

Características de la autopercepción estudiantil sobre su perfil de egreso, 2010 20-2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego - campus Trujillo

Characteristics of student self-perception about their promotion graduate profile, 2010 20-2013 20, of Communication Sciences School of the Universidad Privada Antenor Orrego

Atilio León Rubio¹

Recibido: 10 de julio de 2014
Aceptado: 17 de setiembre de 2014

Resumen

Esta investigación es sobre el perfil de egreso de siete promociones de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego. El estudio se orientó a identificar las características de la relación entre los niveles del perfil de egreso de las promociones 2010 20 – 2012 10 (currículo 1998) y las promociones 2012 20 – 2013 20 (currículo 2008). El propósito de la pesquisa fue también identificar las características de la variabilidad del perfil de egreso durante el periodo 2010 20 – 2013 20. Los datos fueron recogidos mediante una encuesta estudiantil de

auto percepción sobre las capacidades del perfil de egreso de cada promoción. Según la investigación, el tipo de currículo no influyó en el nivel del perfil de egreso, y la fluctuación del perfil de egreso se ubicó en el quinto inferior del campo de variabilidad del perfil de egreso.

Palabras clave: Perfil de egreso, variabilidad del perfil de egreso, capacidades del perfil de egreso, quinto superior.

Abstract

This research is about seven graduate profile promotions of Communication Sciences School of the Universidad Privada Antenor Orrego. The study sought to identify the characteristics of the relationship between the levels of the promotions graduate profile 2010 20 – 2012 10 (curriculum 1998) and 2012 20 – 2013 20 (curriculum 2008). The purpose of the research was also to identify the variability characteristics of the graduate profile for the period 2010 20 – 2013 20. Data were collected through a

survey of student self-perception about the abilities of their promotion graduate profile. According to research, the type of curriculum did not influence the level of the graduate profile, and the fluctuation of the graduate profile was located in the lower fifth of the range variability of the graduate profile.

Keywords: Graduate Profile, variability of the graduate profile, abilities of the graduate profile, lower fifth.

1. Doctor en Educación, licenciado en Matemáticas, docente ordinario de la UPAO.

INTRODUCCIÓN

La autopercepción estudiantil sobre su perfil de egreso, de una Escuela Profesional universitaria, la entendemos como la apreciación valorativa de lo que el estudiante considera que sabe, sabe hacer y sabe cómo es al término de sus estudios universitarios. (León, 2013)

El perfil de egreso establece los rasgos y competencias propios de un profesional que se desempeña en el ámbito de la sociedad, en campos que le son propios (o atribuidamente propios) y enfrentando los problemas, movilizándolo diversos saberes y recursos de redes y contextos, capaz de dar razón y fundamentación de sus decisiones, y haciéndose responsable de sus consecuencias (Hawes & Troncoso, 2007). El perfil de egreso "describe el desempeño esperado de un egresado, certificado por la institución en términos de las habilitaciones logradas en el proceso formativo, representando el compromiso social de la universidad en el logro de las competencias, adquiridas en el curso de un itinerario formativo o plan de formación". (Hawes, 2010). Para CNA-CHILE(2008:18), el perfil de egreso define qué es lo que la Unidad espera lograr.

Mediante el perfil de egreso establecido por la universidad, ésta asume, ante la sociedad, el compromiso de formar una determinada identidad profesional, especificando con claridad los compromisos formativos y los principales espacios de realización del profesional y sus competencias de desempeño.

Toda carrera profesional se beneficia de la calidad del perfil con el que egresan sus estudiantes porque: a) contribuye a darle impacto y significatividad a sus campañas de promoción; b) incrementa las expectativas de sus grupos de interés; c) mejora la empleabilidad de sus egresados; y d) influye en la decisión de elegir la carrera a estudiar.

