debe conseguir como resultados de aprendizaje

**Levy-Lebayer (1997)**, explica que hay tres formas de adquirir y desarrollar las competencias : 1) en la formación previa, antes de la vida activa y fuera del contexto del trabajo, 2) a través de cursos de formación continua 3) durante la vida activa y por el ejercicio mismo de una actividad profesional

**Hernandez Pina (2009)**, en su texto *Aprendizaje y Competencias una Nueva Mirada*, argumenta con relación a las competencias de acción profesional que están configuradas por diferentes dimensiones interrelacionadas, el saber, el saber hacer, el saber estar y el saber ser

Es oportuno mencionar que las competencias deben integrarse con metodologías y recursos a la realidad del estudiante, en este sentido el docente de la Universidad de Panamá, se enfrenta al desconocimiento y poca utilización de las metodologías activas estratégicas, tal es el caso de los editores de ePortafolios, herramienta virtual que le permite al docente organizar sus clases y compartir la información con sus estudiantes

Se toma como ejemplo el ePortafolio, porque se considera que esta técnica facilita la construcción y afianzamiento de la capacidad autocrítica del estudiante, ya que integra la planificación, monitoreo y valorización de su propio aprendizaje. Además permite desarrollar destrezas colaborativas entre los

estudiantes, resolución de problemas, estudio de casos y aprendizaje basado en problemas

**Gallegos (2009)**, argumenta que el ePortafolio permite a docentes y estudiantes crear y gestionar un espacio virtual con las realizaciones personales, académicas y profesionales e incorpora una valoración y justificación de su importancia

**Mellado (2007,p 86)**, analiza el “ePortafolio desde distintas dimensiones recursos pedagogicos, inclusión y revisión de evidencias, intervención en el aula, análisis criticos, retroalimentación, evaluacion de procesos, autoevaluación, interacción e instrumentos de evaluación”

Las competencias son necesidades y demandas de la formación académica, los titulados universitarios tienen, nada más que finalizar sus estudios con unas atribuciones profesionales específicas, entendidas como un conjunto de competencias profesionales que les reconoce y otorga la Institución Educativa que les capacita cómo trabajadores por cuenta propia o ajena, llevar a buen fin una actividad profesional concreta

**Salas (2009)**, al referirse a la formación por competencia propone a la docencia el cambio de metodologías trasmisionistas a metodologías centradas en el estudiante y en el proceso aprendizaje Salas argumenta que el docente debe implementar metodologías activas para transmitir la información efectiva al estudiante y este último la procese para ponerla en práctica con criterios competentes

En este sentido **González (2001)**, explica sobre las competencias profesionales y las relaciona con el nuevo paradigma de la globalización, al igual con la

ejecución de tareas y la finalización exitosa de una actividad, donde se combina lo cognoscitivo, lo afectivo y lo conductual

### **2 1 3 Relaciones Públicas**

El objeto de estudio de la investigación es la profesión de Relaciones Públicas como pilar fundamental en el estudio comparativo del plan de estudio año 2008 (vigente) 2014 (propuesta) en la formación académica y las competencias requeridas por el mercado laboral

Es importante definir el concepto de Relaciones Públicas con el propósito de brindar un marco referencial sobre la profesión, al igual que el estudio comparativo del plan de estudio (2008) con los elementos de su diseño curricular, orientación y enfoque considerando los parámetros de las competencias en el mercado laboral

Como acontecimiento histórico las Relaciones Públicas se remontan a la antigüedad, pues ya en las sociedades tribales eran utilizadas en cierto modo para promover el respeto a la autoridad del jefe

Pero no fue hasta la época de 1900-1919 donde surge la figura de Ivy Lee como padre práctico de las relaciones públicas. Lee contribuyó sobremanera al crecimiento de la profesión, puesto que inició una política de puertas abiertas destinada a informar al público. Y surge en ese mismo periodo la destacada figura de Edward Bernays como padre teórico de la profesión

**Margallón (2006)**, en su obra *Concepto y elementos de las Relaciones Públicas*, enuncia las Relaciones Públicas como una actividad o función que implica unos esfuerzos de los que se obtendrán unos resultados y como actividad que implica un tiempo de duración y de coherencia, la mayor parte de las definiciones

reconocen que las relaciones publicas son una función de dirección, su objetivo es la opinion publica y sus receptores los publicos internos y externos

Es importante resaltar el valor de las Relaciones Publicas en el ámbito empresarial tal como lo indican **Barro, (2010,p 36)**, quienes expresan que " Las Relaciones Publicas constituyen una de las actividades organizacionales de nuestros tiempos Las Relaciones Publicas interpretan el entorno de una empresa, son la antena, el radar, y la conciencia para la toma de decisiones relacionadas con la integración de la empresa a la comunidad"

Segun Barro y Jiménez las Relaciones Publicas ayudan a las empresas a anticipar y enfrentar la crisis de la organización, son preventivas en materia de comunicación

La autora **Triadú (2010,p 25)**,dice que las " Relaciones Publicas se tratan de una materia interdisciplinaria que necesita de otras muchas disciplinas para buscar soluciones efectivas a los problemas que le sobrevienen"

Se resalta que las Relaciones Publicas para Triadu se define desde la postura que pertenecen al conjunto de las ciencias sociales como una materia interdisciplinaria a través de las ciencias de la comunicación

## **2 2 Modelos curriculares**

Los modelos curriculares, se visualizan como marco referencial a una innovación moderna de las universidades, es decir los diseños curriculares se estructuran bajo las premisas de la flexibilidad, la creatividad donde el enfoque que se le designa es el de concebir a la institucion universitaria como el nicho de la transformación vigente de cambio para mejorar la enseñanza aprendizaje a nivel de la educación superior

**Díaz Barriga Arceo (2013,p 2)**, define modelo curricular “como un proyecto curricular en el contexto de una institución dada es complejo y multideterminado, e implica no solo la tarea de implantación del mismo, sino un cambio sistemático en la organización educativa en su conjunto”

**Barrón (2014)**, expresa que el modelo curricular se relaciona con una organización académico-administrativa flexible apoyada en las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación e intenta promover el desarrollo de las capacidades intelectuales de los estudiantes para enfrentar los cambios económicos y culturales

Los modelos curriculares deben ser justificados sobre cuestiones del currículo y de la enseñanza, debe tomar en cuenta el contexto social, político, cultural, económico basado en competencias

### **2 2 1 Modelo Pedagógico de la Universidad de Panamá**

Los paradigmas psicopedagógicos inspiran el modelo educativo de la Universidad de Panamá que tiene claramente establecidos sus objetivos para transformación integral, cuenta con un plan estratégico, que sirve de referencia al diseño y desarrollo de planes estratégico en cada una de sus unidades académicas

El modelo pedagógico de la Universidad de Panamá contiene lo siguiente la estructura académica, modalidades de estudios y créditos, los planes y programas de estudios, académicos y formación continua

El contexto de la Universidad de Panamá presenta un documento orientador e integrado de las estrategias y concepciones que lo definen en el siglo XXI Este modelo pedagógico implementará áreas de estrategias que aseguran el cumplimiento de estos fines y objetivos de la institución Se fundamenta en

paradigmas de aprendizaje donde el acento está puesto en todas formas de aprendizaje, considerando los cuatro pilares de la educación del futuro aprender a saber, aprender a hacer, aprende a ser, aprender a convivir a lo largo de toda la vida lo que obliga a la educación permanente

Está diseñado para un sistema abierto, complejo y sistemático, estructurado desde el diagnóstico situacional del contexto social, las necesidades del contexto y los fundamentos del curriculum, es decir está bajo el fundamento de la demanda laboral

Este modelo pedagógico permite a la institución cumplir con el compromiso desde la perspectiva de su misión, visión y valores

La revolución digital ha cambiado la forma de comunicarnos La conducta de los públicos destinatarios no es la misma de hace unos años, generando profundos cambios en las organizaciones y obligándolas a adaptarse a las modificaciones que se suceden en materia de comunicación a diario y desafiándolas a generar una relación interactiva y constante con públicos cada vez más demandantes

Los profesionales vinculados a la comunicación y a las relaciones públicas están profundamente involucrados en este proceso de cambio Todo el bagaje técnico y las capacidades aprendidas hasta el momento han tenido que ser readaptadas a estas nuevas formas de interrelación entre las organizaciones y sus públicos

Sin embargo la estructuración académica no avanza en los temas de competencias y su desarrollo, el término competencias se le asocia a la acción que realiza el sujeto, pero no visualizamos la formación en el desarrollo de las competencias



### **2 2 2 Diseño curricular**

El enfoque complejo, del diseño curricular consiste en construir de forma participativa y con liderazgo el curriculum, con el proposito de buscar seres humanos integrales con claro proyecto ético de vida y espíritu emprendedor

Cuando se trata de temas del diseño curricular se observa que éste, permite el análisis de las dimensiones enfocadas a la parte externa o social donde se plantea que el currículo debe tomar en cuenta las necesidades sociales del contexto inmediato y del país en general, además las tendencias mundiales, las necesidades de desarrollo económico y político del país, las ofertas curriculares similares y las características de la población

Los diseños curriculares elaborados para el nivel superior deben ser estructurados desde el punto de vista de las competencias, en síntesis se debe elaborar un plan de estudios acorde con su nivel y jerarquía, que oriente y facilite en los alumnos el desarrollo de las competencias, según su marco de fundamentación, para cada programa educativo

**Salas (2009)**, expresa que diseñar un currículo por competencias implica construirlo sobre núcleos problemáticos al que se integran varias disciplinas y se trabaja sobre procesos y no sobre contenidos

**Tobón (2008)**, el diseño curricular desde el enfoque complejo en diversas instituciones de educación básica, media y superior pretende formar personas integrales con claro proyecto ético de vida, espíritu creativo, investigador y de emprendimiento, y con competencias para desempeñarse con idoneidad en los diversos campos del quehacer profesional

Segun Tobón queda evidenciado que el diseño curricular tiene la esencia del trabajo en equipo, liderazgo y cumple con los procesos de formación de profesionales por competencias

En el diseño curricular de la licenciatura de Relaciones Publicas se incluyen otras disciplinas como son la psicología, la sociología, el área de las humanidades que juntas con el área de la comunicación, trabajan para lograr el proceso de enseñanza aprendizaje de forma integral en los estudiantes de la carrera de Relaciones Publicas

La Universidad de Panama realiza grandes esfuerzos para lograr las competencias necesarias con la finalidad de garantizar un profesional competente, para ello implica involucrar al docente como el orientador en el proceso de formación competitiva del estudiante

### **2 2 3 Etapas del Diseño Curricular**

Los diseños curriculares establecen las relaciones del profesional y su entorno laboral, ya que el contexto requiere de profesionales con dominio de herramientas, que tenga responsabilidad social, perseverancia, que aporten soluciones de los grandes problemas sociales del país

En este sentido **Díaz (2010)**, manifiesta que el Diseño Curricular debe dividirse en cuatro etapas la fundamentación de la carrera profesional, la elaboración del perfil profesional, la organización y estructuración curricular y la evaluación continua curricular

Díaz, enuncia la fundamentación de la carrera profesional, situando la carrera a la realidad y su contexto social, en la elaboración del perfil profesional, por eso es necesario fijar las metas que se quieren alcanzar con relación al profesional, como lo son las habilidades y conocimientos que poseerá el egresado de la

carrera La etapa de organización y estructuración curricular está constituida por los conocimientos y habilidades para lograr los objetivos de los contenidos del programa y la evaluación continua del currículo es importante en cuanto a los avances disciplinarios basados en las necesidades de la formación profesional

### **2.3 Clasificación de las competencias**

Los especialistas del Centro Interamericano de Investigación y Documentación sobre Formación Profesional (CINTERFOR/OIT) clasifican las competencias en tres grupos, competencias básicas, competencias genéricas y competencias específicas

Las competencias básicas son las que se adquieren como resultado de la educación básica, por ejemplo las habilidades para la lectura, escritura, comunicación oral, matemáticas básicas

Las competencias genéricas, son las que se refieren a comportamientos laborales propios de desempeños en diferentes sectores o actividades, y usualmente relacionados con la interacción hacia la tecnología de uso general, tal es el caso del manejo de algunos equipos y herramientas o competencias como la negociación, la planeación, el control, la interacción con clientes, y otras

Las competencias específicas, están directamente relacionadas con el ejercicio de profesional concreto y no son fácilmente transferibles de uno a otro ámbito, dadas sus características tecnológicas. Es el caso de competencias como la operación de maquinaria de control numérico, el chequeo de pacientes, la elaboración de estados financieros

**Fernández y Nyssen (2009)**, concretan que las competencias específicas son aquellas que se relacionan con áreas temáticas, las competencias genéricas son

aquellas de carácter transversal que deben incluirse en cualquier título de un determinado nivel educativo y las competencias básicas son de carácter general en la enseñanza secundaria

De acuerdo a este planteamiento poseer capacidades no significa ser competente hay que complementar con elementos combinados e integrados en el proceso de aprendizaje

El autor **Bunk (1994)**, expresa que las competencias pueden ser formales y reales, siendo la primera la atribución concedida y la segunda como capacidad adquirida, esto lleva a clasificarlas en cuatro grupos de sub-categorías la técnica metodológica, social y participativa que relacionan lo personal junto lo profesional

<b>Tabla 2 Contenidos de las competencias</b>			
<b>Competencia técnica</b> -Continuidad	<b>Competencia metodológica</b> Flexibilidad	<b>Competencia social</b> Socabilidad	<b>Competencia participativa</b> Participación
Conocimientos destrezas aptitudes	Procedimientos	Formas de comportamiento	Formas de organización
transciende los límites de la profesión	procedimiento de trabajo variable	individuales	capacidad de coordinación
relacionada con la profesión	solución adaptada a la situación	disposición al trabajo	capacidad de organización
profundiza la profesión	resolución de problemas	capacidad de adaptación	capacidad de relación
amplía la profesión		capacidad de intervención	capacidad de convicción
relacionada con la empresa	pensamiento trabajo planificación realización y control autónomos	interpersonales	capacidad de decisión
	capacidad de adaptación	disposición a la cooperación	capacidad de responsabilidad
		honestidad	capacidad de dirección
		rectitud	
		altruismo	
		espíritu de equipo	
<b>Competencia de acción</b>			

---Fuente Bunk G (1994, p 10)

### **2 3 1 Enfoques curriculares basados en competencias**

En América Latina para la educación basada en competencias en el nivel superior las universidades se fundamentan en el Proyecto Tuning Educational Structures in Europe que significa afinar las estructuras educativas de Europa

El Proyecto **Tuning (2007)**, documento utilizado en la transformación de las reformas curriculares universitarias , clasifica las competencias profesionales en genéricas que incluye elementos de orden cognitivo como motivacional y se expresan a través de las denominadas competencias instrumentales, de orden metodológico o procedimental como las capacidades de análisis y síntesis , la capacidad de organización y planificación de la gestión de la información , las competencias personales como las de trabajo en equipo, las habilidades para relaciones interpersonales y el compromiso ético y por último las competencias sistemáticas que se manifiestan en el aprendizaje autónomo, las adaptaciones a nuevas situaciones y el liderazgo

El autor mexicano **Díaz Barriga (2005)**, se refiere al enfoque curricular por competencia en el ámbito de la educación y se relaciona con la palabra formación académica, planes de estudio, propuestas educativas, términos que se presentaba como una opción a la alternativa para mejorar los procesos de formación académica

Para **Tobón (2008)**, los criterios que se utiliza para evaluar el desempeño son aquellos que establecen los resultados que una persona debe demostrar en el manejo de un elemento de competencias teniendo como base unos determinados requisitos de calidad. Ello posibilita determinar si una persona es competente en el manejo de un determinado elemento de competencia

La formación por competencia integra una política de gestión de calidad que asegure la formación acorde a los Proyectos Educativos Institucionales **Tobón**

**(2005)**, dice en su libro *Formación Basada en Competencias*, que existen cinco ejes de formación de competencias Ejes importantes aplicarlos en la responsabilidad de la institución, responsabilidad social, responsabilidad del sector laboral, responsabilidad familiar y la responsabilidad personal

**Casarini (1999)**, en su libro *Diseño y desarrollo del curriculum*, aclara la importancia del enfoque conductista y constructivista para enriquecer la comprensión de las competencias

La definición de Casarini es oportuna, debido a que en el enfoque conductista se toma en cuenta el desempeño del experto, mientras que el enfoque constructivista propone una integración entre la construcción de las competencias

**Mertens (2000)**, expresa que el enfoque de las competencias surgió en forma general, a raíz del requerimiento de las empresas de promover al aprendizaje organizacional, las competencias y la movilidad laboral

El tema de las competencias reconoce los contenidos como una estrategia o interactividad, donde se incluye la metodología y la evaluación de los aprendizajes

### **2 3 2 Formación de competencias para los profesionales de Relaciones Públicas**

Cada país demanda de competencias con sentido de responsabilidad ciudadana y de compromiso social La calidad en la educación superior es un proceso permanente para garantizar la formación de profesionales que respondan a las exigencias del desarrollo nacional, regional y global Su búsqueda es el mejoramiento continuo, lo que se constituye en un compromiso

ético permanente de las universidades tanto por las exigencias del mundo de hoy, como por su responsabilidad social

Por otro lado, el contexto laboral requiere de profesionales con dominio de herramientas investigativas, que tengan responsabilidad social, que este profesional al que la Universidad le da salida al mercado laboral contribuya a aportar soluciones a los grandes problemas sociales, empresariales, ambientales y tecnológicos entre otros

Las personas competentes tienen saberes y los utilizan de manera satisfactoria, en su contexto laboral. En el caso específico del relacionista público sus conocimientos adquiridos previamente, son el manejo de la imagen corporativa de las instituciones al igual que uso de técnicas y estrategias para lograr una buena comunicación e intervenir de mediador en los conflictos de la organización

La licenciatura de Relaciones Públicas integra la variedad del proyecto Tunng para América Latina y competencias específicas organizadas según área y dominio de competencias de tal forma que propicie el análisis y valoración de las situaciones, condiciones y posibilidades para el desempeño laboral, la comunicación de ideas, el manejo de información, la solución de problemas, trabajo en equipo, análisis e interpretación, planeación y negociación, pro activo, dinámico, capacidad de organización, idiomas, creativo e innovador, buenas relaciones interpersonales, además demostrar valores de honestidad, responsabilidad, solidaridad, confiabilidad, manejo de la tecnología, planificación del tiempo, hablar en público, manejo de crisis

El desarrollo de las competencias requieren de aprendizajes significativos que implica a los docentes abordar los procesos cognitivos e intelectivos dentro del

proceso de formación del estudiante, la gran importancia que tiene la participación del cuerpo docente para lograr la formación del estudiante

## **2 4 La Facultad de Comunicación Social**

### **2 4 1 Breve recuento histórico**

Los primeros cursos de periodismo que se dictan en la Universidad de Panamá, se remontan a la década de 1940, cuando el Doctor Octavio Méndez Pereira y el Doctor Jephtha B Duncan implementaron la carrera de periodismo a nivel superior, pero los cursos son cancelados en 1948 En 1954 en el Instituto Justo Arosemena, bajo la administración del profesor Federico Velásquez, por segunda vez se intenta crear la Escuela de Periodismo, lo cual no tuvo el éxito esperado

En 1959 era presidente del Sindicato de Periodistas de Panamá Don Ricardo Lince y la idea de crear una escuela de Periodismo ganó adeptos, y el 13 de noviembre de este mismo año con motivo de la toma de posesión, la nueva directiva presidida por el Lic Jorge E Turner impulsó el proyecto de Ley N°46 presentado a la Asamblea Nacional, aprobado el 24 de noviembre de 1959, por el cual se crea la escuela nacional de Periodismo de la Universidad de Panamá

Sin embargo, fue el 27 de julio de 1961, que inician formalmente los estudios de Periodismo a nivel de licenciatura en la Universidad de Panamá, al amparo de la Facultad de Filosofía, Letras y Educación, siendo su primer director, Don Gil Blas Tejeira, autodidacta, maestro del humorismo panameño y periodista por vocación

En 1970 se crea el Departamento de Ciencias de la Comunicación Social, y se incorpora la Escuela de Relaciones Públicas como carrera Para 1972, la



Junta de Facultad y el Consejo Académico de la Universidad de Panamá aprueban la carrera de Publicidad y la carrera intermedia de Radiodifusión

En 1978 el Gobierno Nacional establece un Decreto Ejecutivo para la formación de nuevos comunicadores sociales, publicistas y productores

El 13 de junio de 1984, mediante la Resolución N°7, el Consejo Académico de la Universidad de Panamá, crea la Facultad de Comunicación Social

La actualización de tecnología en los últimos años, ha permitido que la Facultad de Comunicación Social sea considerada una de las mejores unidades académicas de la región, equipada con tecnología de punta

La Facultad de Comunicación Social ofrece cinco carreras a nivel de licenciaturas Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad y Comunicación Audiovisual y Eventos y Protocolo Corporativo, además ha creado tres maestrías, en la especialidad de Publicidad Estratégica, Relaciones Públicas Corporativas y la Maestría en Periodismo Digital

La Facultad de Comunicación Social , cuenta con modernos laboratorios especializados en informática, televisión, con sus componentes de luces, consola de controles, islas de edición de video digital y por corte, cámaras de televisión digital, un laboratorio de sonido con estudio de grabación, y radioemisora con una programación de 24 horas al día, biblioteca especializada, servicios de Internet inalámbrico, laboratorio de fotografía digital, centro de investigación, salón de profesores con mobiliario adecuado, sala especial para la sustentación de tesis, con un moderno equipo de proyección, y el auditorio Gil Blas Tejeira con capacidad para más de 150 personas

La Facultad de Comunicación Social cuenta con modernos laboratorios de edición digital, con los programas utilizados en las empresas, específicamente en el área de la comunicación social, con estas herramientas el estudiante debe salir actualizado en las tecnologías digitales

La Facultad de Comunicación Social inauguró el 18 de junio de 2014, la televisión digital via web UPTV (Universidad de Panamá Televisiva), la organización política de UPTV está constituida por el Rector de la Universidad de Panamá, el Decano de la Facultad de Comunicación Social, la Secretaria Administrativa de la Facultad de comunicación Social, coordinación general y la coordinación ejecutiva

El objetivo de este canal de televisión digital es dar a conocer la labor y los aportes de la Universidad de Panamá a la comunidad universitaria, y la sociedad en general, contribuir con la formación académica y profesional de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social y fomentar la producción de programas que refuercen la identidad del país

### **Misión**

Cooperará con la institución universitaria, para que mantenga y acredite su prestigio y recta influencia ante la opinión pública nacional en asuntos de interés para toda la nación

### **Vision**

La Facultad de Comunicación social formará profesionales en el campo de las Relaciones Públicas, Periodismo, Publicidad y en Comunicación audiovisual y contribuirá significativamente para que la institución pueda cumplir la misión que le asigna la Ley, asegurar la continuidad, incremento, difusión y divulgación de la cultura nacional con miras a formar científicos,

profesionales y técnicos dotados de conciencia nacional, en aras del fortalecimiento de la independencia nacional y el desarrollo integral del país

## **2.5 La Licenciatura de Relaciones Públicas**

### **2.5.1 Creación de la carrera**

De esta manera la Facultad de Comunicación Social a través de la Escuela de Relaciones Públicas fomenta la apertura de la licenciatura en Relaciones Públicas como profesión. La primera Carrera de Relaciones Públicas fue creada en el año 1964 para brindar al profesional de esta disciplina las competencias necesarias para aplicar los conocimientos en la asesoría y planificación de las estrategias de relaciones públicas en diferentes organizaciones del estado, así como programas de acción que sirvan de interés a la organización y públicos.

La Escuela de Relaciones Públicas dentro de su estructura organizacional estuvo dirigida desde sus inicios por profesionales especialistas en la disciplina de las Relaciones Públicas tales como Manuel Barrios (Q e d p), Dr. Manuel Almengor (Q e d p), Leticia de Smead, Milciades Ortiz (coordinador encargado), Irma Hernández, Maritza Mosquera, Vielka Cervera, Edilma González, Mireya Binda y Héctor Rodríguez que actualmente es el director de la Escuela de Comunicación Corporativa.

En Consejo Académico ampliado en Reunión Extraordinaria No 37-13, celebrada el 7 de noviembre de 2013, en la Universidad de Panamá, aprobó el cambio del nombre de la Escuela de Relaciones Públicas por escuela de Comunicación Corporativa, dado que proporciona a los estudiantes mayores oportunidades en su vida laboral y mejores condiciones para su ingreso a cursos de perfeccionamientos profesional especializado.

