

Grupos de Interés

Ciencias de la Comunicación Social

Presentación

Los grupos de interés son actores internos y externos vinculados al desarrollo académico, profesional y social de la carrera. Su identificación permite fortalecer la pertinencia de la formación y la mejora continua.

Mapa de grupos de interés

Grupo	Interés principal	Forma de vinculación
Estudiantes	Formación académica, bienestar, prácticas, empleabilidad y participación.	Tutorías, encuestas, reuniones, actividades académicas y representación estudiantil.
Docentes	Calidad de enseñanza, investigación, innovación y actualización profesional.	Reuniones académicas, comisiones, capacitación y producción intelectual.
Egresados	Inserción laboral, actualización profesional y vínculo con la escuela.	Bolsa laboral, seguimiento de egresados, charlas y redes profesionales.
Empleadores	Competencias profesionales, desempeño laboral y necesidades del mercado.	Convenios, prácticas preprofesionales, entrevistas y evaluación de perfiles.
Instituciones públicas y privadas	Comunicación estratégica, campañas, proyectos y cooperación institucional.	Convenios, proyectos, prácticas, asesorías y actividades de responsabilidad social.
Comunidad	Acceso a información, participación cultural, educación comunicacional y desarrollo social.	Proyectos de extensión, campañas sociales, medios universitarios y actividades culturales.

Mecanismos de comunicación

- Encuestas de satisfacción y necesidades.
- Reuniones de coordinación con representantes.
- Convenios de prácticas y cooperación.
- Informes de seguimiento de egresados y empleadores.
- Actividades académicas, culturales y de responsabilidad social.

Uso de la información

La información recogida de los grupos de interés contribuye a actualizar planes de mejora, fortalecer competencias del perfil profesional y articular la carrera con las demandas sociales, culturales y laborales del entorno.