Cuando un currículo concluye su vigencia en una Escuela profesional universitaria, el nuevo perfil de egreso debe presentar diferencias significativas con respecto al que se extingue y a los existentes en la competencia. Un nuevo perfil de egreso implica novedad para el mercado laboral y para la Facultad que lo forma; si es nuevo para ambos, supone el mayor grado de novedad y se trata de una innovación. Si el perfil de egreso ya existe en el mercado y es sólo nuevo para la Facultad, entonces se trata de una nueva marca; y, si para la Facultad es un producto similar a su oferta, se trata de un nuevo modelo o rediseño de modelos.

Un profesional con un nuevo y reciente perfil de egreso puede fracasar si no satisface realmente una necesidad, y si no es percibido como un profesional distinto. Si la demanda de un perfil de egreso disminuye, existe una baja de larga duración en la graduación, la cual puede bajar a cero o caer a su

nivel más bajo en el que puede continuar durante muchos años.

El perfil de egreso se distingue del perfil profesional, en cuanto éste es la descripción que caracteriza y permite identificar a un profesional que está en el ejercicio de la profesión. El perfil profesional es lo que la profesión dice de sí misma a través de declaraciones de los colegios profesionales, asociaciones, gremios, etc. cuando hablan de sí mismos. Por cierto, no hay razones para considerar una distinción entre perfil de egreso y perfil profesional. Estos son dos momentos en la formación del profesional: uno, al momento del inicio de la inserción en la vida profesional, descrito como perfil de egreso, que la universidad formadora asegura y certifica; y otro, referente al momento en que un titulado se identifica con la profesión y es reconocido como tal.

La evaluación de impacto de un perfil de egreso está orientada a recoger información (de calidad) de los resultados, los contextos de implementación y ejecución de currículos de formación profesional universitaria. Su propósito es identificar resultados diferentes a los establecidos, a fin de contribuir a la consolidación, fortalecimiento y/o mejora del programa de formación profesional. Esta es la vía para establecer la comparabilidad entre el nivel de logro del perfil real de egreso y el nivel de logro del perfil de egreso esperado. Desde esta perspectiva, es pertinente "la evaluación del Programa con el fin de constatar el grado de eficacia ... de las tareas realizadas y para las cuales el Programa está diseñado". (Nadal, 2005:49)

CONTEXTO DE EGRESO DE LOS ESTUDIOS EN LA ESCUELA PROFESIONAL

El contexto o realidad del egreso estudiantil de los tres últimos años, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, se ha caracterizado por la presencia de las siguientes evidencias:

1. La formación profesional mediante el currículo 1998 (por objetivos) hasta el noveno ciclo de estudios con el currículo 2008 (por competencias).
2. Capacitación pedagógica para la programación, desarrollo y evaluación de los aprendizajes asignaturales por competencias.
3. Capacitación docente en el uso de ciberestrategias didácticas que apuntalen el logro de las capacidades asignaturales y el consiguiente perfil profesional.
4. Incremento de la plana docente en base a la necesidad de la ejecución curricular 2008.
5. Atisbos de jornadas académicas (de inter aprendizaje) sobre tópicos curriculares especiales.

6. Precaria vinculación con egresados y grupos de interés.
7. Publicación esporádica de la revista de la Facultad.
8. Preferencia en la atención de la demanda de programas de titulación extraordinaria.
9. Tendencia estudiantil al pragmatismo en la adquisición y desarrollo de habilidades tecnológicas.
10. Escaso conocimiento estudiantil del perfil de egreso requerido por el mercado laboral local, regional y nacional.
11. Posicionamiento de los docentes (egresados de la UPAO) en la gestión, conducción de procesos y oferta de servicios de la Unidad académica.