A continuación se presenta la misión y visión de la escuela de Comunicación Corporativa, que alberga la carrera de Relaciones Publicas

### **Misión**

Lograr la formación de un profesional de las Relaciones Publicas que se distinga por su sólido bagaje teórico-práctico en esta carrera, de suerte tal que le permita generar proyectos y logros que cumplan cabalmente con sus responsabilidades y satisfaga plenamente las expectativas que de él se esperan y que sepa desarrollar su trabajo en armonía y estrecha colaboración con el resto de su equipo de trabajo, teniendo siempre como norte el proporcionar la respuesta adecuada en todo momento y la creación de las condiciones mas favorables en beneficio de quien requiera de sus servicios

### **Visión**

Procurar que la carrera de Relaciones Publicas constituya una llave idonea que forme debidamente al profesional que coadyuva en el buen éxito de un proyecto, de una persona, de una causa, de una campaña en general y lograr que la actualización e innovación se incorpore plenamente al profesional de las Relaciones Publicas a fin de que se convierta este en una persona facilitadora, tanto en sus acciones individuales como de conjunto

## **2 5 2 Fundamentos del diseño curricular**

La carrera de la licenciatura en Relaciones Publicas esta fundamentada en cuatro (4) disciplinas que juntas se interrelacionan en el diseño curricular la filosofía, la sico-pedagogia, la sociologia y la economía

En el aspecto filosofico las Relaciones Publicas son de vital importancia para la organización democrática, garantizan el respeto a las libertades individuales, el debate, la toma de decisiones en la comunidad, familia y el entorno laboral

En lo sicopedagógico las Relaciones Públicas responden a las necesidades de la sociedad, en la toma de decisiones estratégicas y aplicación de normas éticas de valores y principios para lograr la convivencia social

En lo que respecta a lo sociológico, las Relaciones Públicas interactúan con la opinión pública estableciendo vínculos de afinidad con los clientes, usuarios, colaboradores, accionistas y los públicos de interés

En lo económico permite elaborar presupuestos para desarrollar campañas corporativas de Relaciones Públicas. La publicidad y la mercadotecnia se fusionan para aumentar las ventas en beneficio de la organización

### **2.5.3 Objetivos de la licenciatura en Relaciones Públicas**

- Formar de manera integral al profesional de las Relaciones Públicas para contribuir al desarrollo del país en el campo de la investigación científica, diagnóstico, planeación, gestión y evaluación de las estrategias de relaciones y de comunicación corporativa, organizacional, integral y social, dotado de conocimientos, habilidades, actitudes y valores del más alto nivel y con sentido ético al servicio de organizaciones indistintamente de su naturaleza y objetivo
- Favorecer y establecer las estrategias de comunicación a seguir en cuanto a la creación de relaciones, vínculos, comunicación, responsabilidad de las organizaciones a las cuales sirva, con los públicos objetivos, los sectores productivos laborales, sociales, educativos, profesionales, agro-industriales, políticos, financieros, comerciales, entre otros, para conseguir credibilidad, confianza y

mejorar de una manera permanente la oferta académica la profesión de Relaciones Publicas y el desarrollo del país

- Promover una actuación profesional caracterizada por la eficacia, eficiencia y probidad para encontrar estrategias de convivencia que superen controversias e intereses diferentes a través del análisis y de la negociación

#### **2 5 4 Fundamentos legales**

La carrera de Relaciones Publicas de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, se fundamenta en la Ley **Nº 21 del 18 de junio de 2005**, que reglamenta el ejercicio de las Relaciones Publicas en la republica de Panamá

Esta Ley No 21 deroga la Ley 37 de 22 de octubre de 1980 La gaceta oficial del martes de 21 de junio de 2005, reconoce el ejercicio de las Relaciones Publicas para desarrollar las actividades inherentes a la profesión, de acuerdo con la naturaleza de la empresa o institución

La carrera de la licenciatura en Relaciones Publicas es la unica que posee ley de idoneidad en la Facultad de Comunicación Social Cito a continuacion el artículo No 2 que señala las actividades inherentes a la profesión de las Relaciones Publicas

- 1) La promocion de la mayor integración de las instituciones o empresas a la comunidad
- 2) La información y la orientación de la opinión publica sobre los elevados objetivos de una institucion o empresas
- 3) La informacion y la orientación de los ejecutivos de instituciones publicas o empresas privadas o mixtas en la formacion de politicas de Relaciones Publicas

- 4) El planteamiento, la coordinación o la ejecución de campañas de promoción e imagen, de protocolo y de opinión pública en general, así como también lo relacionado con el cabildeo
- 5) La investigación científica de las corrientes de opinión pública de promoción y de otros eventos que coadyuven al desarrollo de la profesión de Relaciones Públicas o que afecten su imagen
- 6) El asesoramiento de recursos humanos y comunicación organizacional y estratégica, así como en campañas de motivación y productividad
- 7) Las organizaciones de eventos corporativos o institucionales y conferencias de prensas
- 8) La dirección de la comunicación corporativa en las instituciones públicas y empresas privadas y mixtas, así como en los departamentos y direcciones, cuyas funciones sean la promoción de la imagen y la comunicación institucional o empresarial
- 9) El asesoramiento en materia de imagen personal o corporativa
- 10) La consultoría y asesoramiento de protocolo

### **2.5.5 El perfil del egresado de la Licenciatura en Relaciones Públicas**

El perfil se diseña en función de los fines acordados en las políticas de la sociedad contextual, que presenta requerimientos y exigencias de formación a las instituciones educativas

**Almanza (2008)**, describe el perfil de egreso como el instrumento del Plan de Estudios que define los rasgos esenciales, distintivos que debe poseer el egresado de una carrera

Las anotaciones de Almanza son valiosas, ya que le corresponde a las instituciones educativas a nivel superior garantizar a través del perfil del egresado los comportamientos sociales y éticos, plasmados en el Plan de Estudio, que refleje los requerimientos que exige la sociedad

**Casarini (1999,p 183)**,lo define de la siguiente manera "El perfil de egreso se construye con los conocimientos, habilidades, actitudes y valores requeridos para satisfacer las necesidades éticas, políticas y económicas en los ámbitos laboral y social"

La integración del perfil de egreso es importante para la estructura académica, modalidades de estudios y créditos, los planes y programas de estudio, acompañamiento académico y la formación continua de los estudiantes

La licenciatura de Relaciones Publicas describe el perfil del egresado en área de investigación, planificación, dirige y gestiona, controla y evalúa y de comunicación La profesión integra las siguientes habilidades, capacidades y valores

- 1) Comunicación de ideas
- 2) Manejo de la información
- 3) Solución de problemas
- 4) Trabajo en equipo
- 5) Análisis e interpretación
- 6) Negociación



**CAPÍTULO No 3**  
**MARCO METODOLÓGICO**

En el marco metodológico se describen los aspectos relacionados al tipo de investigación que caracteriza el diseño de este estudio, las fuentes de información utilizadas, la población y muestra, las definiciones conceptuales, operacionales e instrumentalización de las variables, se describen los instrumentos utilizados para recabar información y se presentan los tipos de análisis realizados a los datos recabados

### **3 1 Tipo de investigación**

Según el objeto de estudio se llevó a cabo una investigación se describen y analizan los planes de estudio del año 2008, vigente y la propuesta de 2014 de la licenciatura de Relaciones Públicas frente a las competencias requeridas por el mercado laboral

Como marco de referencia **Sampieri (2010)**, dice que es necesario hacer notar que los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, es decir se pretende medir las variables, las dimensiones del contexto o situación que sea sometida a análisis

Como pilar fundamental de la investigación se toma en consideración la de tipo cuantitativa, debido a que permite utilizar la información de forma directa según la naturaleza de los datos que se recogen para responder al problema

Es descriptiva porque se detalla en un tiempo dado lo que ocurre en función del perfil de los egresados al contrastarlo con el plan de estudio 2008 y es cualitativa porque se hará un análisis del perfil en función de las asignaturas fundamentales

Explorar significa irrumpir en un territorio desconocido. Por no encontrarse estudios realizados sobre este tema, se emprende una investigación exploratoria, para sustentar el objeto de investigación de este trabajo.

## **3.2 Fuentes de investigación**

### **3.2.1 Materiales**

En la investigación se utilizaron diversas fuentes de información clasificadas en fuentes primarias, tal es el caso de las encuestas realizadas a los profesores, estudiantes y a los egresados de la Carrera de Relaciones Públicas, bibliografías, diseño curricular, programas de estudios de la Carrera de la licenciatura de Relaciones Públicas, artículos de revistas especializadas en Relaciones Públicas y temas de currículo, y tesis, entre otros. Al igual las fuentes secundarias que consiste en resúmenes de documentos universitarios, compilaciones o referencias de información procesadas por las fuentes primarias. Se trabajó con matrices que aportaron información acerca de la malla curricular en cuanto al cumplimiento de los principios curriculares.

Otra información utilizada fue la suministrada por el departamento de Fundamentos de la Comunicación Social, al que pertenece la carrera de la licenciatura en Relaciones Públicas. También se consultaron los documentos y registros de la transformación curricular de la Universidad de Panamá e informes de los Pares Externos a la Facultad de Comunicación Social,

### **3.2.2 Población**

La población de la investigación comprende los profesores que dictan clases en la licenciatura de Relaciones Públicas y suman unos doce de la especialidad de Relaciones Públicas, así como a egresados los que conforma un grupo de ochenta y cinco distribuidos en los últimos tres años 2012, 2013 y 2014, la población de empleadores de instituciones públicas que hacen un total de 20 y

15 que son de agencias de relaciones publicas y que cuentan con oficinas de comunicación social

### **3 2 3 Muestra**

Para La muestra de la investigación se escogió a 75 egresados de la licenciatura de Relaciones Publicas que comprenden el periodo 2012 a 2014, diez docentes de la escuela de Comunicacion Corporativa, que son especialista en el área de la carrera de Relaciones Publicas, veinte empleadores divididos de la siguiente manera diez instituciones publicas y diez empresas privadas en la ciudad de Panamá

#### **3 2 3 1 Tipo de muestra**

Se trabajó con una muestra de tipo aleatoria, se enumeró y se hizo por tómbola a un grupo de la unidad de análisis, representada por los docentes de la especialidad de Relaciones Publicas, los egresados que comprenden el periodo 2012 al 2014 de la Carrera de Relaciones Publicas, quienes se localizaron a través de la oficina de Relación con el Egresado, y la coordinacion de Graduación de la Facultad de Comunicación Social

Por otra parte se efectuó un acercamiento con los empleadores de empresas privadas reconocidas a nivel nacional e internacional, instituciones publicas localizadas en el área del edificio de Plaza Edison, Loceria, donde se encuentran la gran mayoría de la instituciones del gobierno que tienen oficinas de comunicacion a su cargo egresados de la licenciatura en Relaciones Publicas de la Facultad de Comunicación Social Universidad de Panamá

### **3 3 Variables**

Las variables para esta investigación son

Variable independiente Las competencias del profesional de Relaciones Publicas

Variable dependiente Competencias requeridas en el campo laboral

### **3 3 1 Conceptualización**

#### **V I Las competencias del profesional de Relaciones Públicas**

Las competencias profesionales es el ejercicio que debe tener el relacionista publico de tal forma que propicie el análisis y valoración de las situaciones para el desempeño laboral, la comunicación de ideas, el manejo de información, la solución de problemas, trabajo en equipo ,análisis e interpretacion, planeación y la negociación son las competencias profesionales del relacionista publico

#### **V D Competencias en el campo laboral**

El autor **Gómez (2005)**, define como competencia laboral la capacidad para llevar a cabo exitosamente una actividad plenamente identificada

### **3 3 2 Operacionalización**

Para la operacionalizacion de las variables se presentan algunos indicadores que permiten medirlas y a su vez considerarlas para la elaboración de los instrumentos

**Cuadro N°1**  
**Operacionalización de variables**

Variables	Indicadores
<p>Variable Independiente: Competencias del profesional de Relaciones Públicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Redactar informes</li> <li>➤ Manejo de tecnología</li> <li>➤ Idioma ingles</li> <li>➤ Coordinación de actividades</li> <li>➤ Solución de problemas</li> <li>➤ Trabajo en equipo</li> <li>➤ Planificar el tiempo</li> <li>➤ Nuevas ideas y soluciones</li> <li>➤ Cuestionar ideas</li> <li>➤ Nuevas ideas y soluciones</li> <li>➤ Planificación del tiempo</li> <li>➤ Pensamiento analítico</li> <li>➤ Adquirir nuevos conocimientos</li> </ul>
<p>Variable Dependiente: Competencias en el campo laboral</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dominio del idioma inglés</li> <li>➤ Conocimientos teóricos y prácticos</li> <li>➤ Formación ética y valores</li> <li>➤ Actitud emprendedora y de liderazgo</li> <li>➤ Pensamiento crítico y creativo</li> <li>➤ Hábitos positivo de trabajo</li> <li>➤ Responsabilidad</li> <li>➤ Manejo de grupo</li> <li>➤ Innovación</li> <li>➤ Integración</li> <li>➤ Relacionarse</li> <li>➤ Iniciativa</li> </ul>

### 3 3 3 Instrumentalización de las variables

Para este estudio se trabajará con dos instrumentos una matriz para el análisis del diseño curricular del Plan de Estudio 2008 y del Plan de Estudio 2014 (propuesta) De las 38 asignaturas fundamentales, se tomarán 15 del plan de estudio 2008 y 15 del 2014 de la carrera de la licenciatura en Relaciones Publicas El otro instrumento es una encuesta que será aplicada a profesores, egresados y empleadores

### 3 4 Descripción de los instrumentos

**Cuadro N°2**  
**Relación de los Objetivos según Ítems e Instrumentos**

<b>Objetivos específicos</b>	<b>Encuesta de empleadores</b>	<b>Encuesta de profesores</b>	<b>Encuesta de egresados</b>	<b>Matriz</b>
1 Identificar la importancia que el profesional de las relaciones publicas le da al área de formación académica durante su carrera universitaria	1,2,9	6, 7,10	1,4	
2 Comparar la distribución de las asignaturas del plan de estudio 2008 (vigente) con el plan de estudio 2014 (propuesta)		2	7	
3 Analizar el plan de estudio 2008 (vigente) y el perfil de egreso de la carrera de Relaciones Publicas y establecer comparaciones en el plan de estudio 2014 (propuesta)		3,4,5 ,8	3,5	Matriz # 1 Plan de Estudio 2008 y Matriz No 3 Plan de Estudio 2014 Aspectos generales de las asignaturas

4 Verificar las competencias exigidas por los empleadores en el área de las Relaciones Públicas en el ámbito laboral	3,4,7,8	1	2,8	Matriz No 2 Plan de Estudio 2008 y Matriz No 4 Plan de Estudio No 4 Perfil de egreso, competencias genéricas, específicas y sociales
5 Proponer modificaciones necesarias en el currículo de la carrera de relaciones públicas según el resultado obtenido		9		

La encuesta estructurada para los profesores consistió en un instrumento de 10 preguntas de las que el 80% son dicotómicas y el 20% son de selección múltiple. En cuanto a las encuestas de los egresados, consistió en 9 preguntas donde el 90% de estas son dicotómicas y el 10% de selección múltiple. Se estructuró para los empleadores preguntas de las que el 70% eran de selección múltiple y el 30% de estas son dicotómicas. La matriz se presenta en un cuadro donde se coloca estructuras del diseño curricular del Plan de Estudio de 2008 y del 2014 y su correspondencia con los objetivos específicos de la investigación.

### **Confiabilidad y Validez**

La confiabilidad del instrumento aplicado se estructuró siguiendo los aspectos que señala **Córtese (2012)**. Los resultados de las respuestas fueron similares considerando que cada instrumento estaba destinado a una población específica. Sin embargo, un porcentaje elevado de las preguntas y/o ítems tenían mucha similitud, ya que estas tenían la finalidad de analizar posteriormente, cómo eran las respuestas de los diversos actores que conformaron las unidades de análisis. Para ello, se aplicó el instrumento a un grupo de egresados, profesores y empleadores, cada uno con su propio



instrumento Los resultados obtenidos fueron similares en aquellas preguntas que tenían relación para cada unidad de análisis

En cuanto a la validez se determinó a priori que es lo que se esperaba medir, así como la variable que se deseaba analizar desde la validez de contenido atendiendo a la autenticidad de los aspectos, determinando los rasgos y características que se desean estudiar contemplados en cada uno de los ítems que conforman los instrumentos, de igual manera los elementos que se contemplaron en la matriz para analizar los programas que forman parte del plan de estudio de la licenciatura en Relaciones Públicas

### **3.5 Tipo de análisis**

Luego de haber recabado la información, se utilizará la estadística descriptiva para las variables tanto dependiente como independiente se usará el programa cuantitativo SPSS para codificar las respuestas escogidas por los participantes y luego crear una base de datos que introduzca las variables para posteriormente capturar los datos ya seleccionados y se tabularán para proceder a realizar los análisis correspondientes

**CAPÍTULO No 4**  
**ANALISIS DE RESULTADOS**

En este capítulo se lleva a cabo el análisis de la información recabada mediante los instrumentos seleccionados para el estudio

La matriz que permitió evidenciar el estado de cada uno de los programas de las asignaturas fundamentales del Plan de Estudio de la Carrera de Relaciones Públicas del año 2008 (vigente) y el del año 2014 (propuesta)

Las Encuestas aplicadas a los profesores, egresados de la carrera y empleadores que permitió conocer las competencias requeridas para un mejor desempeño laboral de los licenciados en Relaciones Públicas

#### **4.1 Análisis de los programas analíticos de las 15 asignaturas Fundamentales de la Carrera de Relaciones Públicas del Plan de estudio del año 2008 (vigente)**

Esta información se obtuvo, mediante el análisis de matriz que contiene las 15 asignaturas fundamentales del Plan de Estudio del año 2008 (vigente) Principio de Relaciones Públicas, Protocolo, Redacción para Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional, Metodología de la Investigación, Diseño Digital, Planificación para Relaciones Públicas, Campañas de Relaciones Públicas, Responsabilidad Social, Relaciones Públicas Código y Ética, Relaciones Públicas Manejo de Crisis, Publicidad Corporativa, Mercadotecnia aplicada a las Relaciones Públicas, Organización de Actividades Corporativas y Comunicaciones Integradas



Como se puede observar en la **matriz N°1 Aspectos generales del Plan de Estudio 2008 (vigente)**, se muestran los aspectos generales de las 15 asignaturas fundamentales que fueron evaluadas, de las cuales se desprende la siguiente información

Los 15 programas analíticos de las asignaturas fundamentales tienen su portada con los datos generales, el nombre de la asignatura, abreviaturas, horas semanales, pre-requisitos para la asignatura, nombre del docente responsable de la elaboración del programa Sin embargo no se observa la fecha de aprobación del programa analítico en ninguno de los casos

Todos los programas tienen justificación Las asignaturas Campañas de Relaciones Publicas, Responsabilidad Social, Relaciones Publicas y Manejo de Crisis, no expresaban la necesidad de la asignatura para la competencia y el perfil de egreso

Los programas en su totalidad tienen la descripción de las asignaturas y la cantidad de cinco (5) módulos por asignaturas, las horas semanales, muy poca ejecución de las estrategias didácticas y técnicas

Otro aspecto que se constató en los programas analíticos y en la malla curricular es el caso de las asignaturas de Protocolo y Campañas para Relaciones Publicas, ambas, en las horas teóricas y prácticas no presentan correspondencia con la cantidad de créditos establecidos en el Estatuto de la Universidad de Panamá, dado que éste establece en el artículo 306, lo siguiente Cada asignatura del plan de estudio de una carrera conferirá un número de créditos, en virtud de su

naturaleza, cantidad de horas en que se imparte en el periodo académico y la intensidad de las actividades que se realizan en su desarrollo

Al analizar las asignaturas de Redacción para Relaciones Publicas se establece que debe tener cuatro (4) horas prácticas y (1) hora de teoria y Diseño Digital debe tener cinco (5) horas prácticas y una (1) hora de teoria No obstante, La programación didáctica presentada se observa que hay más horas practicas que teóricas, ambas asignaturas utilizan el laboratorio de informática para llevar a cabo el aprendizaje

**MATRIZ # 2**

**COMPETENCIAS DE LAS ASIGNATURAS FUNDAMENTALES DE LA LICENCIATURA DE RELACIONES PÚBLICAS**

**PLAN ESTUDIO 2008**

ASIGNATURA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	ESTRATEGIAS DIDACTICAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	EVALUACION
Principio de RRPP	Conocimientos de conceptos y principios de Relaciones Públicas.	Procedimientos básicos para la comprensión y práctica de la actividad de Relaciones Públicas.	Valoración de las Relaciones Publicas tanto a nivel técnico como profesional	Técnicas activas	Talleres prácticos, demostración, resolución de problemas con actitud creativa.	Investigaciones bibliográficas	Observación, mapas conceptuales, métodos de casos. (2) exámenes parciales <b>50 % c/u</b> Estudio de casos, practica en aula <b>10%</b> Examen semestral <b>40 %</b>
Protocolo	Reglas básicas de cortesías.	Manejo el buen uso de la etiqueta y protocolo.	Buenas relaciones interpersonales y el público en general.	Técnicas activas	Trabajo en equipo, proyectos en aula, plenarias, panel, debate dirigido.	Libros documentos de internet.	No cumple
Redacción para RRPP	Conocimientos previos sobre redacción.	Aplica las diferentes formas de textos utilizados en la profesión de Relaciones Públicas.	Valora la importancia de la buena redacción aplicadas a las Relaciones Públicas	Técnicas activas	Talleres de trabajo, investigaciones, debates.	Libros, estilos informativos de periódicos locales e internacionales	Diagnósticas, formativas, sumativas. Prácticas de laboratorios <b>35%</b> Pruebas <b>15%</b> Ejercicios teóricos <b>15%</b> Puntualidad y asistencia <b>5%</b> Examen semestral <b>30%</b>
Comunicación organizacional	Conocimientos sobre las relaciones con el entorno organizacional	Identifique los diversos flujos de comunicación que se presentan en la organización	Valora los flujos de comunicación que se presentan en una organización.	Taller pasivo	Lecturas	Libros	No cumple
Metodología de la Investigación	Conocimientos Sobre investigación	Capacidad de elaborar por escrito un diseño de investigación.	Pensamiento analítico, criterio objetividad y ética de investigación.	Técnicas activas	Pesquisas empíricas, discusiones, exposiciones grupales.	Documental, redes de comunicación e investigación.	Diagnósticas, formativas, sumativa. Exámenes parciales <b>30%</b> ejercicios teóricos <b>10%</b> propuestas de investigación <b>20%</b> puntualidad y asistencia <b>10%</b> examen semestral <b>30%</b>
Diseño Digital	Conocimientos sobre informática.	Procedimientos en técnicas de creatividad del diseñador.	Integra normas y valores para el diseño y planes de acción de comunicación.	Técnicas activas	Laboratorio, trabajos grupales.	Internet Folleto, revistas.	Diagnósticas, formativas, sumativas. Trabajo de laboratorio <b>20%</b> Trabajo en grupo <b>15%</b> Parcial <b>25%</b> Asistencia <b>10%</b> Semestral <b>30%</b>

Planificación para Relaciones	Conocimiento con la practica al planificar y organizar.	Desarrolla la capacidad de abstracción análisis y síntesis.	Compromiso de la organización en su entorno social.	Técnicas activas	Estudios de casos, talleres prácticos en aula, gira de campo.	Investigaciones bibliográficas	Pruebas de medición, evaluación alternativa observación, apareamiento. (2) parciales <b>40%</b> Estudio de casos <b>10%</b> Prueba diagnóstica <b>20%</b> Examen semestral <b>30 %</b>
Campañas de RRPP	Conocimiento en planificación e investigación	Capacidad de elaborar y lanzar campañas de Relaciones Publicas.	Evalúa y redefine los objetivos de acuerdo con los resultados obtenidos.	Técnicas activas	Trabajo en grupo, conversatorios , panel.	Libros, folletos, revistas.	Diagnostica, Formativa, sumativa. Trabajo individual <b>15%</b> ; <b>trabajo</b> grupo <b>15%</b> ; parciales <b>25%</b> asistencia <b>5%</b> ; puntualidad en los trabajo <b>5%</b> ; semestral <b>35%</b> .
Responsabilidad Social	Conocimiento en Relaciones Publicas	Señala las diferencia entre responsabilidad social y filantropía.	No cumple	Técnica activa	Estudio de casos, debate.	Libros	Diagnósticas, formativas, sumativas Trabajo de laboratorio <b>20%</b> Trabajo en grupo <b>15%</b> Parcial <b>25%</b> Asistencia <b>10%</b> Semestral <b>30%</b>
Relaciones Públicas y manejo de crisis	Conocimiento previo sobre negociación	Manejo de crisis, resolver problemas estrategias eficaz y operativa de crisis.	No cumple	Técnicas activas	Demostración, excusiones, debate dirigido.	Libros	Diagnostica, formativa, sumativa. Asignaciones individual <b>15%</b> ; ejercicio escrito <b>25%</b> ; asignaciones grupales <b>20%</b> ; semestral <b>40%</b>
Relaciones Públicas , Código y Ética	Conocimiento sobre toma de decisiones y principios éticos.	Motivación de logro y compromiso ético.	Habilidades interpersonales	Técnicas activas	Proyectos fuera del aula en el entorno profesional	Libros	No cumple
Publicidad corporativa	Conocimiento en publicidad.	Interpreta, analiza la diversidad de publicidad.	Valora los conocimientos teóricos y técnicos de la publicidad.	Técnicas activas	Trabajo en grupo panel, investigaciones.	Libros de textos, documentos de internet	Diagnósticas, formativas, sumativa Trabajo individual <b>15%</b> : Trabajo en grupo <b>10%</b> , <b>15%</b> : Parciales <b>25%</b> : Asistencia <b>5%</b> : Puntualidad :semestral <b>30%</b>
Mercadotecnia aplicada a las Relaciones Públicas	Conocimiento en publicidad.	Aplica las técnicas de promoción para proyectar a la empresa entre sus públicos.	Vincula e interrelaciona las Relaciones Publicas y la mercadotécnica.	Técnicas tradicionales	Trabajo en grupo e individual, talleres	Libros	Diagnosticas, formativas, sumativas. Exámenes teóricos <b>20%</b> ; trabajos individuales <b>20%</b> ; trabajos grupales <b>20%</b> , participación en clases, asistencia <b>5%</b> , puntualidad <b>5%</b> , semestral <b>30%</b>
Organización de actividades corporativas	Conocimientos en organización de eventos.	Planifica gestión del tiempo.	Valora las actividades empresariales.	Técnicas activas	Conversatorios, panel, trabajos en grupo e investigaciones.	Libros, folletos y revistas.	Diagnósticas, formativas, Sumativas. Trabajo en grupo <b>20%</b> , parciales <b>30%</b> , asistencia <b>5%</b> , puntualidad en los trabajos <b>10%</b> , semestral <b>35%</b> .
Comunicaciones integradas	Conocimiento en publicidad	Aplica los instrumentos de comunicación integradas para el mercadeo de la empresa.	Crea una identidad distinguible para la empresa.	Técnica tradicional	Trabajo en grupo, individual.	Libros Documentos de Internet	Diagnóstica, parcial, sumativa. Examen teórica <b>20%</b> ; <b>trabajo</b> individual <b>20%</b> ; trabajo grupal <b>20%</b> ; participación en clase <b>5%</b> , asistencia a actividades programadas <b>5%</b> , examen semestral <b>30%</b> .



La **matriz N° 2** se refiere a las competencias fundamentales de la licenciatura de Relaciones Públicas 2008 (vigente) Se observa que las asignaturas Responsabilidad Social y Relaciones Públicas y Manejo de Crisis, no cuentan con área actitudinal

En cuanto al aspecto de evaluación, se puede observar que la mayoría de las asignaturas cumplen con la ponderaciones de evaluación y solamente tres 3, 1 Protocolo, 2 Comunicación Organizacional 3 Relaciones Públicas Código y Ética, se plantean de manera general la evaluación diagnóstica, formativa y sumativa y no se ejecuta la ponderación

Los programas cuentan con competencias básicas, genéricas y específicas que corresponde al perfil de egreso, las que pertenecen a las competencias genéricas del Proyecto Tunning para América Latina

Las **15** asignaturas fundamentales todos los programas analíticos tiene sub-competencias que integran lo conceptual, procedimental y actitudinal Se observó que solamente **10** asignaturas fundamentales tienen claridad en el planteamiento de los verbos y **(3)** asignaturas Metodología de la Investigación, Responsabilidad Social y Relaciones Públicas Manejo de Crisis, reflejan poca coherencia con los contenidos

La bibliografía fue presentada al final de cada programa analítico de las **15** asignaturas fundamentales y se pudo observar que se relaciona con los temas desarrollados en cada módulo

Un aspecto significativo del Plan de Estudio (2008) vigente es el relacionado con la eliminación de la asignatura de Práctica Profesional, la que es básica para que los estudiantes demuestren las competencias adquiridas durante su formación profesional, es el periodo que posibilita validar, en un contexto laboral, los

aprendizajes obtenidos en la etapa formativa Además representa la vinculación con el mundo empresarial

#### **4 2 Análisis de los programas analíticos de las 15 asignaturas Fundamentales de la Carrera de Relaciones Públicas del Plan de estudio del año 2014 (propuesta)**

Para conocer si el Plan de Estudio propuesto para la licenciatura en Relaciones Publicas cumple con todos los requerimientos establecidos para su elaboración y si hay algunos cambios en relación al vigente, se realizo el analisis a 15 asignaturas fundamentales Estos son los resultados

**MATRIZ No.3 PLAN DE ESTUDIO 2014 CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS**

ASIGNATURA	Datos Generales	Nombre de la asignatura	Codificación	Cód. deasig.	Horas teórica	Horas practica /Lab.	Cantidad de créditos	Prof./cd	Fecha de elaboración	Fecha de aprobación	Descripción de la asignatura	Justificación	Metodología	Evaluación	Bibliografía
Campañas de RRPP	✓	✓	✓	✓	1	4 (P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Responsabilidad Social	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones Públicas negociación y mediación.	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Asesoría y Servicio de Comunicación	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Evaluaciones de planes y programas de RP.	✓	✓	✓	✓	1	4(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mercadotecnia aplicada a las RP	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Organización de actividades empresariales.	✓	✓	✓	✓	1	4(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones Públicas, Finanzas y Banca (optativa)	✓	✓	✓	✓	1	4(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Principio de RRPP 1	✓	✓	✓	✓	2	2 (P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones Públicas atención al cliente	✓	✓	✓	✓	2	2 (P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Géneros informativos aplicados a las R.P	✓	✓	✓	✓	2	2(P)(L)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Fotografía para Relaciones Públicas	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Metodología de la Investigación	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Comunicación gráfica para R. Públicas I.	✓	✓	✓	✓	2	2(P)(L)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Planificación para Relaciones	✓	✓	✓	✓	2	2(P)	3	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ significa que si cumple con los elementos del contenido analítico. Asignaturas nuevas



**La matriz N°3** muestra la información, de las **15** asignaturas fundamentales del Plan de Estudio 2014 (propuesta) de la carrera de Relaciones Publicas

Se presentan las 15 asignaturas fundamentales escogidas Principio de Relaciones Publicas 1, Asesoría y Servicio de Comunicación, Fotografía para Relaciones Publicas, Metodología de la Investigación, Géneros informativos aplicados a las R P, Planificación para Relaciones Publicas, Campañas de Relaciones Publicas, Responsabilidad Social, Relaciones Publicas Negociación y Mediación , Comunicación gráfica para R Publicas I, Relaciones Publicas atención al cliente ,Evaluaciones de Planes y programas de Relaciones Publicas, Mercadotecnia aplicada a las Relaciones Publicas, Organización de Actividades Empresariales y Relaciones Publicas, Finanzas y Banca (optativa)

Las asignaturas fundamentales Géneros informativos aplicados a las R P, Comunicación gráfica para R Publicas I y Campañas para Relaciones Publicas se observan más horas prácticas que teóricas En el planeamiento didáctico se utiliza el laboratorio en las asignaturas de Redacción para Relaciones Publicas y Diseño Digital, mientras que en la asignatura de Campañas para Relaciones Publicas se aplican los talleres con los estudiantes para que desarrollen en forma grupal campañas de Relaciones Publicas

Los 15 programa analíticos de las asignaturas fundamentales tienen su portada con datos generales el nombre de la asignatura, abreviatura, horas semanales, nombre de docente responsable, pre-requisitos para la asignatura No se observó la fecha de aprobación, debido a que es una propuesta para ser ejecutada en año 2016 Estos aspectos son considerados importantes porque brindan información general de cada asignatura

**MATRIZ No. 4**  
**COMPETENCIAS DE LAS ASIGNATURAS FUNDAMENTALES DE LA LICENCIATURA DE RELACIONES PÚBLICAS**  
**PLAN ESTUDIO 2014**

ASIGNATURA	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	EVALUACIÓN
Principio de Relaciones Públicas I	Conocimientos de conceptos y principios de Relaciones Públicas.	Procedimientos básicos para la comprensión y práctica de la actividad de Relaciones Públicas.	Valoración de las Relaciones Públicas tanto a nivel técnico como profesional	Técnicas activas	Talleres prácticos, demostración, resolución de problemas con actitud creativa.	Investigaciones bibliográficas	Observación, mapas conceptuales, métodos de casos (2). 2 Exámenes parciales <b>50 % c/u</b> Estudio de casos, practica en aula <b>10%</b> Examen semestral <b>40%</b>
Relaciones Públicas y atención al cliente	Conocimiento sobre la atención al cliente	Aplica e identifica las normas de los fundamentos de Relaciones Públicas en la atención al cliente.	Demuestra compromiso ético y la organización donde labora.	Técnicas activas Lectura Taller	Trabajo en equipo, proyectos en aula, debate dirigido.	Libros documentos de internet.	<b>No cumple</b>
Géneros informativos para Relaciones Públicas.	Conocimientos previos sobre redacción.	Aplica las diferentes formas de textos utilizados en la profesión de Relaciones Públicas.	Valora la importancia de la buena redacción aplicadas a las Relaciones Públicas	Técnicas activas Lecturas	Talleres de trabajo, investigaciones, debates. Ensayos	Libros, estilos informativos de periódicos locales e internacionales	Diagnósticas, formativas, sumativas. Prácticas de laboratorios <b>35%</b> Pruebas <b>15%</b> Ejercicios teóricos <b>15%</b> Puntualidad y asistencia <b>5%</b> Examen semestral <b>30%</b>
Metodología de la Investigación	<b>No cumple</b>	Capacidad de elaborar por escrito un diseño de investigación.	Pensamiento analítico, criterio objetividad y ética de investigación.	Técnicas activas	Pesquisas empíricas, discusiones, exposiciones grupales.	Documental, redes de comunicación e investigación.	Diagnósticas, formativas, sumativas. Exámenes parciales <b>30%</b> Ejercicios teóricos <b>10%</b> Propuestas de investigación <b>20%</b> puntualidad y asistencia <b>10%</b> examen semestral <b>30%</b>
Comunicación gráfica para R. Públicas I	Conocimientos diseños para Relaciones Públicas	Procedimientos en técnicas de diseños.	Integra normas y valores en la elaboración de diseños para Relaciones Públicas.	Técnicas activas	Laboratorio, trabajos grupales.	Internet Folleto, revistas.	Diagnósticas, formativas, sumativas. Trabajo de laboratorio <b>20%</b> Trabajo en grupo <b>15%</b> Parcial <b>25%</b> Asistencia <b>10%</b> Semestral <b>30%</b>

Planificación para Relaciones Públicas	Conocimiento con la práctica al planificar y organizar.	Desarrolla la capacidad de abstracción análisis y síntesis.	Compromiso de la organización en su entorno social.	Técnicas activas	Estudios de casos, talleres prácticos en aula, gira de campo.	Investigaciones bibliográficas	Pruebas de medición, evaluación alternativa observación, apareamiento. (2) parciales <b>40%</b> Estudio de casos <b>10%</b> Prueba diagnóstica <b>20%</b> Examen semestral <b>30%</b>
Campañas de Relaciones Públicas	Conocimiento en planificación e investigación	Capacidad de elaborar y lanzar campañas de Relaciones Públicas.	Evalúa y redefine los objetivos de acuerdo con los resultados obtenidos.	Técnicas activas	Trabajo en grupo, conversatorios, panel.	Libros, folletos, revistas.	Diagnóstica, Formativas, Sumativas. Trabajo individual <b>15%</b> Trabajo grupo <b>15%</b> Parciales <b>25%</b> Asistencia <b>5%</b> Puntualidad en los trabajo <b>5%</b> Semestral <b>35%</b>
Responsabilidad Social	Conocimiento en Relaciones Públicas	Señala las diferencia entre responsabilidad social y filantropía.	No cumple	Técnica activa	Estudio de casos, debate.	Libros	Diagnósticas, formativas, sumativas Trabajo de laboratorio <b>20%</b> Trabajo en grupo <b>15%</b> Parcial <b>25%</b> Asistencia <b>10%</b> Semestral <b>30%</b>
Relaciones Públicas y, Negociación y Mediación	Conocimiento previo sobre negociación y mediación	Manejo de crisis, resolver problemas estrategias eficaz y operativa de crisis.	No cumple	Técnicas activas	Demostración, excusiones, debate dirigido.	Libros	Diagnostica, formativa, sumativas. Asignaciones individual <b>15%</b> Ejercicio escrito <b>25%</b> Asignaciones grupales <b>20%</b> Semestral <b>40%</b>
Asesoría y Servicio de Comunicación	Conocimiento previos sobre servicio de comunicación	No cumple	Habilidades interpersonales	Técnicas activas Lectura dirigida	Proyectos fuera del aula en el entorno profesional	Libros	No cumple
Mercadotecnia aplicada a las Relaciones Públicas	Conocimiento en publicidad.	Interpreta, analiza la diversidad de publicidad.	Valora los conocimientos teóricos y técnicos de la publicidad.	Técnicas activas	Trabajo en grupo panel, investigaciones.	Libros de textos, documentos de internet	Diagnósticas, formativas, sumativas Trabajo individual <b>15%</b> Trabajo en grupo <b>15%</b> Parciales <b>25%</b> Asistencia <b>5%</b> Puntualidad :semestral <b>40%</b>
Evaluación de Planes y Programas de	Conocimiento previo sobre evaluación.	Procede a utilizar las evaluaciones en los programas	Evalúa los planes y programas de Relaciones	Técnicas activas.	Debate Trabajo en	Libros documento Internet	Diagnóstica, parcial, sumativas.

Relaciones Públicas.		de Relaciones Públicas.	Públicas.		grupo		Examen teórica <b>20%</b> Trabajo individual <b>20%</b> Trabajo grupal <b>20%</b> Participación en clase <b>5%</b> Asistencia a actividades programadas <b>5%</b> Examen semestral <b>30%</b> .
Organización de Actividades Empresariales	Conocimientos en organización de eventos.	Aplica las técnicas de promoción para proyectar a la empresa entre sus públicos.	Valora las actividades empresariales	Técnica activa	Trabajo en grupo Simulacro de casos.	Libros Documentos de Internet	Diagnóstica, parcial, sumativas. Examen teórico <b>20%</b> Trabajo individual <b>20%</b> Trabajo grupal <b>20%</b> Participación en clase <b>5%</b> Asistencia a actividades programadas <b>5%</b> Examen semestral <b>30%</b> .
Relaciones Públicas, Finanza y Banca (Optativa)	Conocimientos en Relaciones Públicas y matemáticas	Procede a utilizar los instrumentos de Relaciones Públicas en las finanzas.	No cumple	Técnica activa	Trabajo individual Focus grupos Debate	Libros Internet	No cumple con los porcentajes
Fotografía para Relaciones Públicas	Conocimientos previos sobre imágenes fotográficas.	Aplica la fotografía para Relaciones Públicas.	No cumple	Técnica activa.	Trabajo individual	Internet, uso de programas foto shop,	Diagnósticas, formativas, sumativas. Trabajo individual <b>15%</b> Trabajo en grupo <b>20%</b> Parciales <b>30%</b> ( <b>15% c/u</b> ) Asistencia <b>5%</b> Semestral <b>30%</b>

En la **matriz N°4** competencias fundamentales de la licenciatura de Relaciones Publicas se observa la evaluación de la asignaturas se plantea de forma general que la evaluación será diagnóstica, formativa y sumativa, se observa que en 10 de las asignaturas fundamentales, se hacen una ponderacion de la evaluación en la seleccion de los aspectos generales. El resto de las asignaturas Relaciones Publicas y atención al cliente, Asesoría y Servicio de Comunicación y Relaciones Publicas, Finanzas y Banca (Optativa) no se plantea como será la evaluación y la ponderación. También se puede apreciar las estrategias didácticas y técnicas para realizar las actividades en el aula, no se establece la metodología y los recursos, en las 15 asignaturas fundamentales y se repiten las mismas estrategias como por ejemplo debate, panel, estudio de caso, exposición dialogada, entre otros.

Los programas analíticos de las 15 asignaturas fundamentales contienen competencias Básicas, Genéricas y específicas que se encuentran en el Proyecto Tunning. El perfil de egreso corresponde a las competencias, las que se encuentran en el Modelo Pedagógico de la Universidad de Panamá.

Las sub competencias están redactadas en verbos que congregan lo conceptual, procedimental y actitudinal. Las asignaturas Responsabilidad Social, Relaciones Publicas, Negociación y Mediación, Asesoría y Servicio de Comunicación, Metodología de la investigación. Las asignaturas Relaciones Publicas, Finanzas y Banca(optativa) expresan poca claridad en el planteamiento de las sub competencias y los contenidos al igual que la asignatura Comunicación Organizacional, donde no se evidencia lo conceptual.

En la totalidad de los programas, las competencias y sub competencias están relacionadas con el perfil de egreso.

Un aspecto muy importante es que en el Plan de Estudio 2014 (propuesta) se contempla la inclusión de la asignatura de Práctica Profesional, lo que ofrece la



oportunidad al estudiante para poner en práctica los aprendizajes obtenidos en la etapa formativa

La bibliografía fue presentada al final de cada programa analítico de las **15** asignaturas fundamentales y se pudo observar que hay correspondencia con los temas desarrollados en cada módulo

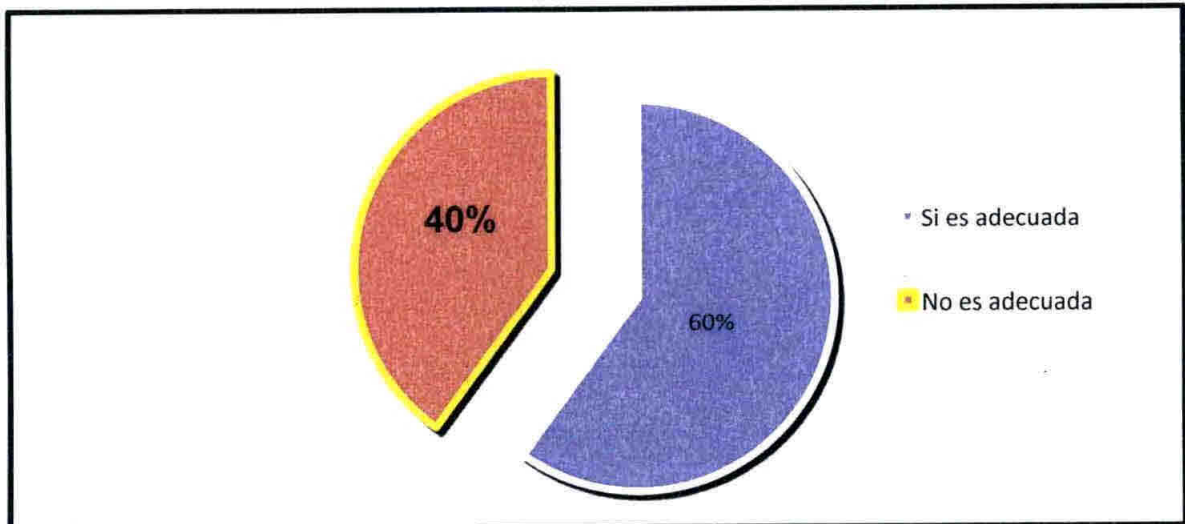
### 4.3. Análisis de las Encuestas aplicadas a profesores, egresados y empleadores.

Con el fin de comprobar si las competencias contenidas en el currículum del profesional de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá (UP), son pertinentes con las exigencias del mercado laboral en la ciudad de Panamá; se aplicaron encuestas a profesores, egresados de la licenciatura en Relaciones Públicas y a empleadores de instituciones públicas y del sector privado que cuenta con áreas de Comunicación Social. Los resultados encontrados se presentan a continuación.

#### 4.3.1. Opinión de profesores

Gráfica No.1.

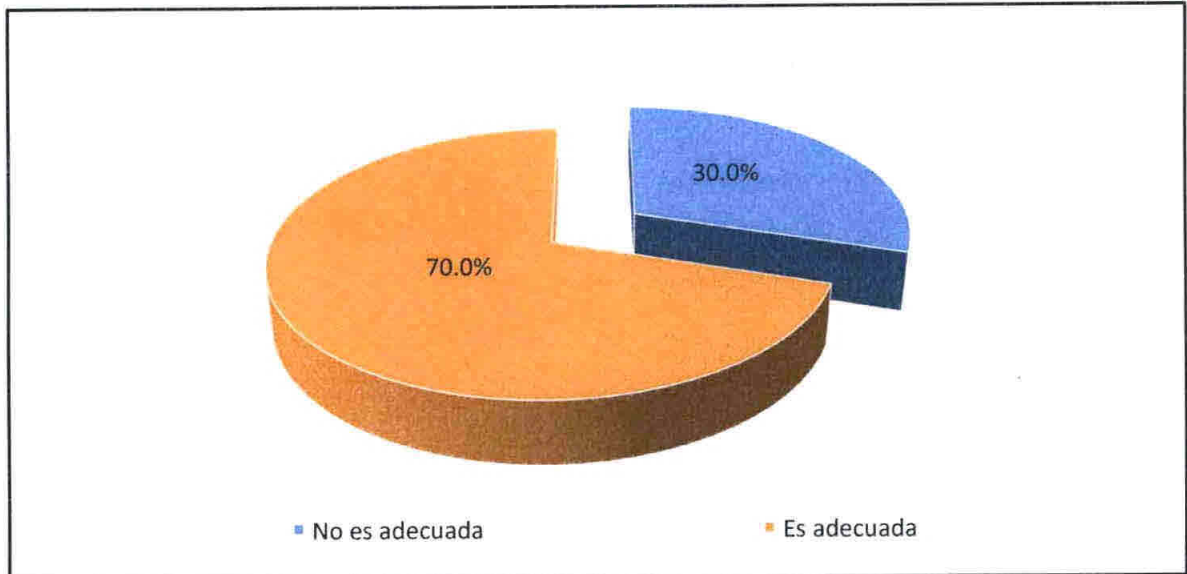
**Estructura del Plan de Estudio de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes , marzo 2015.

Con respecto a la consideración de los profesores sobre la adecuada estructura y secuencia lógica del Plan de Estudio de la carrera de Relaciones Públicas, el 60% de los encuestados considera adecuada la estructura actual. Mientras el 40% no la considera adecuada. Tal como se expresa en la gráfica No.1.