Estos rasgos distintivos, ante el compromiso social de la Escuela de formar profesionales poseedores de las competencias establecidas en su currículo de formación profesional, generaron en este investigador el interés de indagar las peculiaridades de la culminación académico-profesional de cada una de sus promociones, 2010 20 – 2013 20, con los propósitos de determinar las características de la percepción estudiantil sobre su perfil de egreso, identificar las diferencias entre el perfil de egreso de un currículo por objetivos (2010 20 – 2012 10) del perfil de egreso de un currículo por competencias (2012 20 – 2013 20) y, ubicar el rango de la variabilidad de los perfiles de egreso con los precisados currículos.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se justifica por ser de necesidad institucional el conocimiento de:

- 1.1 Las características del producto curricular 2010 20 – 2013 20, vinculadas con la calidad de los aprendizajes, en cada una de las áreas de formación profesional de la Carrera profesional.
- 1.2 La variabilidad de los niveles de logro del perfil de egreso de un currículo por objetivos (1998) con relación a la de un currículo por competencias (2008).
- 1.3 La imagen de sí mismo que, ante los grupos de interés, probablemente proyectan los jóvenes que, de 2010 20 a 2013 20, egresaron de la Carrera profesional.
- 1.4 Los requerimientos de complementación y actualización de los egresados de las siete promociones 2010 20 – 2013 20.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Un referente de nuestro trabajo fue la investigación de Diana Rivera Viera (2003) realizada en la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río

Piedras, sobre cómo es el personal idóneo que egresa del Programa en el recinto de Río Piedras de Puerto Rico. La autora afirma que “el perfil del egresado no es otra cosa que el retrato de las competencias que debe ser capaz de demostrar un estudiante al concluir su Programa de estudios. El perfil del egresado y el Programa de estudios son un compromiso institucional con los estudiantes, y las competencias que proponemos se desarrollan a través de sus estudios en nuestra institución”. La investigadora resalta como compromiso institucional al perfil del egresado y el correspondiente Programa de estudios o currículo, sostiene que de todas maneras debe lograrse el Perfil del egresado pues la institución ofrece un Programa de estudios de calidad.

Guillermina Gonzáles y otros (2008), en su investigación sobre evaluación del perfil del egresado de la especialidad de idiomas extranjeros, realizada en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, concluyeron que a) los egresados asignan al perfil actual un puntaje de 49 lo que equivale a decir que las características del referido perfil está en el nivel regular, y b) el puntaje de 34.1, asignado por los empleadores, demuestra que las características del perfil del egresado está en el nivel muy deficiente.

Díaz. J. (1998), en su “Análisis Comparativo del Perfil Ocupacional con el Perfil Profesional del egresado de la Escuela de Formación Profesional de educación Secundaria de la Facultad de Ciencias de Educación y Humanidades UNAP”, sostiene que las características entre cada uno de los seis perfiles profesionales de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades UNAP es muy variable.

Elia Yadira Zambrano Tavares, María de los Ángeles Aldana H. y Elsa Renata Rodríguez Ruiz (2011) profesoras de la Universidad del SABES (Estado de Guanajuato-México), en su investigación sobre “evaluación de perfil de egreso y seguimiento de egresados del bachillerato SABES, Generación 2006 – 2009”, subrayan que las competencias que el egresado del Bachillerato del SABES pone en marcha, al desempeñarse en el mercado laboral, son las mismas que han recibido y se le han inculcado en su formación ...

ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las características de la autopercepción estudiantil sobre su perfil de egreso, 2010 20 – 2013 20, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego-Campus Trujillo?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Determinar las características de la autopercepción estudiantil sobre su perfil de egreso, 2010 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego-Campus Trujillo.

Objetivos específicos

- a. Identificar las características de la autopercepción estudiantil, sobre cada una de las áreas del perfil de egreso, 2010 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego-campus Trujillo
- b. Identificar el área de formación profesional, con mayor nivel de logro en el perfil de egreso, 2010 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego-Campus Trujillo.
- c. Identificar la relación entre el nivel de egreso de cada área de formación profesional de las promociones 2010 20 - 2012 10 y 2012 20 – 2013 20.
- d. Identificar la relación entre el nivel del perfil de egreso de las promociones 2010 20 - 2012 10 y 2012 20 – 2013 20.
- e. Identificar la variabilidad del perfil de egreso, 2010 20 – 2012 10 y 2012 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada-Campus Trujillo.
- f. Identificar la relación entre la variabilidad del perfil de egreso, 2010 20 – 2012 10 y 2012 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada-Campus Trujillo.