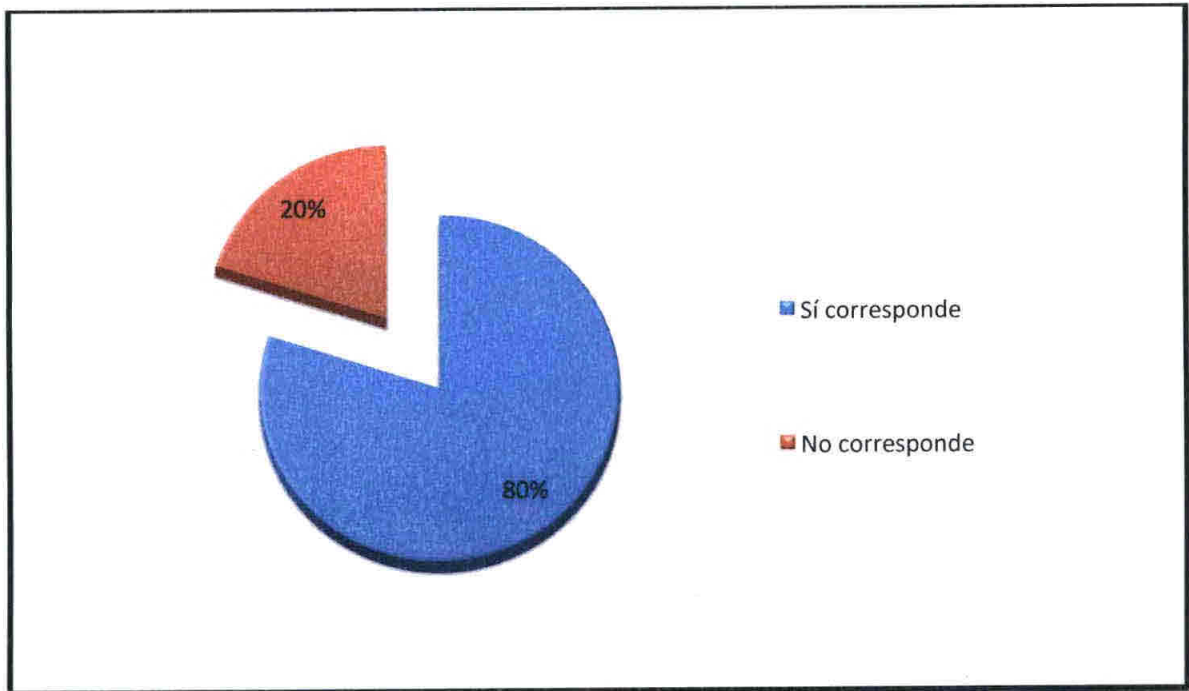
**Gráfica No.2.**  
**Distribución de las horas teóricas y prácticas.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

A la pregunta sobre la correcta distribución de las horas teóricas y prácticas, el 70% de los profesores encuestados considera que es adecuada, mientras que el 30% señala que no lo es. Como se observa en la gráfica No. 2.

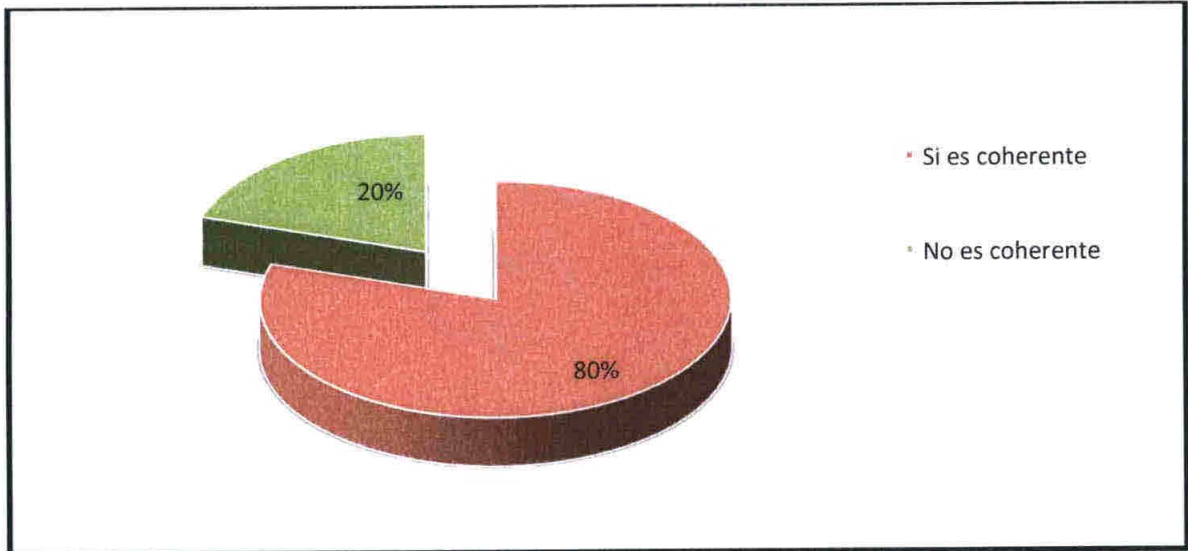
**Gráfica No.3.**  
**Correspondencia entre el Plan de Estudio y el perfil de egreso de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

Para comprobar si el profesorado de la Facultad considera que el Plan de Estudio del 2008 (vigente) se corresponde con el Perfil de Egreso, se realizó esa pregunta. Los resultados determinaron que la mayoría de los profesores, el 80%, considera que el plan de estudio sí se corresponde con el perfil de egreso. Por su parte un 20% de los profesores respondieron que el plan de estudio no se corresponde con el perfil de egreso.

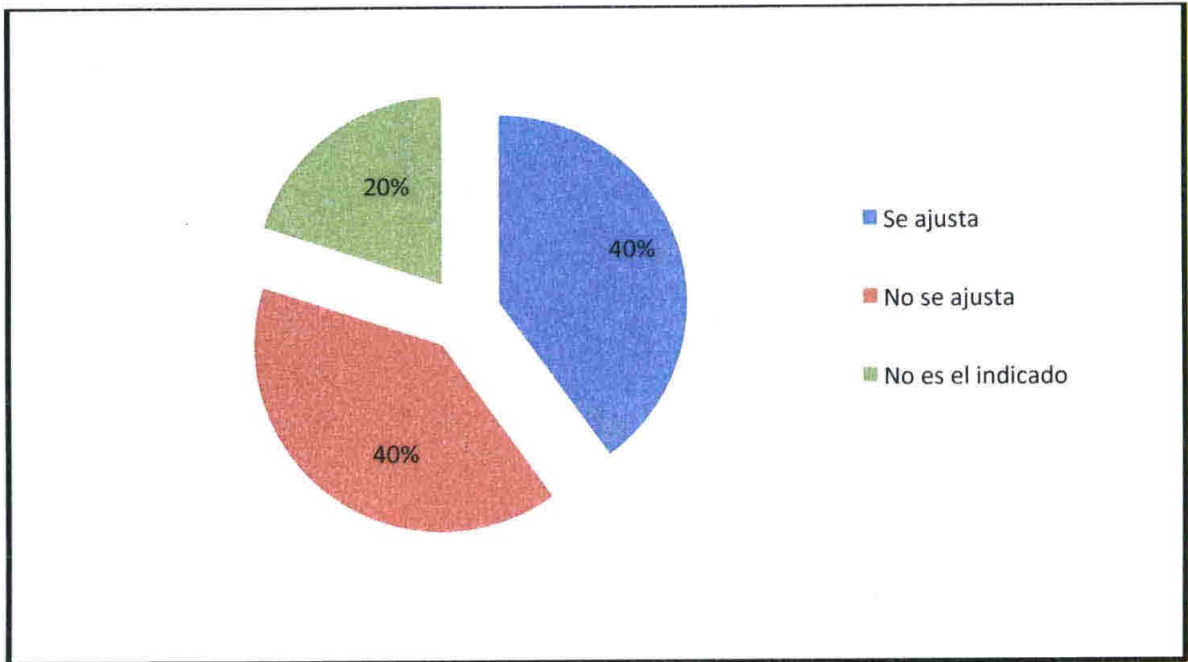
**Gráfica No.4.**  
**Cambios y ajustes efectuados al Plan de Estudio 2008.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

La gráfica No.4, presenta los resultados que determinan que la mayoría de los profesores el 80% , considera que los cambios introducidos se ajustan. Por otra parte el 20% de los profesores respondió que no se ajustan.

**Gráfica No.5.**  
**Cambios y ajustes efectuados al Plan de Estudio 2014 de Relaciones Públicas**

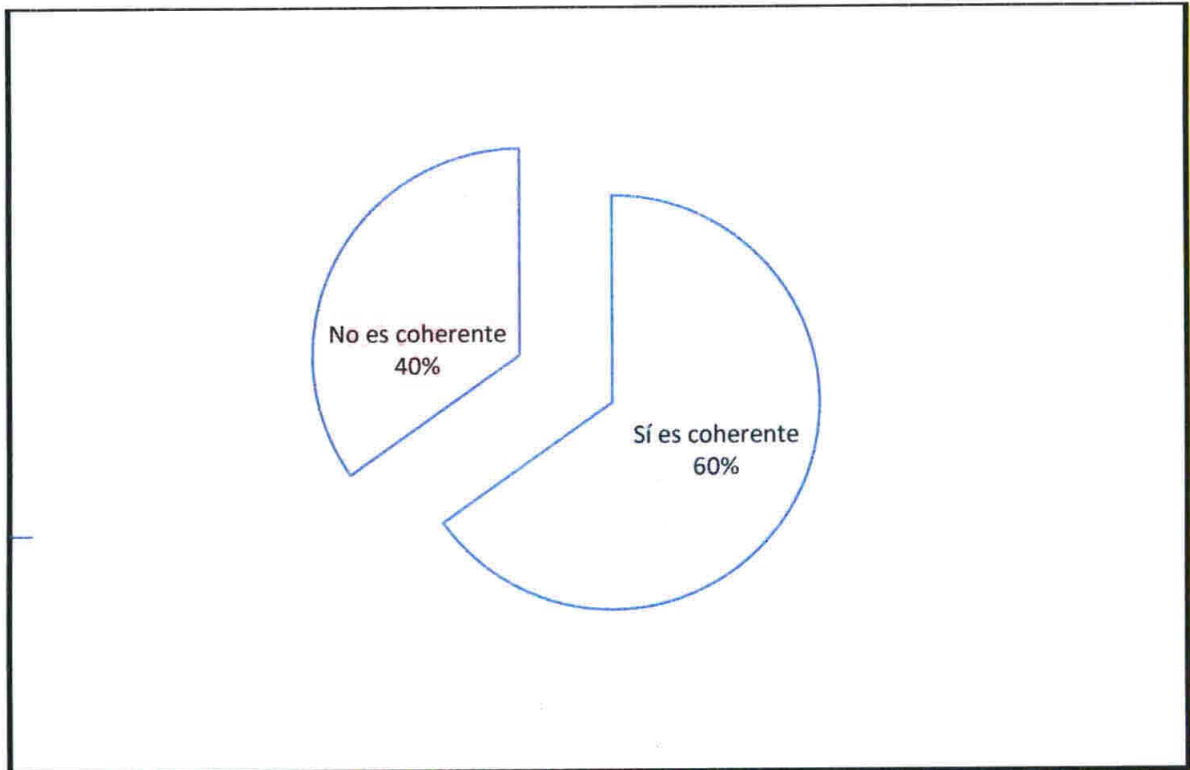


Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

En la gráfica No. 5, se observa que el 40%, reconocen que el Plan de Estudio de Relaciones Públicas se ajusta, el 40% no se ajusta, el 20% de los encuestados respondió que los cambios no se ajustan y no es el indicado en el Plan de Estudio.

**Gráfica No.6.**

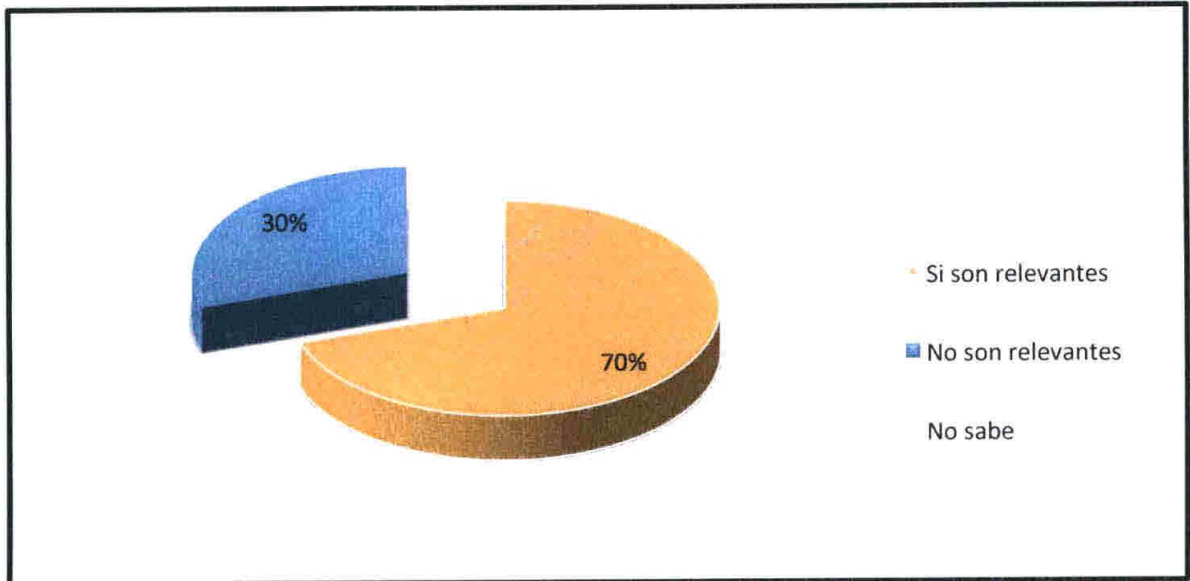
**Relación coherente y satisfactoria entre los objetivos de la carrera y el perfil de egreso.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

En referencia, a la relación coherente y satisfactoria entre los objetivos de la carrera y el perfil de egreso; los resultados obtenidos señalan que el 60% de los profesores respondió que esta relación objetivos – perfil es coherente y satisfactoria. En contraparte, el 40% de los profesores encuestados, afirma que no existe una relación coherente ni satisfactoria entre los objetivos y el perfil de egreso.

**Gráfica No.7.**  
**Competencias del Plan de Estudio 2008 y su relevancia con la formación académica del egresado.**

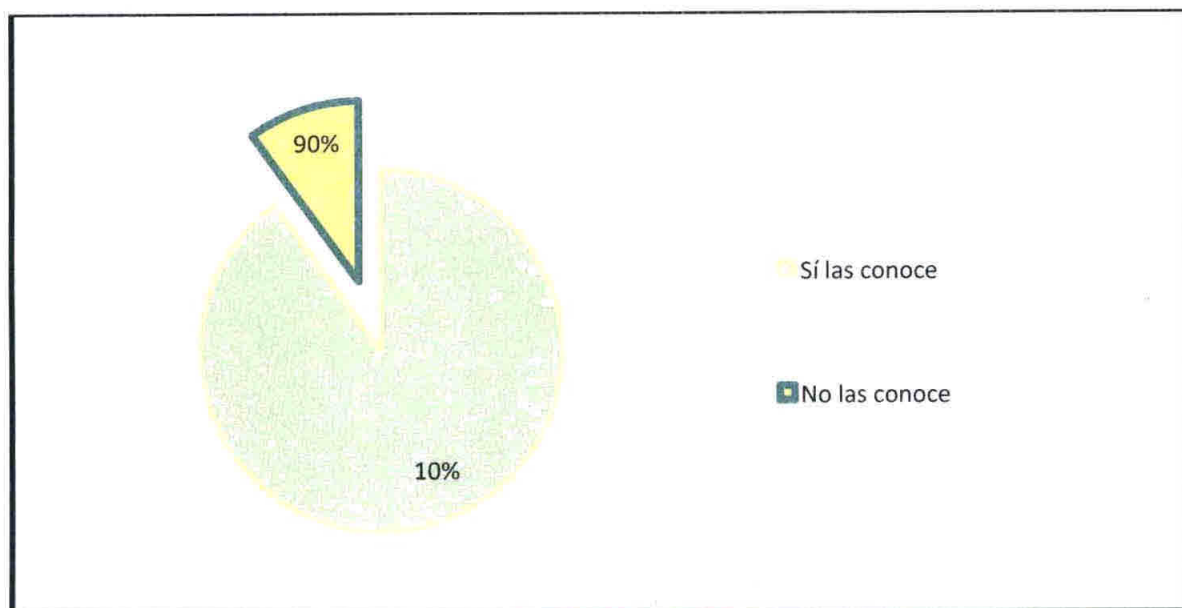


Fuente: Encuesta aplicada a docentes , marzo 2015.

Se observa en la gráfica No.7, el 70% de los encuestados respondió que las competencias establecidas en el Plan de Estudio 2008 (vigente) son relevantes en la formación académica del egresado. En tanto que el restante, el 30% respondió que estas competencias no son relevantes en dicha formación.



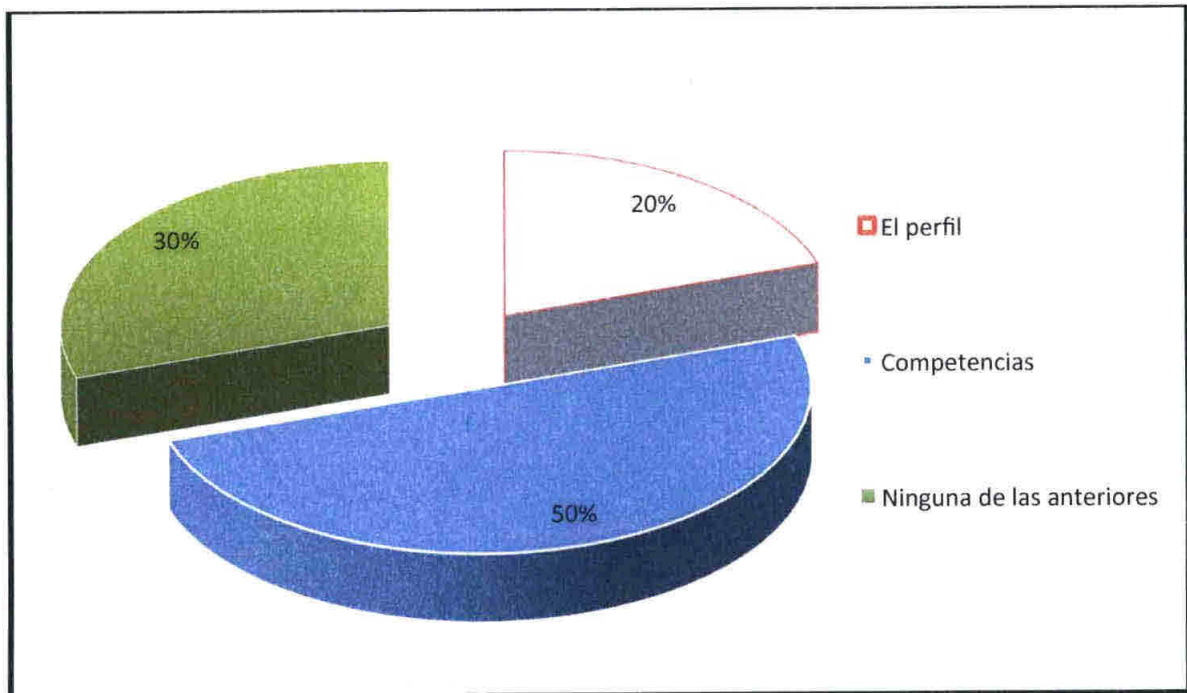
**Gráfica No.8.**  
**Conocimiento de las áreas de dominio del plan de estudio 2008 de la**  
**Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015.

En la gráfica No.8, se presenta los resultados referentes al conocimiento y manejo de las áreas de dominio contenidas en el Plan de Estudio (2008) de la carrera de Relaciones Públicas; los resultados obtenidos son sumamente satisfactorios, ya que el 90% de los profesores encuestados, afirma conocer cuáles son las áreas de dominio que tiene el Plan de Estudio, por otra parte, apenas uno, el 10% de los profesores encuestados afirma que no conoce dichas áreas de dominio del Plan de la Carrera.

**Gráfica No.9.**  
**Modificaciones del diseño curricular de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**

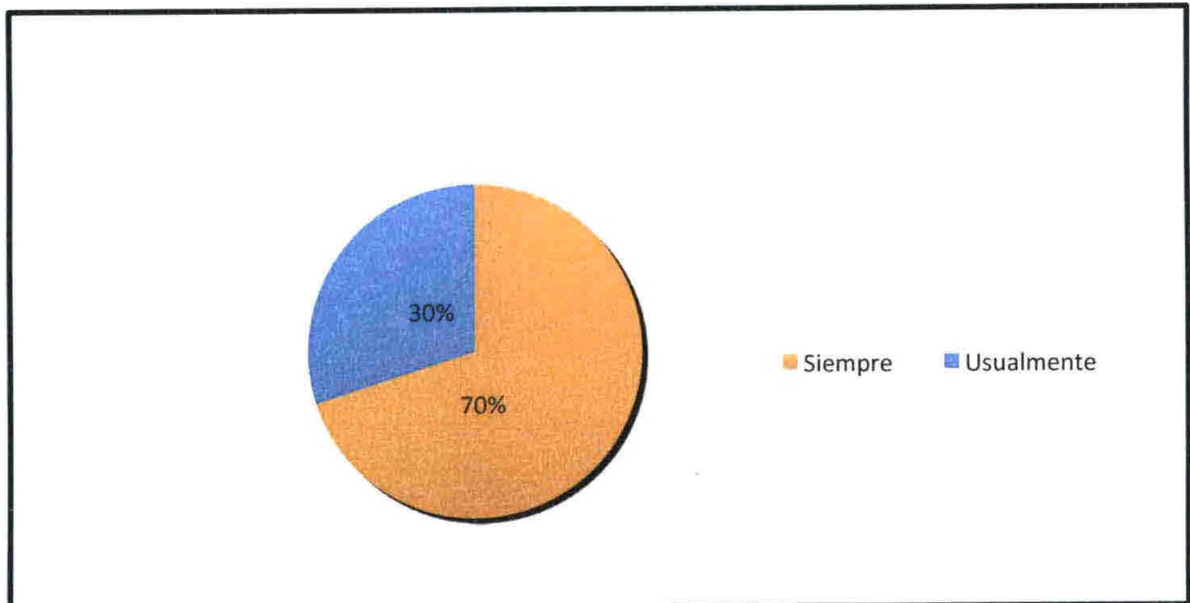


Fuente: Encuesta aplicada a docentes , marzo 2015.

La gráfica No .9, muestra los resultados obtenidos en relación a si las modificaciones al diseño curricular son oportunas. Las respuestas fueron las siguientes: el 50% consideró oportunas las competencias, 20% manifestó que el perfil de egreso y el 30% señaló que ninguna de las modificaciones son oportunas.

Gráfica No.10.

**Aplicación de las TICS para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas**



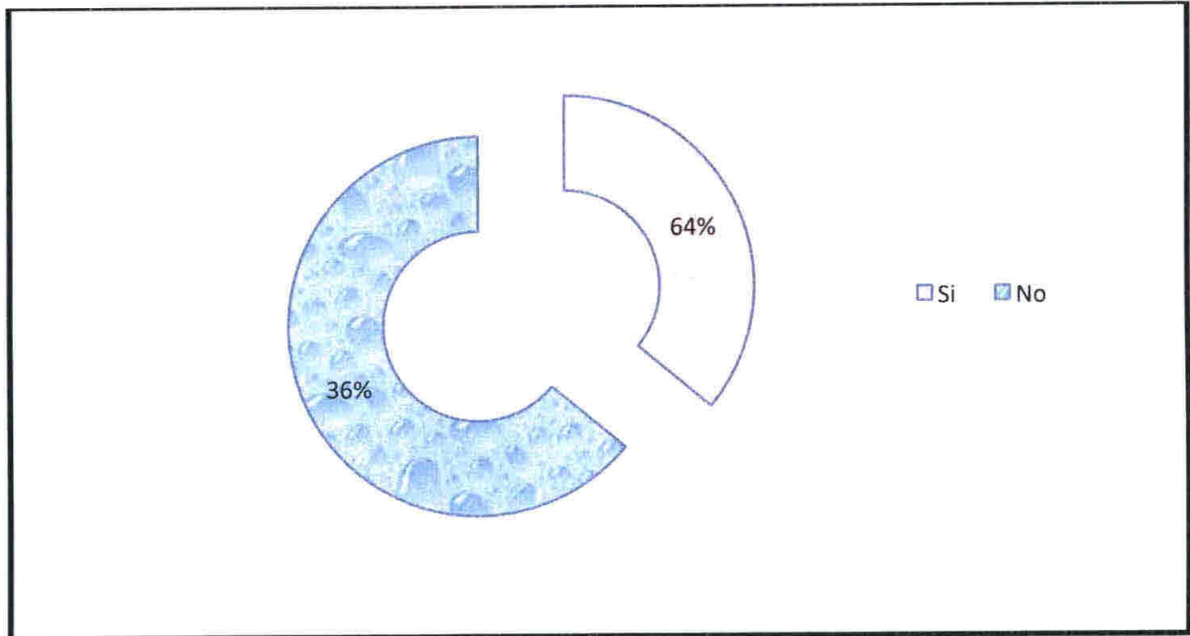
Fuente: Encuesta aplicada a docentes marzo 2015.

La gráfica No.10, presenta los resultados obtenidos de la pregunta si aplican herramientas tecnológicas disponibles, para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas en los estudiantes de la carrera. Favorablemente el 100% de los profesores encuestados afirma utilizar las herramientas durante su curso; aunque, el 70% respondió que siempre las utiliza, y el 30% las utiliza usualmente.

#### **4.3.2. Opinión de los egresados**

La opinión de los egresados es fundamental para evaluar el curriculum de la carrera de Relaciones Públicas, por ello se les encuestó y preguntó a setenta y cinco profesionales egresados de la Facultad con respecto a su desempeño en el campo de trabajo.

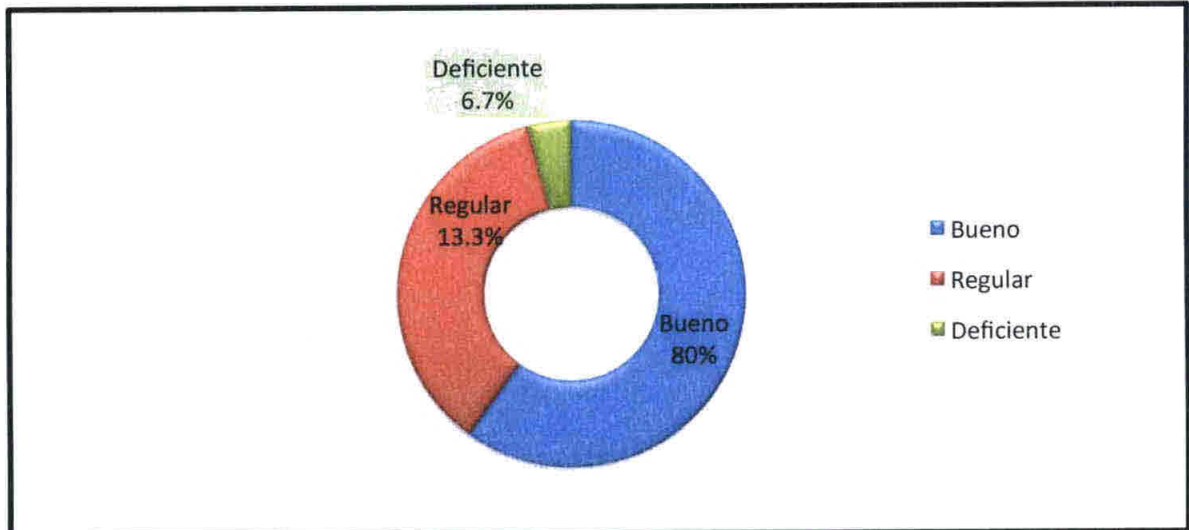
**Gráfica No.11.**  
**Egresados que laboran en el área de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

La gráfica No.11, presenta los resultados sobre los egresados que laboran actualmente en el campo de su especialidad tenemos que cuarenta y ocho (48), el 64% afirmó que labora en el área de relaciones públicas y un importante 27, el 36%, respondió no laborar en dicha área sino en otras tareas no relacionadas con la profesión.

**Gráfica No.12.**  
**Opinión de los egresados acerca del plan de estudio de la carrera de Relaciones Públicas.**

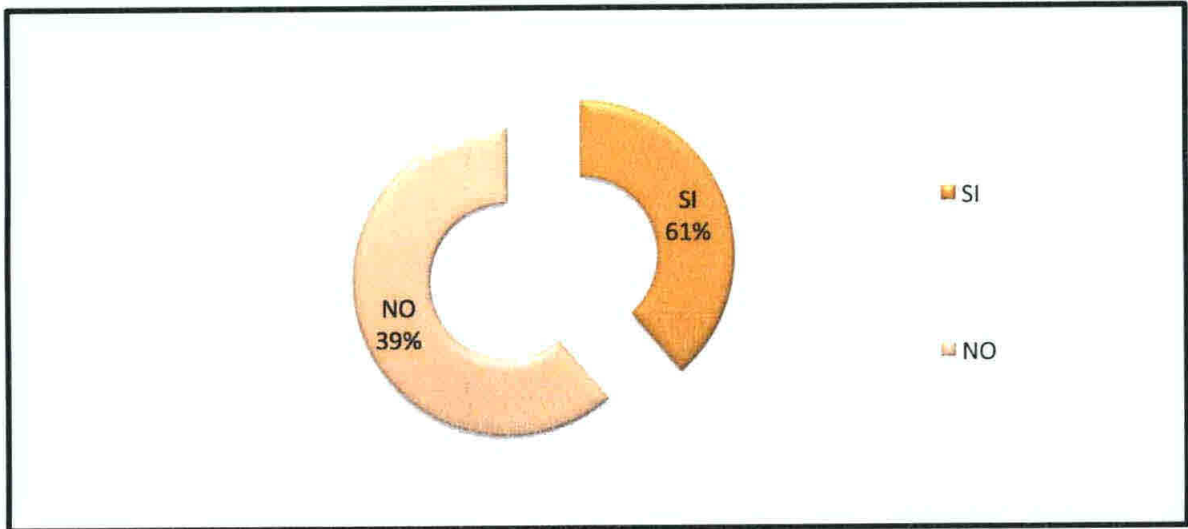


Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015

La gráfica No. 12, presenta los resultados referentes a la opinión de los egresados con respecto al Plan de estudio de la licenciatura de Relaciones Públicas. En este sentido tenemos que el 80% de los egresados, consideró que el Plan de Estudio de la carrera es bueno y el 13.3% respondió que regular y apenas 6.7.% de los egresados encuestados planteó que es deficiente.

**Gràfica No.13.**

**Relaciòn de las competencias de la Licenciatura de Relaciones Pùblicas con las exigencias del mercado laboral.**

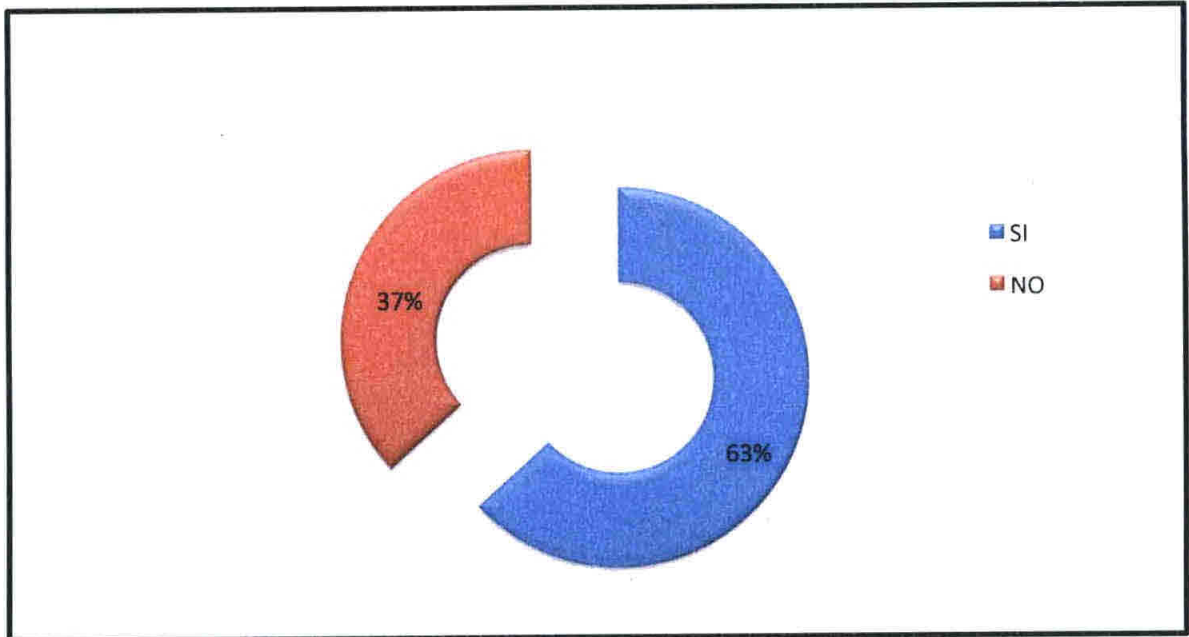


Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

La gràfica No.13 muestra que el 61% de los egresados seàalan que las competencias establecidas en el Plan de Estudio sí son relevantes y estàn relacionadas con la exigencia del mercado. Mientras que el 39% considera que las competencias de los profesionales de Relaciones Pùblicas no estàn respondiendo a las exigencias del mercado laboral.

**Gráfica No.14.**

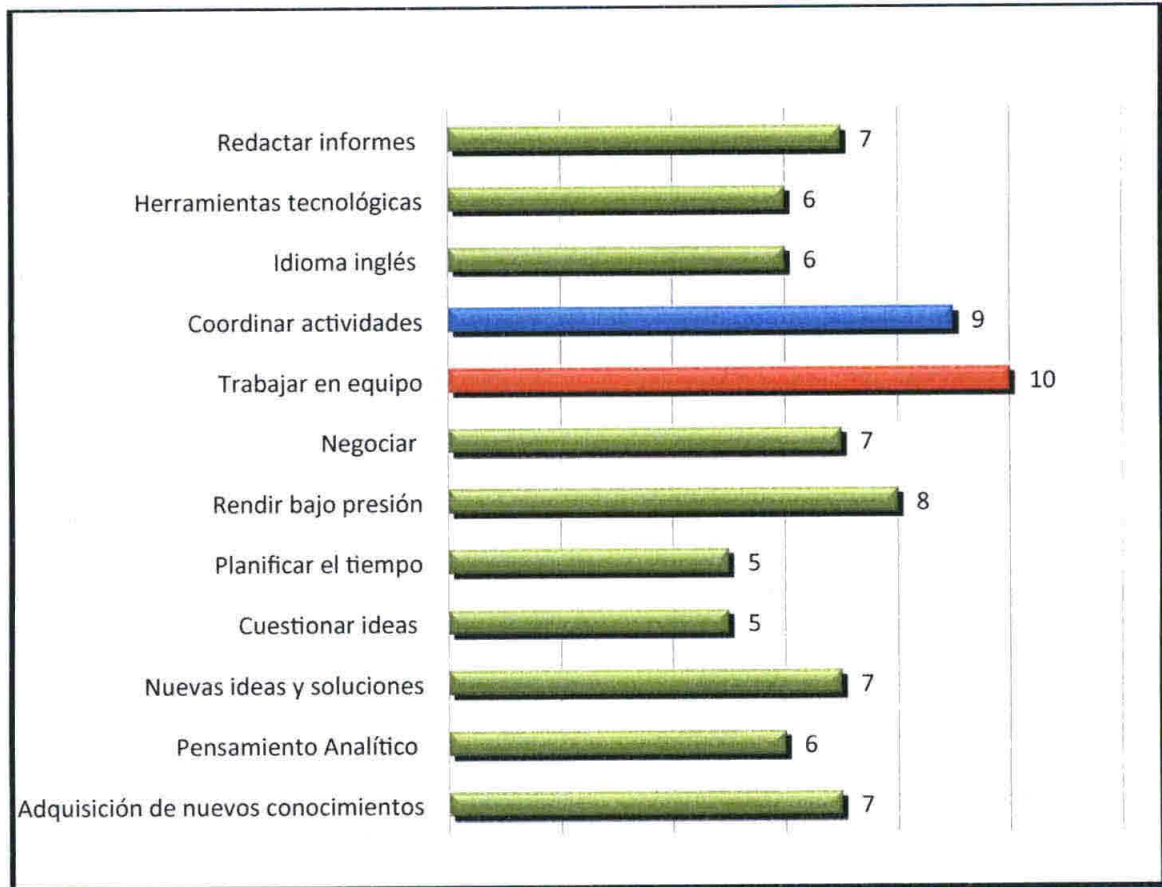
**Egresados que conocen el perfil de egreso y los objetivos de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a egresados , marzo 2015.

En la gráfica No.14 se observa que el 63% de los egresados señala que si conocen el perfil de egreso y objetivos de la carrera. A pesar de ser minoritaria las respuestas negativas, son a su vez preocupantes, puesto que el 37% de los egresados, afirma no conocer el perfil de egreso y los objetivos de la carrera.

**Gráfica No. 15.**  
**Competencias presentes en el diseño curricular de la carrera de Relaciones Públicas.**

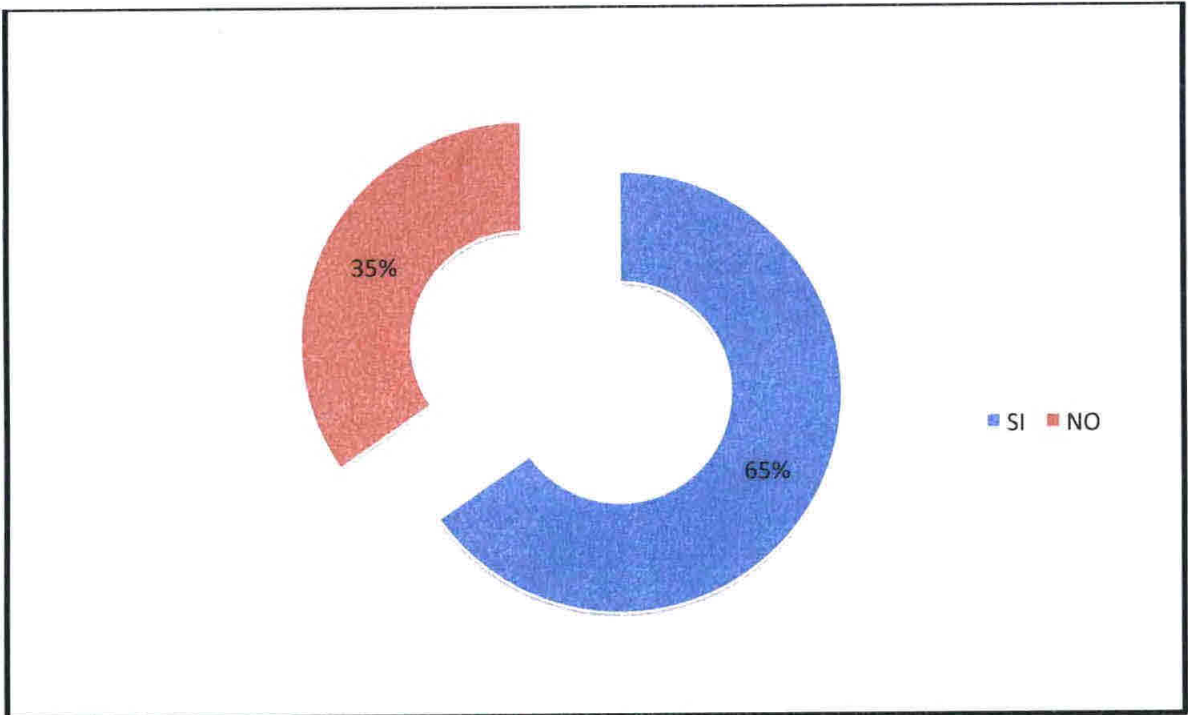


Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

La gráfica No.15 muestra la opinión de los egresados con respecto a doce (12) competencias. Las principales competencias que consideran los encuestados se detectan con 10, trabajar en equipo, 9 aceptan que coordinar actividades, 8 que rendir bajo presión, 7 se agruparon en nuevas ideas y soluciones y 7 adquisición de nuevos conocimientos y otros siete en la redacción de informes. Las competencias menos escogidas tres que solo escogieron 6 cada uno que son herramientas tecnológicas, idioma inglés y pensamiento analítico y por último sólo recibieron cinco votos, los ítemes planificar el tiempo y cuestionar ideas

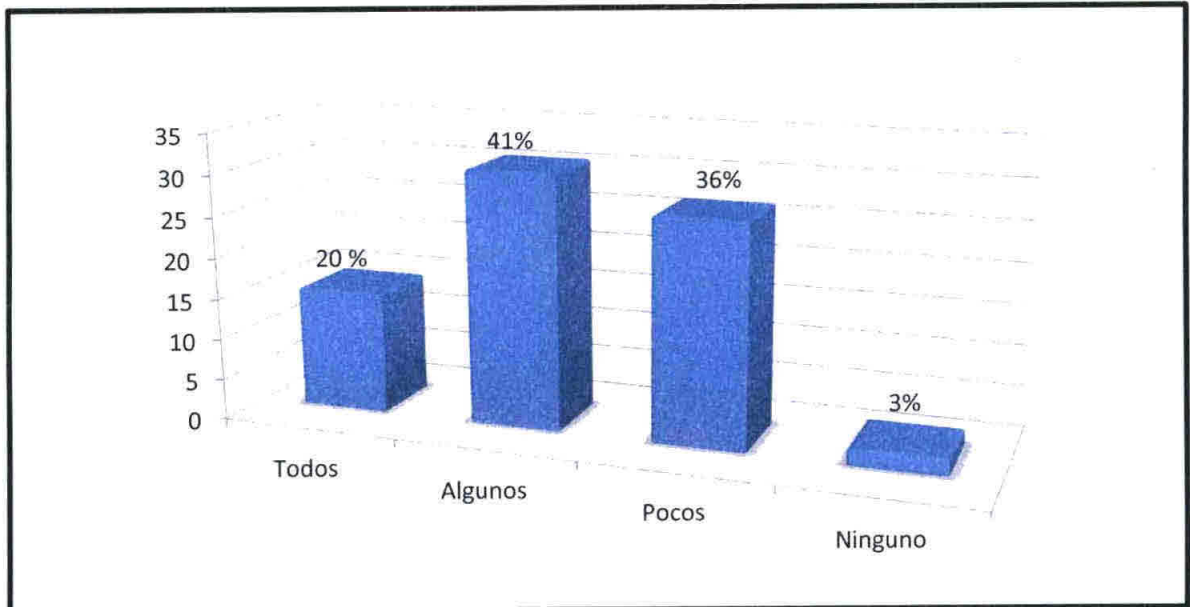


**Gráfica No. 16.**  
**Opinión acerca del cumplimiento de los profesores con los contenidos del programa de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

Se observa en la gráfica No.16, que el 65% de los egresados considera que los profesores sí cumplen con los contenidos de sus asignaturas. Y el 35% de los encuestados respondió que los profesores no cumplen con los contenidos.

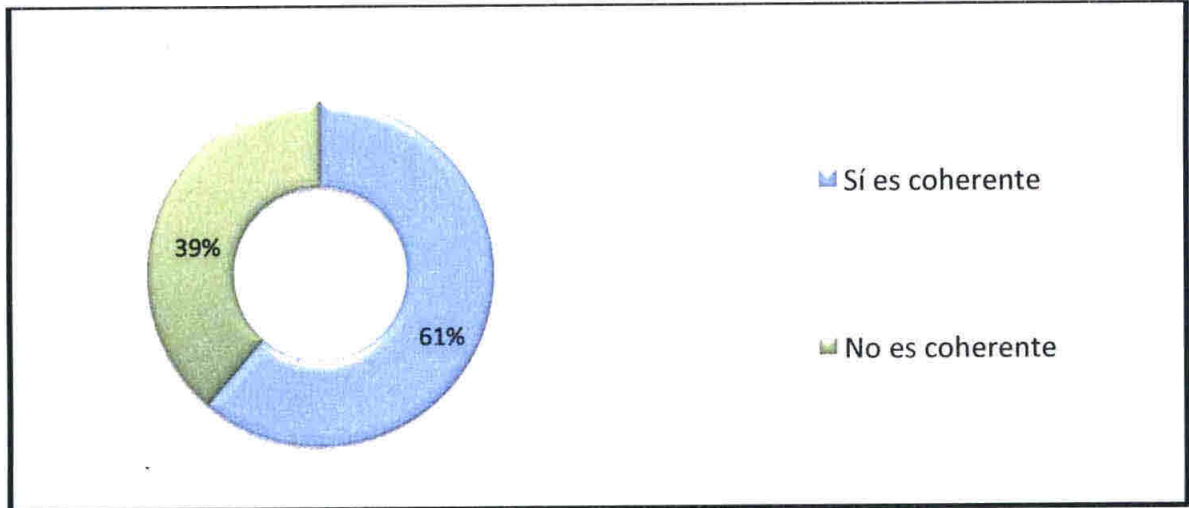
**Gráfica No.17.****Actualización de los profesores de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**

Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

La gráfica No. 17 muestra que el 20% de los egresados, consideró que todos los profesores están actualizados, el 41% considera que solo algunos de los profesores se encuentran actualizados en sus conocimientos. Mientras que el 36% respondió que pocos profesores están actualizados, frente a solo 2 egresados el 3% que señalan que ninguno de los profesores de la carrera están actualizados.

**Gráfica No.18.**

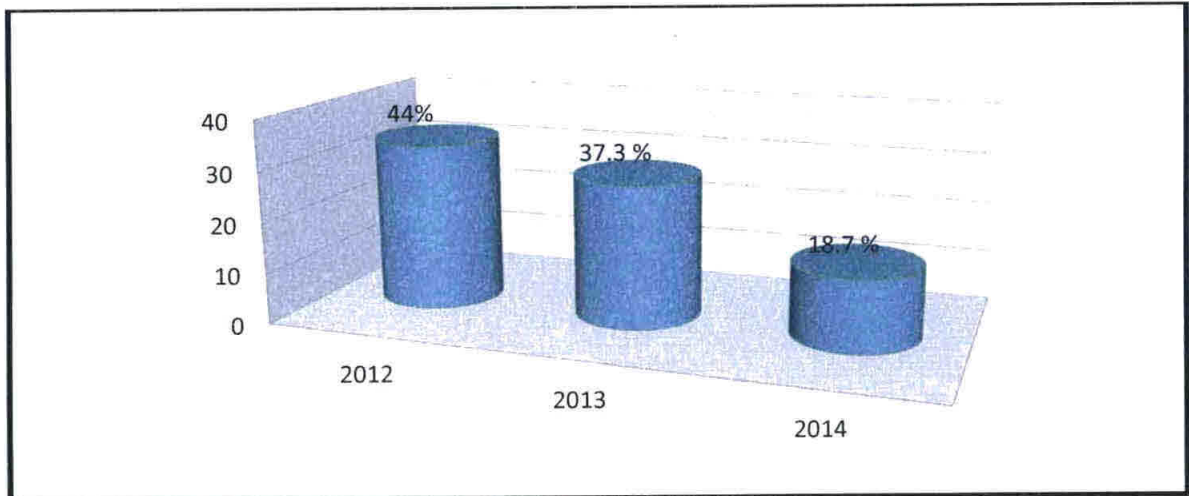
**Opinión de los egresados acerca de la coherencia de la formación académica y la realidad del mercado laboral.**



Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

En la gráfica No. 18 se observa la opinión de los egresados con respecto a su propia formación profesional, si ésta, es o no coherente a los requisitos del mercado de trabajo, el 61% afirmó que sí existe coherencia entre el mercado laboral. Por otra parte, el 39% respondió que no existe coherencia.

**Gráfica No.19.  
Año de egreso**



Fuente: Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015.

La gráfica No.19 se refiere al año de egreso de los encuestados, en la que se aprecia que la mayoría 33, el 44% comprende el año 2012. Mientras que 28, 37.3% en el año 2013 y 14, 18.7% en el año 2014.

#### **4.3.3. Opinión de los Empleadores**

La opinión de los empleadores es fundamental en la evaluación del currículum del profesional de Relaciones Públicas de la Universidad de Panamá. Por ello se encuestó a veinte empresas, 10 de instituciones públicas y 10 fueron de la empresa privada.