Del análisis del actual currículo (2008) de formación profesional, para cada una de estas dimensiones, inferimos los correspondientes indicadores oficiales que se muestran en el Cuadro 01.

HIPÓTESIS:

1. No existe diferencia significativa entre la autopercepción de los perfiles de egreso de las promociones 2010 20 – 2012 10 y 2012 20 – 2013 20, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
2. Los niveles de autopercepción del perfil de egreso 2012 20 – 2013 20 se ubican en el quinto superior del campo de fluctuación del perfil de egreso oficial de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

MATERIAL Y PROCEDIMIENTO

Material

Para el recojo de datos se utilizó una encuesta elaborada mediante la operacionalización de la variable de estudio: Autopercepción estudiantil sobre su perfil de egreso. Esta fue definida como la apreciación valorativa de lo que el estudiante, al término de sus estudios universitarios, considera que posee como aprendizaje teórico, tecnológico y actitudinal en cada una de sus áreas de formación profesional. (León, 2013:268).

El currículo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego fue el ámbito de la variable caracterizada por poseer las siguientes dimensiones:

1. Producción audiovisual.
2. Periodismo.
3. Comunicación corporativa.
4. Comunicación para el desarrollo.
5. Marketing y publicidad.

CUADRO 01
INDICADORES POR DIMENSIÓN DE LA VARIABLE DE ESTUDIO

DIMENSIÓN	INDICADOR
1	1.1 Productos y programas audiovisuales. 1.2 Mensajes de radio y televisión.
2	2.1 Corrientes de opinión pública. 2.2 Empleo de medios de comunicación colectiva. 2.3 Textos periodísticos. 2.4 Empleo de nuevas tecnologías.
3	3.1 Planes de comunicación interna y externa de organizaciones. 3.2 Evaluación de comunicación interna y externa de organizaciones. 3.3 Diagnóstico de comunicación interna y externa. 3.4 Estrategias de comunicación. 3.5 Informes del desarrollo de planes.
4	4.1 Proyectos de desarrollo sostenible. (elaboración, implementación y evaluación). 4.2 Materiales educativos y persuasión.
5	1.1 Estrategias de comunicación mercadológica. 1.2 Piezas publicitarias y propagandísticas creadas. 1.3 Estrategias publicitarias. 1.4 Planes de marketing.

FUENTE: El investigador

En base a este cuadro se construyó la encuesta de dieciocho ítems, distribuidos en las correspondientes áreas tal como lo muestra el Cuadro 02. Luego de verificar la calidad de la encuesta, vía opinión de expertos, fue administrada al término del décimo ciclo de estudios, durante el periodo 2010 20 – 2013 20.

**CUADRO 02
ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA**

AREA	ITEMS
PRODUCCION AUDIOVISUAL	1,2
PERIODISMO	3,4,5
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	6,7,8,9,10
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	11,12,13
MARKETING Y PUBLICIDAD	14,15,16,17,18

FUENTE: El investigador

POBLACIÓN MUESTRAL

Los datos fueron obtenidos de la población muestral de egreso, 2010 20 - 2013 20, conformada como lo muestra el cuadro 03.

**CUADRO 03
CONFORMACIÓN DE LA POBLACIÓN MUESTRAL**

PROMO GENERO	2010 20	2011 10	2011 20	2012 10	2012 20	2013 10	2013 20
Masculino	08	06	10	09	08	05	07
Femenino	14	12	12	14	13	14	12
Total	22	18	22	23	21	19	21