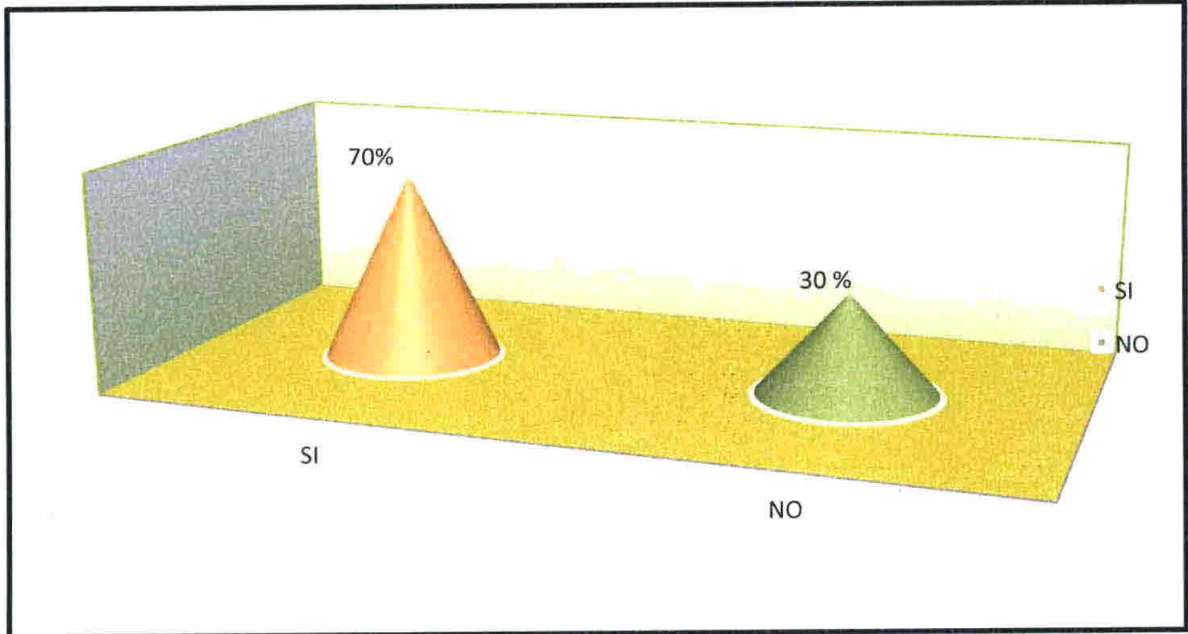
Entre las privadas se destacan, Cable and Wireless, Cable Onda, Supermercados Riba Smith entre otras y en el sector público se encuentran, Lotería Nacional de Beneficencia, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Vivienda. Estos datos se presentan más detalladamente en la Tabla No.1.

**Tabla No.1 EMPLEADORES DE PROFESIONALES DE  
RELACIONES PÚBLICAS ENCUESTADOS**

<b>EMPRESA</b>	<b>INSTITUCIÓN PÚBLICA</b>
Cable & Wireless	Lotería Nacional de Beneficencia
Cable Onda	Ministerio de Trabajo
Supermercado Riba Smith	Ministerio de Vivienda
Banco General	Caja de Ahorros
Llorente & Cuenca	Banco Nacional de Panamá
Stratego Communication	Instituto para la Formación y Aprovechamiento del Recurso Humano
Roxana Uribe	Ministerio de Gobierno y Justicia
Casinos Crown	Universidad de Panamá
Farmacias Arrocha	Ministerio de Desarrollo Social
Hospital Paitilla	Ministerio de Comercio e Industria

**Gráfica No.20.**

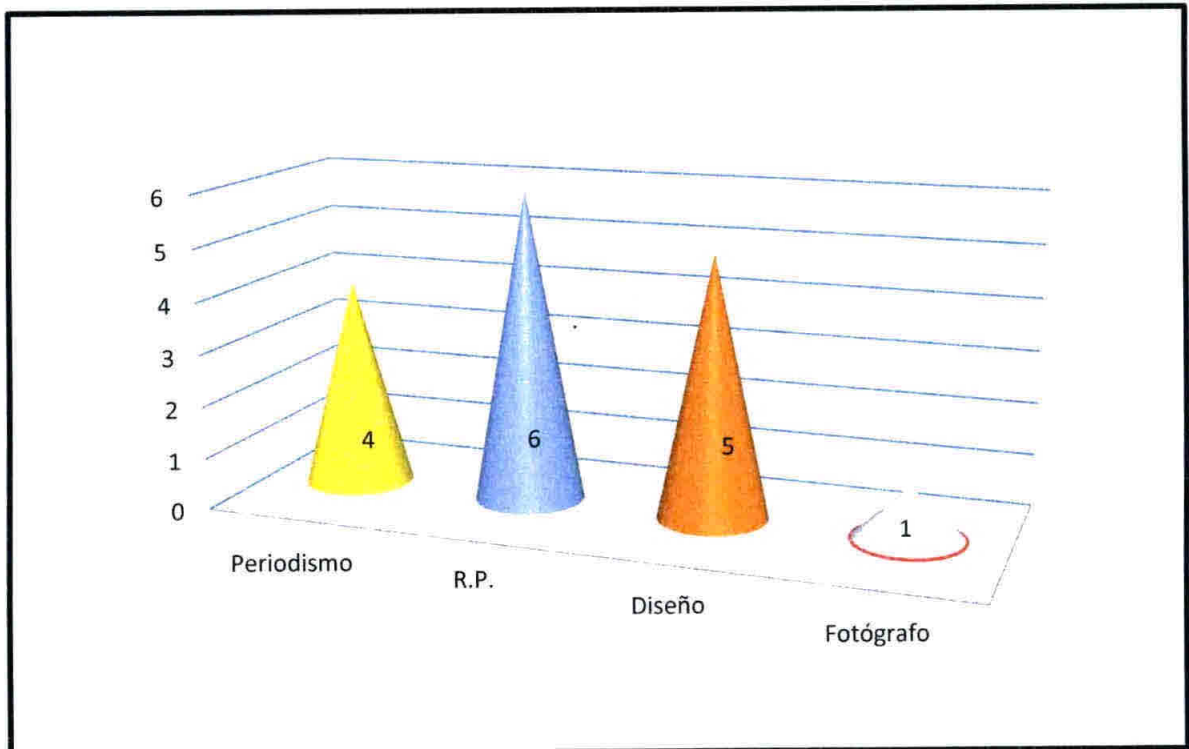
**Números de empleadores que han recibido a estudiantes de Relaciones Públicas para realizar la práctica profesional.**



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo de 2015.

Se preguntó a los veinte empleadores, si habían recibido a estudiantes para que realizarán su práctica profesional en sus empresas. Las respuestas obtenidas fueron el 70% respondieron que sí, y el 30% de los empleadores manifestaron que no; tal como lo explica la gráfica No.20. Esto implica una buena vinculación de los empleadores con la Facultad de Comunicación Social.

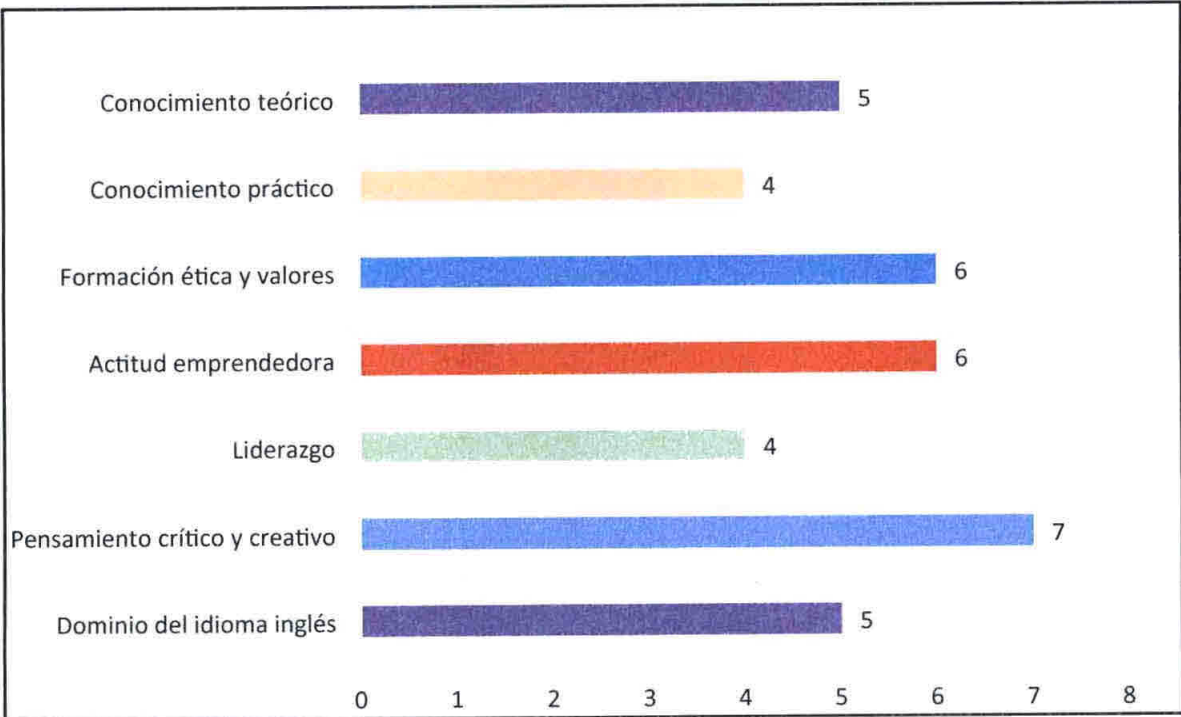
**Gráfica No.21.**  
**Especialidad de profesional relacionado con la comunicación social, que demandan las Empresas.**



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo de 2015.

La gráfica No.21 muestra la opinión de los empleadores con relación al tipo de profesional de la Comunicación Social que demanda. La respuesta fue en su orden: 6 relacionista público, 5 diseñadores, 4 periodismo, 4 protocolo y por último fotógrafo.

**Gráfica No.22.**  
**Las competencias que debe tener el egresado de la licenciatura de Relaciones Públicas.**

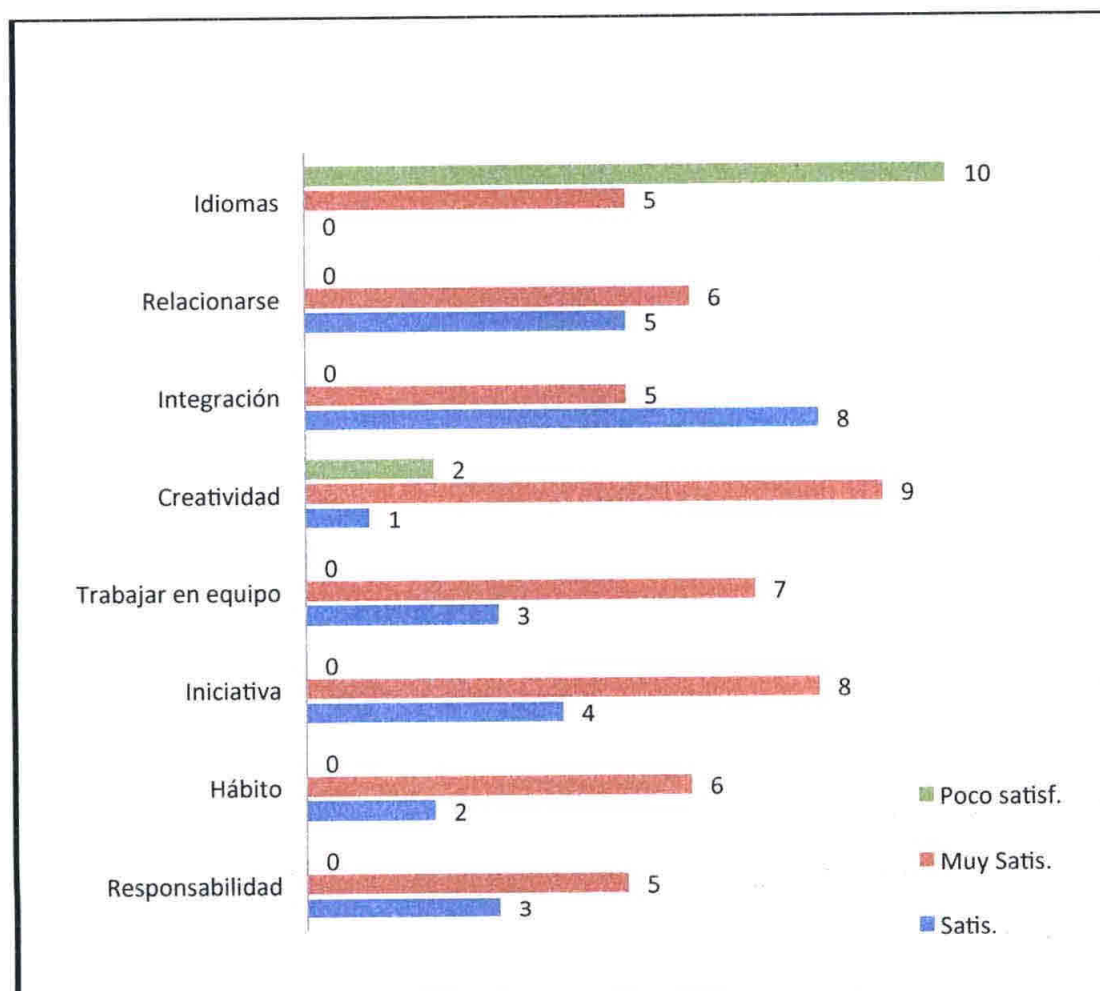


Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015.

Se observa en la gráfica No.22 las siete competencias que debe tener el egresado de Relaciones Públicas. Los empleadores respondieron de la siguiente manera: pensamiento crítico y creativo marcó con un puntaje de 7, formación ética y valores y una actitud emprendedora 6 cada una; el dominio del idioma inglés 5 lo marcaron, conocimientos prácticos y liderazgo obtuvo escogidos por 4 cada uno.

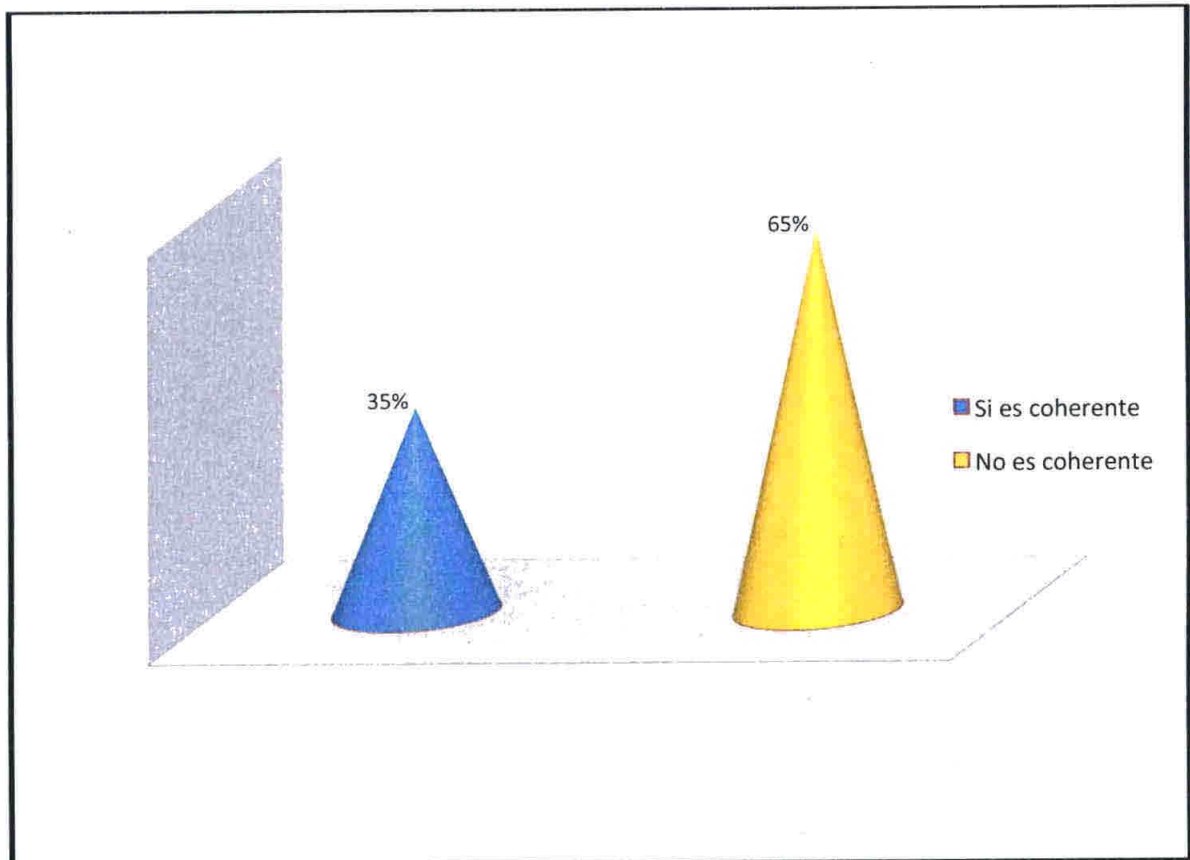


**Gráfica No.23.**  
**Competencias sociales de los profesionales egresados de la Licenciatura de Relaciones Públicas.**



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo de 2015.

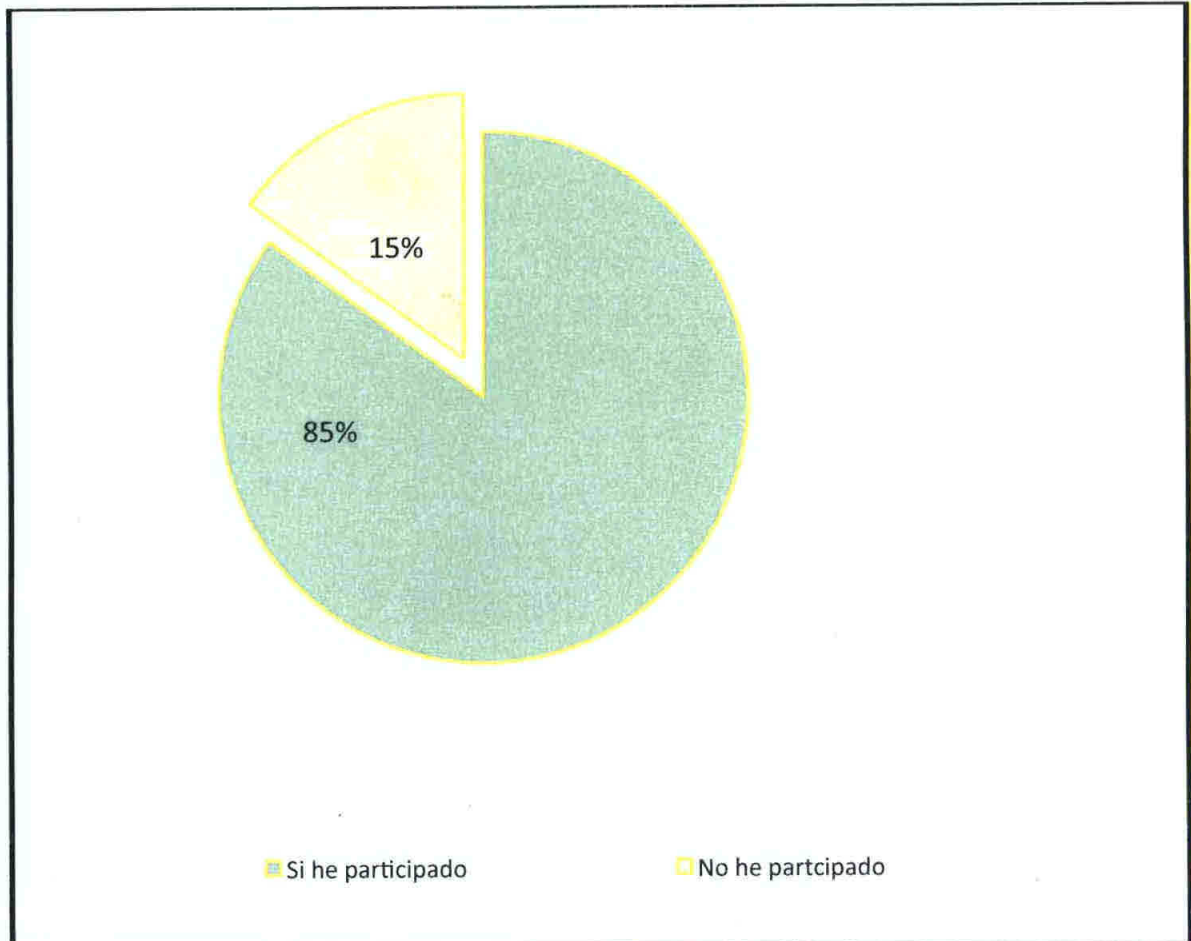
En la gráfica No. 23 las competencias sociales evaluadas por los empleadores, idiomas marcó 10, el mayor puntaje en el nivel de poca satisfacción; sin embargo la creatividad 9, le sigue iniciativa con 8 y trabajo en equipo 7, asegurando un nivel de mucha satisfacción favorable en el desempeño de los egresados. Por otra parte la competencia actitudinal de la integración obtuvo 8 puntos en el nivel de satisfacción, mientras que integración obtuvo 8, en el nivel de satisfacción.

**Gráfica No.24.****Coherencia de las competencias con la realidad del mercado laboral.**

Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015.

La gráfica No. 24 presenta una diferencia significativa de 65% entre los empleadores que señalan que las competencias que poseen los egresados de la licenciatura en Relaciones Públicas no son coherentes con el mercado laboral y el 35% respondieron que si hay coherencia.

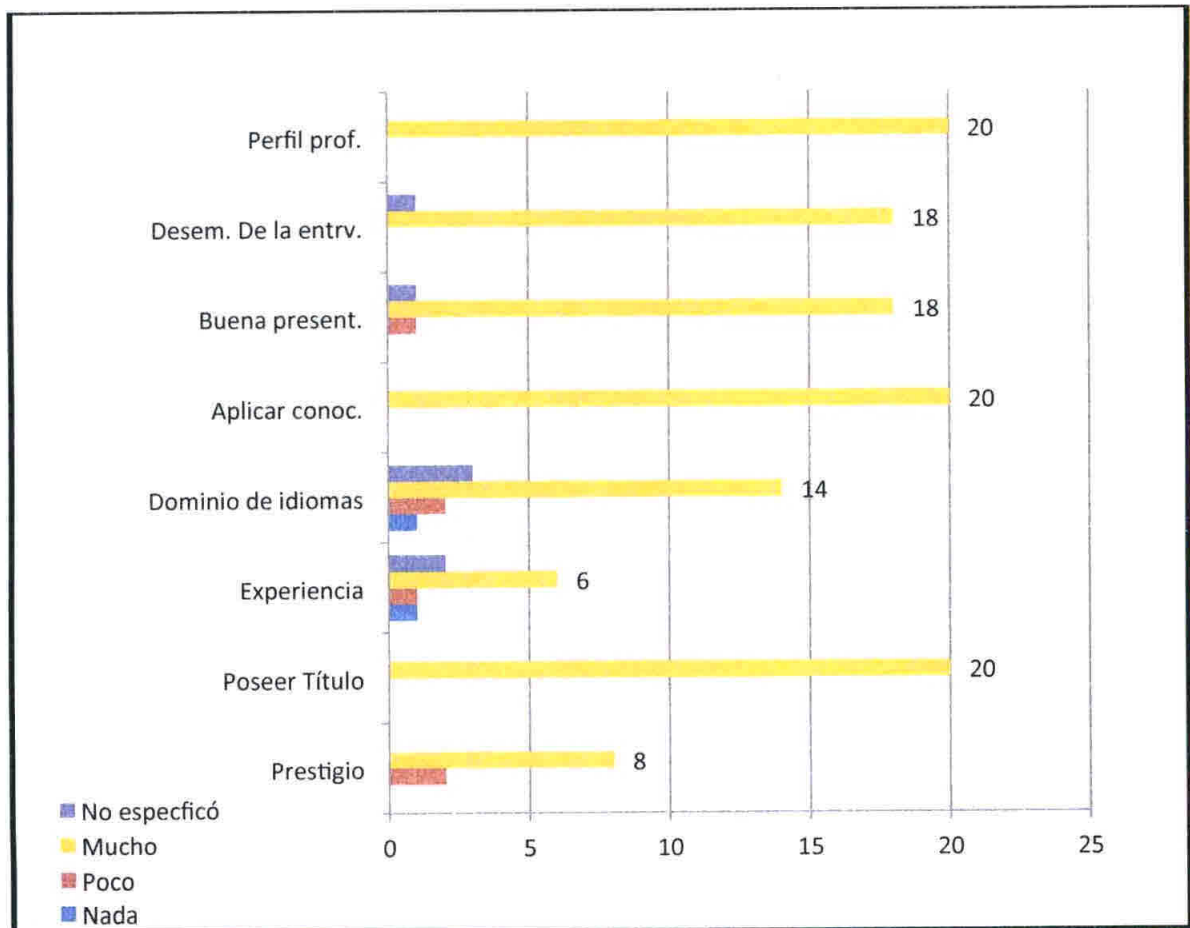
**Gráfica No.25.**  
**Relación del empleador con la Facultad de Comunicación Social**



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores , marzo de 2015.

Se observa en la gráfica No. 25, que el 85 % de los empleadores participan en actividades académicas que permiten un acercamiento con los estudiantes de la Licenciatura de Relaciones, y el 15% respondió que no tiene contacto con la unidad académica.

**Gráfica No.26.**  
**Aspectos que considera el empresario para contratar a egresados de Relaciones Públicas.**

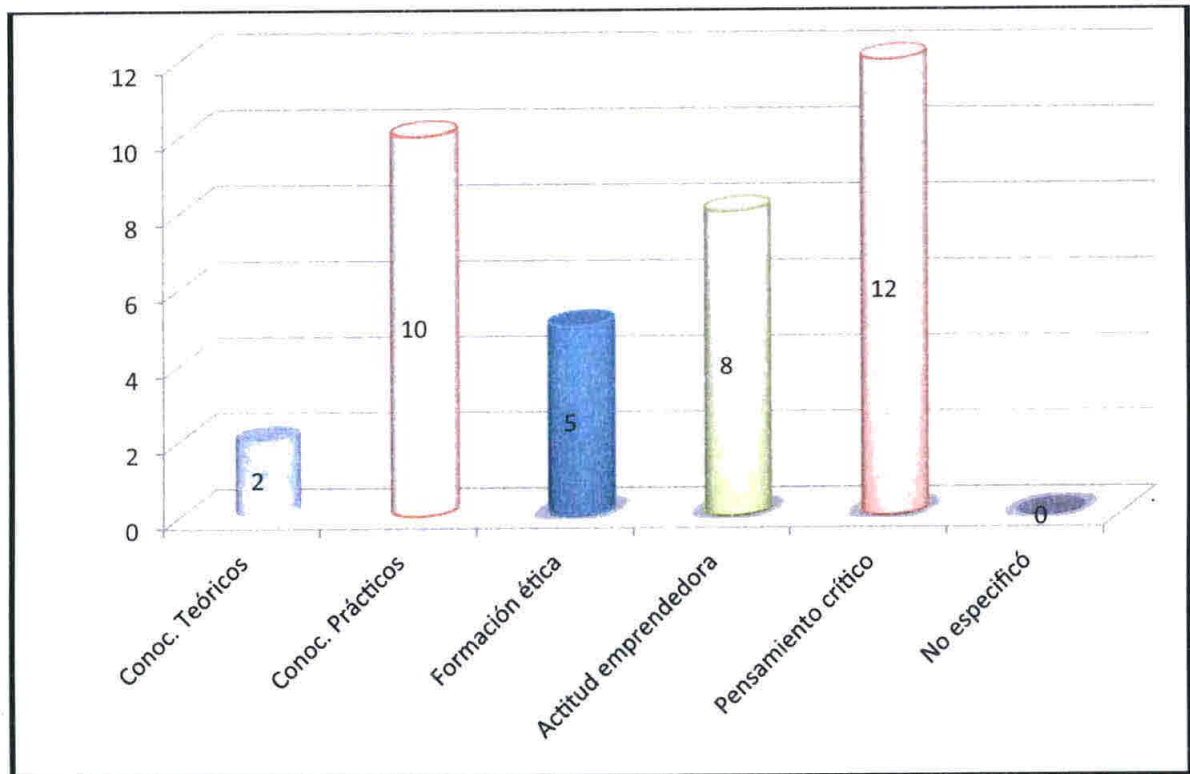


Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo de 2015.

Se observa en la gráfica No .26, que los empleadores al contratar a egresados de la licenciatura de Relaciones Públicas le da mucha importancia al perfil profesional, aplicación de conocimientos y poseer título, bajo este ítem se agrupan 20 que representa el 100%; la buena presentación, desempeño de la entrevista fueron seleccionada por 18; sin embargo el dominio de idiomas solo lo escogieron 14, lo que contrasta con lo expresado en la gráfica No.23. La experiencia y el prestigio no están entre las primeras de las opciones de contratación.

Gráfica No.27.

**Aspectos a reforzar en la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Públicas.**

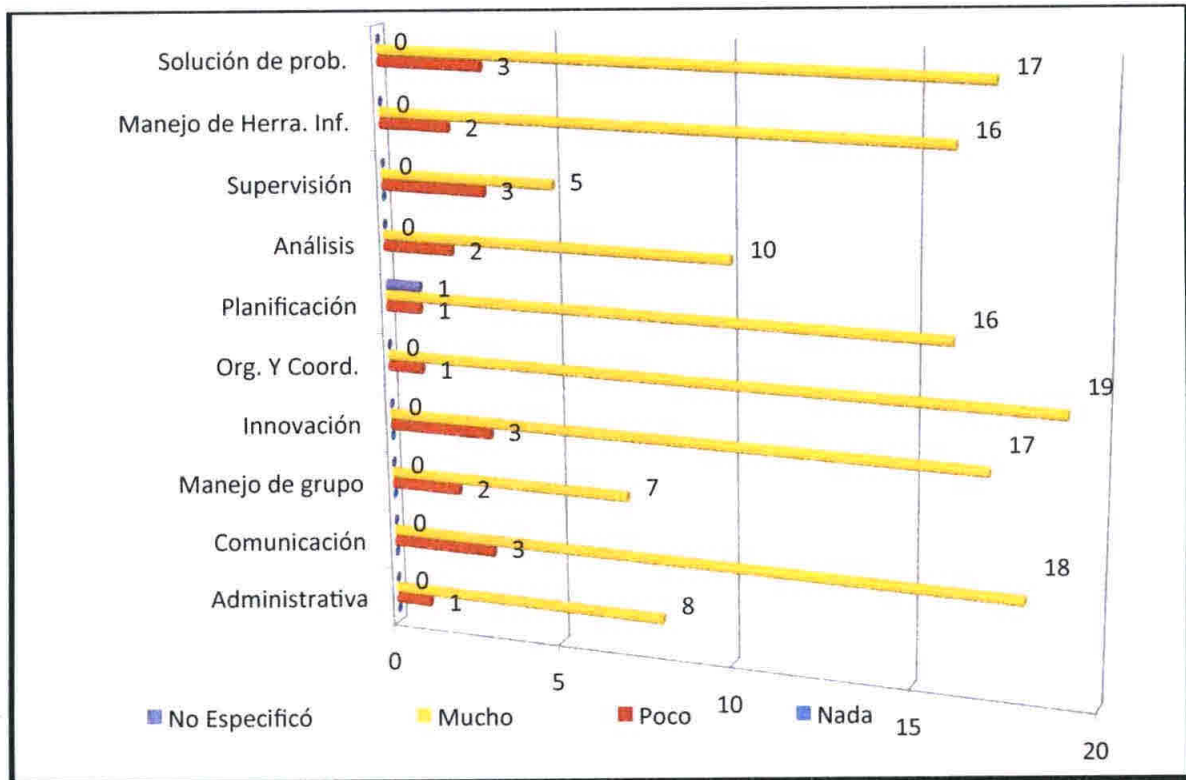


Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015.

En la gráfica No.27, presenta los aspectos que deben reforzar en la formación profesional del egresado y se evidencia la competencia actitudinal pensamiento crítico con un puntaje de 12; seguido de conocimientos prácticos 10 y llama la atención que los conocimientos teóricos obtuvo 2. De las competencias mencionadas el pensamiento crítico tiene un gran valor significativo tanto para el empleador como para el egresado.

Gráfica No.28.

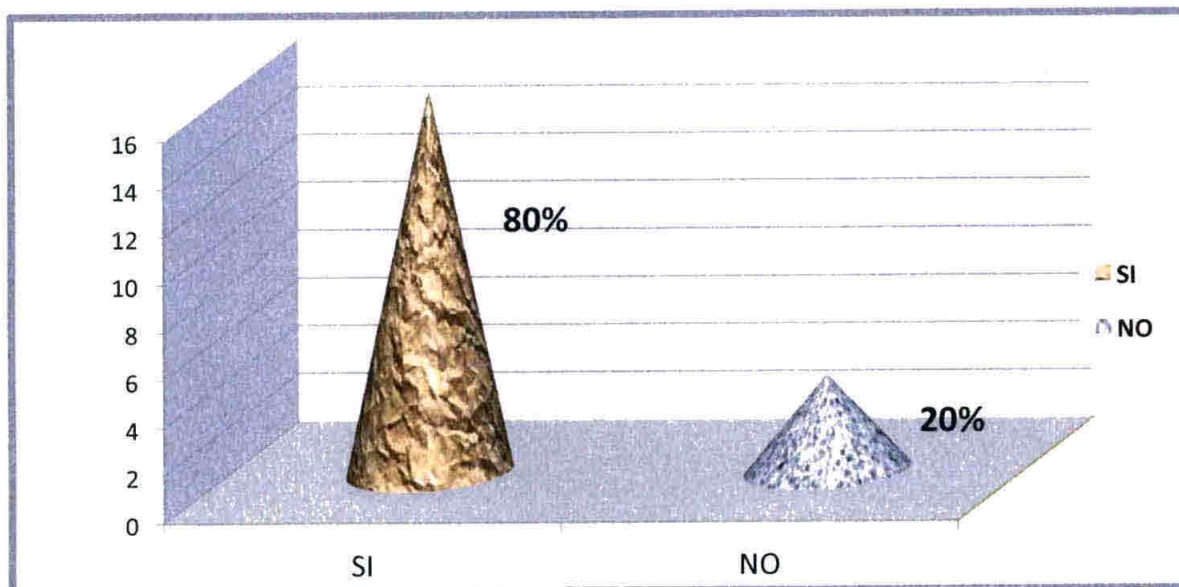
### Habilidades y competencias que reconoce por áreas del conocimiento.



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo de 2015.

Se observa en la gráfica No.28 la opinión de los empleadores en examinar las habilidades y competencias por área de conocimiento, se evidencia la organización y coordinación con mayor puntaje de 19 y la comunicación que tiene nivel alto de 18. Sin embargo en supervisión obtuvo 5, administración, se observa un nivel bajo de importancia que marca 8 por debajo de las anteriores componentes.

**Gráfica No.29.**  
**Convenio con la Facultad de Comunicación Social.**



Fuente: Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015.

La gráfica No.29, presenta un número significativo de 20 empleadores encuestados, el 80% de las empresas e instituciones públicas tienen convenio con la Facultad de Comunicación, contribuyendo de esta manera a que los estudiantes de la licenciatura de Relaciones Públicas puedan realizar la práctica profesional y se mantenga en contacto con el mercado laboral; sin embargo 4, el 20 % de las empresas e instituciones públicas quizás por razones de desconocimiento y poco interés no ha firmado convenio con la unidad académica.

## **CONCLUSIONES**

Luego de los resultados de los análisis cuali-cuantitativo de la investigación proporcionados mediante los instrumentos utilizados se llega a las siguientes conclusiones

- 1 Las competencias del diseño curricular del profesional de la licenciatura de Relaciones Publicas de la Universidad de Panamá no son pertinentes con las exigencias del mercado laboral
- 2 La mayoría de los profesores considera adecuada la estructura y secuencia lógica del Plan de Estudio 2008 (vigente) de la carrera de Relaciones Publicas, así como su adecuada distribución de las horas teóricas y prácticas del Plan de Estudio 2008 (vigente)
- 3 Los egresados con respecto a las competencias manifestaron que trabajar en equipo, coordinar actividades y rendir bajo presión son requeridas por el mercado laboral
- 4 En relación al desempeño profesional de los egresados de la licenciatura de Relaciones Publicas la mayoría ha considerado como insuficiente los contenidos que fueron ofrecidos para desarrollar conocimientos habilidades y actitudes en su área
- 5 Los empleadores expresan que las competencias que poseen los egresados de la licenciatura en Relaciones Publicas no es coherente con el mercado laboral y el idioma inglés debe ser reforzado para lograr que el nuevo profesional se desempeñe con éxito en su puesto de trabajo
- 6 Los programas del Plan de Estudio de 2008 vigente en su totalidad tienen, la descripción de las asignaturas y la cantidad de módulos por asignaturas, las horas semanales, pero refleja muy poca ejecución de las estrategias didácticas y técnicas



## **RECOMENDACIONES**

De este trabajo de investigación surgen las siguientes recomendaciones

- 1 Proponer una revisión oportuna de las competencias del Plan de Estudio 2014 (propuesta), con la finalidad de comparar las competencias del Plan de Estudio 2008 (vigente) y verificar el proceso de construcción de los saberes, actitudes y valores
- 2 Que en el desarrollo del diseño curricular de la licenciatura de Relaciones Publicas se fortalezca las competencias del idioma inglés
- 3 Que se revise el perfil de egreso de la carrera de Relaciones Publicas, de los egresados de la licenciatura de Relaciones Publicas
- 4 La competencia correspondiente al pensamiento crítico y creativo debe ser considerada en el desarrollo del diseño curricular de la licenciatura de Relaciones Publicas
- 5 - Los estamentos de gobierno universitario se comprometan con la concepción participativa, en el diálogo, en el proceso de enseñanza aprendizaje que se deben sustentar en metodologías participativas
- 6 -Crear una base de datos de egresados de la Licenciatura de Relaciones Publicas, con la finalidad mantener vínculos de comunicación con la Escuela de Comunicación Corporativa de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá

## REFERENCIAS

- ALONSO, L y Nyssen, J (2009)** El debate sobre competencias Una estrategia cualitativa en torno a la educación superior España ANECA
- ARMENGOL, C y otros (2007)** El Practicum en el Espacio Europeo de Educación Superior España Editorial Frimas Press
- BARRO, M E y Jiménez E (2010)** Relaciones Empresariales España Editorial FrimasPress
- BATALLER, C (2009)** Requisitos metodológicos para la elaboración de un plan de estudio México Universidad Autónoma de México
- BUNK, G (1994)** La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento a Profesionales de la RFA Revista Europea de Formación Profesional cd
- CABERO, A (2005)** Formación del profesorado universitario en estrategias metodológicas para la incorporación del aprendizaje en red en el espacio de educación superior Madrid MEC, Programa de estudio y análisis
- CASARINI, M (1999)** Teoría y Diseño Curricular México Trillas
- DÍAZ Barriga, A ( 2005)** Curriculum entre Utopía y Realidades México Universidad Nacional Autónoma de Mexico
- DÍAZ Barriga F, y otros ( 2013 )** Metodología de Diseño Curricular para la enseñanza superior México Universidad Nacional Autónoma de México
- DÍAZ Barriga A, F. (2010)** Los profesores ante las innovaciones curriculares México Revista Iberoamericana de Educación Superior
- FLORES, M T (2011)** La enseñanza interdisciplinaria de las Relaciones Publicas en las universidades de España y Mexico Un estudio exploratorio Mexico Correspondencias & análisis, N° 1, año 20

**HERNÁNDEZ, P F , Martinez C P y otros (2009)** Aprendizaje y competencias una nueva mirada REOP, Vol 20 N° 3 3 España

**HERNÁNDEZ, R y Fernández B (2010)** Metodología de la Investigación\_D F , 5ta Edición México McGraw Hill

**HERNÁNDEZ, M K y Losada J (2010)** La oferta formativa de Relaciones Publicas en los nuevos grados universitarios en España España Red Académica Iberoamericana de Comunicación

**GALLEGOS, D y Cacheiro, W (2009)** El e Portafolio como estrategia de enseñanza y aprendizaje, Revista Electrónica de Tecnología Educativa N° 30/noviembre España Editorial Edutec

**GÓLCHER, I (2009)** Agenda de la comunicación Panamá Editorial Letras Panameñas Décima edición

**GÓMEZ, I (2005)** Competencias profesionales una propuesta de evaluación para las facultades de ciencias administrativas Pedagogía universitaria Educación y educadores Vol 8

**GONZÁLEZ, M V (2001)** La formación por competencias profesionales en la Universidad España Revista de Educación, No 8 Universidad de Huelva

**LEVY- Leboyer, C (1997)** Gestión de las Competencias Barcelona Gestion 2000

**MAGALLÓN, S (2006)** Conceptos y elementos de las Relaciones Publicas\_ Barcelona Editorial coleccion

**MALDONADO, G M (2003)** Las competencias, una opción de vida metodología para el diseño curricular Bogotá ECOE Ediciones

**MERTENS , L (1996)** Competencia laboral sistemas, surgimiento y modelos Montevideo Cinterfor

**MELLADO, M E (2007)** Portafolio en linea Una herramienta de desarrollo y evaluación de competencias en la formación docente Madrid Educar, No 40

**MERINO VIGIL, F (2012)** Rediseño de la curricular de Relaciones Publicas bajo enfoque de formación de competencias laborales, [www.rppnet.com.ar](http://www.rppnet.com.ar) Apuntes-Tesis RelacionesPublicas

**PANSZA, M (1988)** El diseño curricular y los diversos modelos educación Mexico Trillas

**Proyecto Tuning (2007)** Tuning Educational Structures en Europe Informe final, Proyecto piloto fase 1 Bilbao Universidad de Deusto

**RIESCO, G M (2008)** El enfoque por competencias en el EEES y sus implicaciones en la enseñanza y el aprendizaje España Tecnologías Pedagógicas

**SANTIVÁÑEZ LIMA, V (2012)** Diseño Curricular a partir de Competencias Colombia Editorial la U

**TOBÓN, S (2008)** Formación Basada en competencias Madrid Universidad Complutense de Madrid

**TOBÓN, S G., Fraile J A y otros (2006)** Competencias, calidad y Educación Superior Bogotá Magisterio

**TORRES, HERNÁNDEZ, R M (1998)** Paradigma del Curriculum\_ Universidad Pedagógica Nacional, año 1, Vol I Mexico Revisa Vasijas

**TRIADÚ, X (2010)** Relaciones Publicas, empresa y sociedad Una aproximación ética Barcelona España Editorial UDC Oberta de Catalunya Universitat

**ZABALZA, M (2003)** Currículo formativo en la Universidad\_ Madrid Narcea

**ZABALZA, M (2005)** Guia para planificación didáctica de la docencia universitaria en el marco del EEES España Universidad de Santiago de Compostela

## **TESIS**

**ALMANZA, M (2008)** Correspondencia de los objetivos de las asignaturas del plan de estudios con el perfil de egreso de la carrera de Técnico en asistencia odontológica Tesis de grado ICASE Universidad de Panamá

**AUZ VERA, M ( 2014)** Competencias emergentes, características del mercado laboral y niveles de satisfacción generales y adecuación de la formación en competencia general y profesional de los graduados de la carrera de Comunicación Social con mención en Relaciones Publicas y Comunicación Organizacional TESIS de grado Ecuador Universidad Casa Grande

**MOSQUERA, M (2014,19 de junio)** Relaciones Publicas e Imagen de Gobierno Publicación 19 de junio 2014, La Prensa P 10

## **FOLLETOS**

**BARRON, T M ( 2014)** Teoria del Curriculum Instituto Centroamericano de la Administración de la Educación Superior (ICASE) Universidad de Panamá

**Comisión de Transformacion Curricular** Escuela de Relaciones Publicas Propuesta para la actualización de la Licenciatura en Relaciones Publicas 2005-2008

**PEREZ, P, R (2014)** Planificar por competencias y objetivos Instituto Centroamericano de la Administracion de la Educación Superior (ICASE) Universidad de Panama

**Estatuto Universitario** Consejo General de la Universidad de Panamá Reunión N° 22-08 Republica de Panamá Gaceta oficial de la Republica de Panamá Ley 21 de junio de 2008

## **REFERENCIAS ELECTRÓNICAS**

**ARMENDÁRIZ, E (2015)** El nuevo perfil del profesional de la comunicación y las relaciones públicas Una visión desde la perspectiva del mercado <http://revistarelacionespublicas.unam.mx/index.php/revrrpp/article/view/117>  
Revista Internacional de Relaciones Públicas, N° 9, VOL 5 [consulta 16 de junio de 15]

**CORTESE, A (2012)** Desarrollo personal [www.inteligencia-exitosa.org](http://www.inteligencia-exitosa.org) (consulta 2 de octubre 2015)

**SANZHEZ- OLAVARRÍA, C (2014)** Los egresados de comunicación y el mercado laboral un estudio de trayectorias profesionales, en Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES), Mexico, UNAM-IISUE/Universia, vol V, num 13, pp 40-54, <http://ries.universia.net/index.php/ries/article/view/316> [consulta 26 de agosto 2015]

## **ANEXOS**

**Cuadro No 1**  
**Estructura del Plan de Estudio 2008**  
**de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si es la adecuada tiene secuencia lógica</b>	6	60%
<b>No es la adecuada</b>	4	40%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 2**  
**Distribucion de las horas teóricas y practicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Es adecuada</b>	7	70%
<b>No es la adecuada</b>	3	30%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 3**  
**Correspondencia entre el Plan de estudio y el perfil de egreso**  
**de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si corresponde</b>	8	80%
<b>No corresponde</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 4**  
**Cambio y ajuste al Plan de Estudio de 2008**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si coherente</b>	8	80%
<b>No existe una relación</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015



**Cuadro No 5**  
**Cambios y ajuste efectuados al Plan de Estudio 2014**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Se ajusta</b>	4	40%
<b>No se ajusta</b>	4	40%
<b>No es indicado</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015

**Cuadro No 6**  
**Relación coherente y satisfactoria entre los objetivos de la carrera y el perfil de egreso**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si es coherente</b>	6	60%
<b>No es coherente</b>	4	40%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015

**Cuadro No 7**  
**Competencia del Plan de Estudio año 2008 y su relevancia con la formación académica**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si son relevantes</b>	7	70%
<b>No tiene relevancia</b>	3	30%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 8**  
**Conocimiento de las áreas de dominio del plan de estudio de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si las conoce</b>	9	90%
<b>No las conoce</b>	1	10%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 9**  
**Modificaciones del diseño curricular de la Licenciatura de Relaciones**  
**Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>El perfil de egreso</b>	2	20%
<b>Las competencias</b>	5	50%
<b>Ninguna de las anteriores</b>	3	30%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes, marzo 2015

**Cuadro No 10**  
**Aplicación de las TICS para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de**  
**conocimientos, habilidades y destrezas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Siempre</b>	7	70%
<b>Usualmente</b>	3	30%
<b>TOTAL</b>	10	100 %

Fuente Encuesta aplicada a docentes marzo 2015

**Cuadro No 11**  
**Egresados que laboran en el área de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	48	
<b>No</b>	27	
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 12**  
**Opinión de los egresados acerca de l Plan de Estudio de la Licenciatura de**  
**de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Bueno</b>	60	80 %
<b>Regular</b>	10	13 3 %
<b>Deficiente</b>	5	6 7 %
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015

**Cuadro No 13**  
**Relación de las competencias de la Licenciatura de Relaciones Públicas y las exigencias del mercado laboral**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	46	61%
No	29	39%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100 %</b>

Fuente Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015

**Cuadro No 14**  
**Egresados que conocen el perfil de egreso y los objetivos de la carrera de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

Alternativa	Cantidad	Porcentaje
Si	52	63%
No	23	37%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100 %</b>

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 15**  
**Competencias presente en el diseño curricular de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

Alternativa	Cantidad
Adquisición de nuevos conocimiento	7
Pensamiento analítico	6
Nuevas ideas y soluciones	7
Cuestionar ideas	5
Planificar el tiempo	5
Rendir bajo presión	8
Negociar	7
Trabajar en equipo	10
Coordinar actividades	9
Idioma ingles	6
Herramientas tecnológicas	6
Redactar informes	7

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 16**  
**Opinión de los egresados acerca del cumplimiento de los Profesores con los contenidos del programa de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	49	65%
<b>No</b>	26	35%
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados, marzo 2015

**Cuadro No 17**  
**Actualización de los profesores de la licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Todos</b>	15	20%
<b>Algunos</b>	31	41%
<b>Pocos</b>	27	36%
<b>Ninguno</b>	2	3%
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 18**  
**Opinión de los egresados acerca de la coherencia de la formación académica y la realidad del mercado laboral**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si es coherente</b>	46	61%
<b>No es coherente</b>	29	39%
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 19**  
**Año de egreso a la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>2012</b>	33	44 %
<b>2013</b>	28	37 3 %
<b>2014</b>	14	18 7 %
<b>TOTAL</b>	75	100 %

Fuente Encuesta aplicada a egresados marzo 2015

**Cuadro No 20**  
**Números de empleadores que han recibido a estudiantes de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	13	61%
<b>No</b>	7	39%
<b>TOTAL</b>	20	100 %

Fuente Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015

**Cuadro No 21**  
**Especialidad profesional relacionado con la comunicación social, que demanda las Empresas**

<b>Profesionales</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Periodismo</b>	4
<b>Relaciones Públicas</b>	6
<b>Diseños</b>	5
<b>Protocolo</b>	4
<b>Fotógrafo</b>	1
<b>TOTAL</b>	20

Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015

**Cuadro No 22**  
**Las competencias debe tener el egresado de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Conocimientos teóricos</b>	5
<b>Conocimientos prácticos</b>	4
<b>Formacion ética y valores</b>	6
<b>Actitud emprendedora</b>	6
<b>Liderazgo</b>	4
<b>Pensamiento crítico y creativo</b>	7
<b>Dominio del idioma inglés</b>	5

Fuente Encuesta aplicada a empleadores, marzo 2015

**Cuadro No 23**  
**Competencias sociales del profesional egresado de la Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Muy satisfecho</b>	<b>Satisfecho</b>	<b>Poco satisfecho</b>
<b>Responsabilidad del egresado en su trabajo</b>	3	5	0
<b>Hábitos positivos en el trabajo</b>	2	6	0
<b>Nivel de iniciativa</b>	4	8	0
<b>Capacidad para trabajar en equipo</b>	3	7	0
<b>Creatividad e innovación</b>	1	9	2
<b>Capacidad para integrarse al área de trabajo</b>	8	5	0
<b>Capacidad para relacionarse armónicamente con sus compañeros de trabajo</b>	5	6	0
<b>Dominio de otros idiomas</b>	0	5	10

Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015

**Cuadro No 24**  
**Coherencia de las competencias con la realidad del mercado laboral**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si es coherente</b>	7	35%
<b>No es coherente</b>	13	65%
<b>TOTAL</b>	20	100 %

Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015

**Cuadro No 25**  
**Relación del empleador con la Facultad de Comunicación Social**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si he participado</b>	17	85%
<b>No he participado</b>	3	15%
<b>TOTAL</b>	20	100 %

E Fuente Encuesta aplicada a empleadores , marzo 2015

**Cuadro No 26**  
**Aspectos a que considera el empresario al contratar a egresados de la**  
**Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Nada</b>	<b>Poco</b>	<b>Mucho</b>	<b>No especificó</b>
Prestigio de la institucion educativa	0	2	8	0
Poseer un titulo profesional	0	0	20	0
Experiencia laboral	1	1	6	2
Dominio de idiomas	1	2	14	3
Aplicacion y generaci3n de conocimientos	0	0	20	0
Buena presentaci3n	0	1	18	1
Desempeño de la entrevista	0	0	19	1
Perfil actitudinal	0	0	20	0

Fuente Encuesta aplicada a empleadores , marzo 2015

**Cuadro No 27**  
**Aspectos hay que reforzar en la formaci3n profesional del egresado de la**  
**Licenciatura de Relaciones Públicas**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>
Conocimientos te3ricos	2
Conocimientos pr3cticos	10
Formaci3n 3tica y valores	5
Actitud emprendedora y de liderazgo	8
Pensamiento critico y creativo	12
No especific3	0

Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015

**Cuadro No 28**  
**¿Habilidades y competencias que reconoce el empleador**  
**por áreas del conocimiento?**

<b>Alternativas</b>	<b>Nada</b>	<b>Poco</b>	<b>Mucho</b>	<b>No especificó</b>
Administrativa	0	1	6	0
Comunicación	0	3	18	0
Manejo de grupo	0	2	7	0
Innovación	0	3	17	0
Organización y coordinación	0	1	19	0
Planificación	0	1	16	1
Análisis	0	2	10	0
Supervision	0	3	5	0
Manejo de herramientas e informática	0	2	16	0
Solución de problema	0	3	17	0

p  
Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015

**Cuadro No 29**  
**Convenio con la Facultad de Comunicación Social**

<b>Alternativa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	16	80%
<b>No</b>	4	20%
<b>TOTAL</b>	20	100 %

Fuente Encuesta aplicada a empleadores marzo 2015



**UNIVERSIDAD DE PANAMA**  
**Instituto Centroamericano de Administración y Supervisión de la Educación**  
**(ICASE)**  
**Maestría de Curriculum**  
**DOCENTES**

Buenas tardes le agradezco colaborar con la encuesta, cuyo objetivo es analizar las competencias vigentes en el plan de estudio con el perfil de egreso de la carrera de la Licenciatura en Relaciones Públicas y las exigencias de mercado laboral

1 ¿Considera usted adecuada la estructura del Plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas?

1 1 Si es la adecuada

1 2 No es la adecuada

2 ¿Qué opinión le merece la distribución de las horas teóricas y prácticas adoptadas en el plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas?

2 1 Es adecuada

2 2 No es adecuada

3 ¿Conoce usted la relación entre el plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas y el perfil de egreso?

3 1 Si corresponde

3 2 No responde

4 ¿Qué opinión le merecen los cambios y ajustes efectuados al plan de estudios 2008 (vigente) de la carrera de Relaciones Publicas?

4 1 Se ajusta

4 2 No se ajusta

4 3 no es el indicado

5 ¿Qué opina sobre los cambios y ajustes efectuados al plan de estudio proyecto (2014) ?

5 1 Si es coherente

5 2 No es coherente

6 ¿Encuentra usted una relación coherente y satisfactoria ente los objetivos de la carrera y el perfil de egreso del Plan de Estudio 2008 (vigente)?

6 1 Si es coherente	<input type="checkbox"/>
6 2 No es coherente	<input type="checkbox"/>

7 ¿Cree usted que las competencias del plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas fortalecen la formación académica del egresado?

7 1 Si son relevantes	<input type="checkbox"/>
7 2 no son relevancia	<input type="checkbox"/>

8 ¿Conoce usted las áreas de dominio del plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas?

8 1 Si las conozco	<input type="checkbox"/>
8 2 no las conozco	<input type="checkbox"/>

9 ¿Qué modificaciones del diseño curricular considera oportuna para la carrera de Relaciones Publicas?

9 1 El perfil de egreso	<input type="checkbox"/>
9 2 Las competencias	<input type="checkbox"/>
9 3 Ninguna de las anteriores	<input type="checkbox"/>

10 ¿Aplica las herramientas tecnológicas para facilitar el aprendizaje y el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas?

10 1 Siempre	<input type="checkbox"/>
10 2 Usualmente	<input type="checkbox"/>

**UNIVERSIDAD DE PANAMA**  
**Instituto Centroamericano de Administración y Supervisión de la Educación**  
**(ICASE)**  
**Maestría de Curriculum**  
**EGRESADO**

Buenas tardes le agradezco colaborar con la encuesta, cuyo objetivo es analizar las competencias vigentes en el plan de estudio con el perfil de egreso de la carrera de la Licenciatura en Relaciones Publicas y las exigencias de mercado laboral

**DATOS GENERALES**

1 ¿Trabaja usted actualmente en el área de Relaciones Publicas?

1 1 Si  1 2 no

2 ¿Qué opinión le merece el plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas?

2 1 Bueno  2 2 regular  2 3 deficiente

3 ¿Considera las competencias del plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas estan relacionadas con las exigencia del mercado laboral?

3 1 Si  3 2 no

4 ¿Conoce usted el perfil de egreso y los objetivos de la carrera de Relaciones Publicas?

4 1 Si  4 2 No

5 ¿Indique que competencias estaban presente en el plan de estudio 2008 de la carrera de Relaciones Publicas?

5 1 Redactar Informes

5 2 Herramientas tecnológicas

5 3 Idioma inglés

5 4 Coordinar actividades

5 5 trabajar en equipo

5 6 Negociar

- 5 7 Rendir bajo presión
- 5 8 Planificar el tiempo
- 5 9 Cuestionar ideas
- 5 10 Nuevas ideas y solución
- 5 11 Pensamiento analítico
- 5 12 Adquirían de nuevos conocimientos

6 ¿Cumple los docentes con los contenidos del programa de la carrera de Relaciones Publicas?

- 6 1 Si  6 2 no

7 ¿Los docentes están actualizados en las enseñanzas de los contenidos del plan de estudio de la carrera de Relaciones Publicas?

- 7 1 Todos
- 7 2 Algunos
- 7 3 Poco
- 7 4 Ninguno

8 ¿La formación académica que recibió es coherente a la realidad del mercado laboral?

- 8 1 Si es coherente
- 8 2 No es coherente

9 Año de egreso \_\_\_\_\_-

**UNIVERSIDAD DE PANAMA**  
**Instituto Centroamericano de Administración y Supervisión de la Educación**  
**(ICASE)**  
**Maestría en Curriculum**

**EMPLEADORES**

Buenas tardes le agradezco colaborar con la encuesta, cuyo objetivo es analizar las competencias vigentes en el plan de estudio y el perfil de egreso de la carrera de la Licenciatura en Relaciones Publicas y las exigencias del mercado laboral

**DATOS GENERALES**

1 ¿Ha practicado algún egresado de la carrera de Relaciones Publicas de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá?

1 1 Si                       1 2 No

2 ¿Qué otro tipo de profesional relacionado con la comunicación social, está usted demandando actualmente?

---

3 ¿Qué competencias debe tener el egresado de Relaciones Publicas?

3 1 Conocimientos teóricos

3 2 Conocimientos prácticos

3 3 Formación ética y valores

3 4 Actitud emprendedora

3 5 Liderazgo

3 6 Pensamiento crítico y creativo

3 7 Dominio del idioma inglés

4 ¿Opinión sobre el desempeño de los profesionales egresados de la carrera de Relaciones Publicas?

4 1 Responsabilidad del egresado en su trabajo

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 2 Hábitos positivos en el trabajo

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 3 Nivel de iniciativa

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 4 Capacidad para trabajar en equipo

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 5 Creatividad e innovación

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 6 Capacidad para integrarse al área de trabajo

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 7 Capacidad para relacionarse armónicamente con sus compañeros de trabajo

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

4 9 Dominio de otros idiomas

Muy satisfecho  Satisfecho  Poco satisfecho

5 ¿Es coherente las competencias del egresado de la carrera de Relaciones Publicas de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Panamá con la realidad del mercado laboral?

5 1 Si es coherente

5 2 No es coherente

6 ¿Ha participado en actividades académicas en la facultad de comunicación social de la Universidad de Panamá?

6 1 Si he participado

6 2 No ha participado

7 ¿Qué aspectos considera importantes para emplear a egresados de la carrera de Relaciones Publicas de la Universidad de Panamá?

7.1 Prestigio de la institución educativa

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.2 Poseer un título profesional

Nada  Poco  Mucho  No especificó

Nada Poco Mucho No especificó

7.3 Experiencia laboral

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.4 Dominio de idiomas

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.5 Aplicación y generación de conocimientos

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.6 Buena presentación

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.7 Desempeño de la entrevista

Nada  Poco  Mucho  No especificó

7.8) Perfil profesional

Nada  Poco  Mucho  No especifico

8 ¿Qué aspectos hay que reforzar en la formación profesional del egresado de la carrera de Relaciones Publicas?

8.1 Conocimientos teóricos

8.2 Conocimientos prácticos

8.3 Formación ética y valores

8.4 Actitud emprendedora y de liderazgo

8 5 Pensamiento crítico y creativo

8 6 No específico

9 ¿Habilidades y competencias que reconoce por áreas del conocimiento?

9 1 Administrativas

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 2 Comunicación

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 3 Manejo de grupos

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 4 Innovación

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 5 Organización y coordinación

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 6 Planificación

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 7 Análisis

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 8 Supervisión

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 9 Manejo de herramientas informáticas

Nada  Poco  Mucho  No especificó

9 10 Solución de problemas

Nada  Poco  Mucho  No especificó



10 ¿La empresa o /Institución tiene convenio con la Facultad de Comunicación Social para realizar la práctica profesional de los estudiantes de la carrera de Relaciones Publicas?

Si

No

250	Comunicación y Propaganda Política	3	-	3	3			Fundamental
200	Gestión del Recurso Humano y Laboral	1	2	3	2			General
	Sub-Totales/Semanales	14	12	26	20			
N°	<b>SEGUNDO AÑO / II SEMESTRE</b>	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE-REQUISITOS	Cód Asignatura	CLASIFICACIÓN
200b	Géneros informativos aplicados a las Rel Pub II	2	2	4	3	RP 200 a		Fundamental
230b	Comunicación gráfica para Rel Publicas II	2	2	4	3	RP 230 a		Fundamental
100b	Inglés II Avanzado	2	2	4	3			
260	Las Rel Pub en situación de Crisis Institucional	2	2	4	3			Fundamental
270	Identidad Reputación e Imagen Corporativa	3	-	3	3			Fundamental
280	Publicidad Corporativa	2	2	4	3			Fundamental
	Electiva 1ª (Elegir una obligatoria) ver listado	2	2	4	3			Fundamental
	Sub-Totales/Semanales	15	12	27	21			
N°	<b>VERANO (2)</b>							
006	Sociedad, medio ambiente y desarrollo	2	-	2	2		22477	Nucleo comun
0003	Geografía de Panamá	2	-	2	2		22474	Nucleo comun
200	Sicología Organizacional	1	2	3	2			General
230	Teoría de la comunicación	3	-	3	3		20822	Fundamental
	Sub-Totales/Semanales	8	2	10	9			
N°	<b>TERCER AÑO / I SEMESTRE</b>							
300	Técnica de Comunicación para Relaciones Publicas	2	2	4	3			Fundamental
310a	Planificación de Relaciones Publicas RP I	2	2	4	3	RP 240 b		Fundamental
320	Relaciones Publicas y Alta Gerencia	2	2	4	3			Fundamental
330a	Relaciones publicas integradas I	2	2	4	3			Fundamental
340	Análisis de Medio y Monitoreo para R P	1	2	3	2			Fundamental
330a	Opinión Publica I	3	-	3	3			Fundamental
325a	Producción de Radio y TV aplicada a la R Publicas I	2	2	4	3			Fundamental
	Sub-Totales/Semanales	14	12	26	20			
No	<b>TERCER AÑO / II SEMESTRE</b>							
310b	Planificación de Relaciones Publicas RP II	2	2	4	3	RP 310 a		Fundamental
330b	Relaciones Publicas Integradas II	2	2	4	3	RP 330 a		Fundamental
350	Asesoría y Servicio de Comunicación	2	2	4	3			Fundamental
360	Protocolo Corporativo	2	2	4	3			Fundamental
370	Practica Empresarial		6	6	3	Todas las asig hasta III primer s		Fundamental
330b	Opinión Publica II	3	-	3	3	CS 330 a		Fundamental
325b	Producción de R y TV aplicada a la R P	2	2	4	3	RTV 325 a		Fundamental
	Sub-Totales/Semanales	13	16	29	21			
	<b>CUARTO AÑO / I SEMESTRE</b>	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE REQUISITOS	Cód Asignatura	CLASIFICACIÓN
400	Campaña de Relaciones Publicas	2	2	4	3			Fundamental
410	Organización de Eventos	2	2	4	3			Fundamental
	Electiva 2ª (Elegir una obligatoria) ver listado	2	2	4	3			Fundamental
460	Trabajo de Grado-Tesis	6		6	6		20840	Fundamental
465	Opción Práctica Profesional						12785	
466	Opción Seminario No 1						12786	
467	Opción Seminario No 2						12787	
	Sub-Totales/Semanales	12	6	18	15			
	<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>92</b>	<b>194</b>	<b>148</b>			
No	<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>							
420	Presupuesto para Relaciones Publicas	2	2	4	3			Fundamental
430	Coaching	2	2	4	3			Fundamental
450	Relaciones Publicas y Sociedad(Flia, empresa y Comunidad)	2	2	4	3			Fundamental
470	Proyección de imagen, personal y mediática	2	2	4	3			Fundamental
410	Campaña Publicitaria	-	4	4	3			Fundamental

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS  
2008**

ASIG	Nº	DENOMINACIÓN	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE-REQUISITOS	Cód Asig
<b>PRIMER AÑO</b>								
RP	100a	Principios de Relaciones Publicas I	2	2	4	3		20355
RP	110	Protocolo	1	4	5	3		20356
RP	120	Fundamentos del Profesional de RP	2	2	4	3		20357
INF	100a	Informática		4	4	2		20358
CS	100	Introducción a la Comunicación	2	2	4	3		20359
ESP	100a	Español General I	2	2	4	3		20360
ING	100a	Ingles I	1	4	5	3		20361
		<b>Sub-Totales/Semanales</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>20</b>		
		<b>Total de horas Semestrales</b>			<b>480</b>			
RP	100b	Principios de Relaciones Publicas II	2	2	4	3	RP 100 1	20586
RP	130	Fotografía para Relaciones Publicas		6	6	3		20587
CS	110	Lenguaje de la Comunicación	2	2	4	3		20588
MAT	100	Matemática I	1	2	3	2		20589
INF	100b	Informática II		4	4	2	INF I	20590
ESP	100b	Español General II	2	2	4	3	ESPAÑOL I	20591
ING	100b	Ingles II	1	4	5	3	ING I	20592
		<b>Sub-Totales / Semanales</b>	<b>8</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>19</b>		
		<b>Total de horas semestrales</b>			<b>480</b>			
BA	100	Taller de Arte (obligatorio)		4	4	2		20593
		<b>Total de horas Semestrales</b>		<b>4</b>	<b>64</b>			
<b>SEGUNDO AÑO</b>								
RP	200a	Redacción para Relaciones Publicas I	1	4	5	3	ESP II /INF 100	20594
RP	210	Relaciones Publicas en Panamá y el Mundo	2	2	4	3		20595
RP	220	Comunicación Organizacional	2	2	4	3		20596
RP	230a	Metodología de la Investigacion para R P I	2	2	4	3		20597
RP	240	Rel Publicas, Negociación y Mediación	2	2	4	3	RP 120/	20598
RP	250a	Diseño Digital para R P I		6	6	3	INF I Y II /RP130	20599
ADMO	100	Administración de Empresas	2		2	2		20600
		<b>Sub Totales / Semanales</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>20</b>		
		<b>Total de horas Semestrales</b>			<b>464</b>			
RP	200b	Redacción para Relaciones Publicas II	1	4	5	3	RP200II	20809
RP	260	Téc De Comunicación para Rel Publicas	1	4	5	3	RP200I	20810
RP	230b	Metodología de Investigacion para R P II	2	2	4	3	RP 230I	20811
RP	270	Relaciones Publicas y Manejo de Crisis	2	2	4	3	RP240	20812
RP	250b	Diseño Digital para R P II		6	6	3	RP 250/RP 130	20813
PSIC	250	Sicologia Social	1	2	3	3		20814
AP	100	Teoria de la Administración Publica	2	-	2	3		20815
		<b>Sub-totales/Semanales</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>19</b>		
					<b>464</b>			
		<b>VERANO Servicio Social</b>						20111
<b>TERCER AÑO</b>								
RP	300	Relaciones Publicas empresariales	2	2	4	3	ADOM	20816
RP	310	Rel Publicas, Código de Ética y Legislacion	2	2	4	3	RP120	20817
RP	330	Casos y Problemas de Relaciones Publicas	1	4	5	3	RP 230 I Y II	20818
RP	340	Publicidad Corporativa	2	2	4	3		20819
EST	100	Estadística Aplicada	1	2	3	2	Mat I	20820
RTV	225	Producción de radio y Tv		4	4	2	CS 100 RP250	20821
CS	230a	Teoría de la comunicación I	2	2	4	3	CS 100	20822
		<b>OPTATIVA I° (3 créditos)</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>		
		<b>Sub Totales / Semanales</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>32</b>	<b>22</b>		
<b>CUARTO AÑO</b>								
RP	400a	Planificacion de Relaciones Publicas I	2	2	4	3	RP 230I YII RP 320	20830
RP	410	Mercadotecnia Aplicada a las R P	2	2	4	3	RP 100 I Y II	20831
CS	330a	Opinión Publica I	2	2	4	3	CS 230 I CS 230 II	20832

SOC	100	Sociología de la Comunicación	2	2	4	3		20833
HIST	100	Historia de Panamá***	3		3	3		19685
HIST	270	Antropología Social	2		2	2		20834
RP	440	Trabajo de Grado (Tesis/Seminario)					TODAS HASTA V Y VI SEM	20835
RP	466	Seminario						12785-12786

		<b>Sub-totales/Semanales</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	<b>17</b>		
		<b>Total de horas Semestrales</b>			<b>336</b>			
RP	400b	Planificación de Relaciones Publicas II	1	4	5	3	RP 400 I	20836
RP	420	Evaluaciones de Planes y Programas de RP	1	4	5	3	PR 230II RP 400 I	20837
RP	430	Comunicaciones Integradas	2	2	4	3	RP 350 RP 220 RP 410	20838
CS	330b	Opinión Publica II	2	2	4	3	CS 330 I	20839
GEO	100	Geografía de Panama***	3		3	3		03904
RP	440	Trabajo de Grado (Todas las Opciones)		6	6	3	TODAS HASTA V Y VI SEM	20840
RP	466	Opción Seminarios				6		12785-12786
RP	465	Opción Práct Profesional						12787
		<b>Sub Totales / Semanales</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>27</b>	<b>18</b>		
		<b>Total de horas Semestrales</b>			<b>432</b>			
		<b>OPTATIVAS (6 Crédtos )</b>						
RP	500	Rel Pub Comunicación y Conflicto	2	2	4	3		20841
RP	510	Responsabilidad Social	2	2	4	3		20842
RP	520	RP y Sociedad (Familia, Empresa y Comunidad)	2	2	4	3		20843
RP	530	Taller Identidad Reputación e Imagen Corporativa	1	4	4	3		20844
RP	540	Relaciones Publicas, Finanzas y Banca	2	2	4	3	RP 300 Admon100	20845
CPOL	100	Derechos Humanos y Constitución Panameña	2	2	4	3		20846
PSIC	100	Teoría del Conflicto	2	2	4	3		20847
PER	300	Redacción de géneros Interpretativos	2	2	4	3	CS 110	20848
ING	100	Inglés Conversacional		4	4	3	ING I Y II	20849
RTV	207	Edición digital		4	4	3	Inf I y II RP 250 I Y II	20850
PUB	410	Campañas Publicitarias		6		3		12918
		<b>Sub Totales / Semestrales Optativas</b>				<b>6</b>		
		<b>Totalidad de horas del plan 3728</b>						

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA  
PLAN DE PROPUESTA 2014**

**DIURNO- LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS**

N°	PRIMER AÑO / I SEMESTRE	TEO	PRÁ	T/H	CRED	PRE-REQUISIT	Cód Asignatura	CLASIFICACIÓN
10Da	Relaciones Publicas I	2	2	4	3		-	Fundamental
110	Relaciones Publicas, y Responsabilidad Social	2	2	4	3			Fundamental
120	Fotografía para Relaciones Publicas	2	2	4	3			Fundamental
130	Historia de las RP	1	2	3	2			Fundamental
100	Introducción a la Comunicación	2	2	4	3		20359	Fundamental
0001	Lenguaje y Comunicación en Español	1	2	3	2		22472	Nucleo comun
0004	Lenguaje y Comunicación en Inglés	1	2	3	2		22475	Nucleo comun
	<b>Sub-Totales/Semanales</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>18</b>			
N°	PRIMER AÑO / II SEMESTRE							
100b	Relaciones Publicas II	2	2	4	3	RP100a		Fundamental
140	Relaciones Publicas y atención al cliente	1	2	3	2			Fundamental
150	Expresión oral e imagen personal	1	2	3	2			Fundamental
110	Lenguaje de la Comunicación	2	2	4	3		20588	Fundamental
0013	Metodología de la Investigación	1	2	3	2		22491	Nucleo comun
100	Inglés Conversacional	2	2	4	3		20849	General
0021	Comunicación integral	1	2	3	2		22492	Nucleo comun
	<b>Sub-Totales/Semanales</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>24</b>	<b>17</b>			
N°	VERANO (1)							
100	Estadística Aplicada	2	2	4	3			
0002	Historia de Panamá en el Mundo Global	2	-	2	2		22473	Nucleo comun
100	Principio de Economía	1	2	3	2			General
	<b>Sub-Totales/Semanales</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>7</b>			
N°	SEGUNDO AÑO / I SEMESTRE							
200a	Géneros informativos aplicados a las Rel Publicas I	2	2	4	3			Fundamental
210	Comunicación organizacional	2	2	4	3	RP100b		Fundamental
220	Rel Publicas y técnicas de solución de conflicto	2	2	4	3			Fundamental
230a	Comunicación gráfica para R Publicas I	2	2	4	3			Fundamental
240	Investigación para Relaciones Publicas	2	2	4	3			Fundamental