FUENTE: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

PROCEDIMIENTO

En la última semana de clases del décimo ciclo de cada una de las siete promociones en las que realizó la investigación, con el apoyo del docente de la asignatura con el mayor número de alumnos matriculados y asistentes, se administró la encuesta con cuyos datos se elaboró la correspondiente tabla de frecuencias con los detalles establecidos en la proyecto de investigación. Se procedió de conformidad con el siguiente esquema:

$$G_i: O_i / i = 2010-20 - 2012 10 \quad \longrightarrow \quad O_i :: O_j$$

$$G_j: O_j / j = 2012-20 - 2013 -20$$

A fin de establecer la variabilidad tanto en G_i y G_j para luego relacionarlas, cuanto a nivel de dimensión de cada secuencia de promociones (2010-20 - 2012-10 y 2012-20- 2013-20), definimos la variabilidad del perfil de egreso como la fluctuación del nivel de logro de las competencias (oficiales) de egreso del programa profesional del Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego de la ciudad de Trujillo. El Cuadro 04 muestra la escala considerada para el nivel de logro del perfil de egreso fue:

**CUADRO 04
ESCALA DE UBICACIÓN DE LA VARIABILIDAD DEL PERFIL DE EGRESO**

NIVELES	INTERVALOS
Muy baja	00,0 – 20,0
Baja	20,1 – 40,0
Media	40,1 – 60,0
Alta	60,1 – 80,0
Muy alta	80,1 – 100,0

FUENTE: El investigador

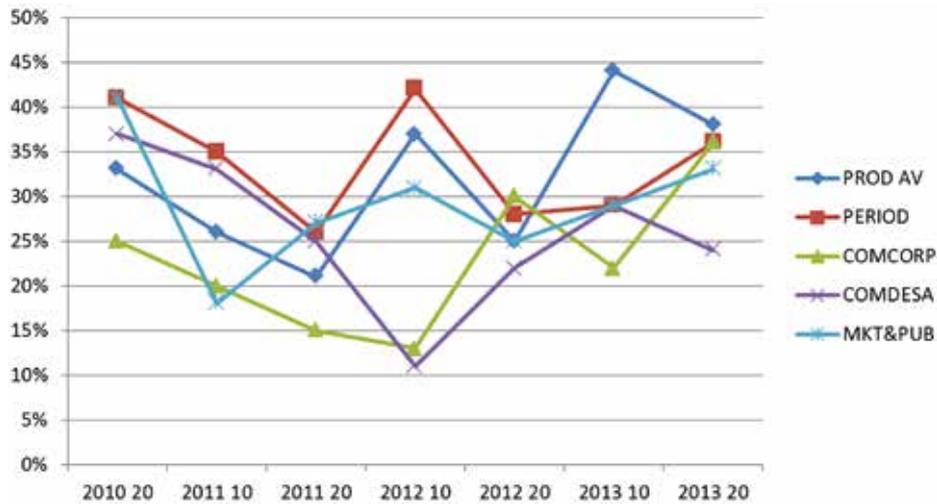
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

CUADRO 05
TABLA DE FRECUENCIAS PORCENTUALES

	2010 20	2011 10	2011 20	2012 10	2012 20	2013 10	2013 20
PROD AV	33%	26%	21%	37%	25%	44%	38%
PERIOD	41%	35%	26%	42%	28%	29%	36%
COMCORP	25%	20%	15%	13%	30%	22%	36%
COMDESA	37%	33%	25%	11%	22%	29%	24%
MKT&PUB	41%	18%	27%	31%	25%	29%	33%

FUENTE: Encuesta de autopercepción

GRÁFICA 01
AUTOPERCEPCIÓN DEL PERFIL DE EGRESO



FUENTE: Cuadro 05

El perfil de egreso según el currículo 1998 tiene su mayor variabilidad en la promoción 2012 10, en tanto en el currículo 2008, esta se presenta en la promoción 201310. El área de periodismo alcanza su mejor performance en la promoción 2013 10. En el periodo de estudio, el área de menor percepción estudiantil se ubicó en la promoción 2012 10, egresada del currículo 1998 e incluso en la promoci2013 20, mediante el currículo 2008.

CUADRO 06
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ÁREAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL
CURRÍCULO 1998

	2010 20	2011 10	2011 20	2012 10	PROMEDIO	RANGO
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	33	26	21	37	29	16
PERIODISMO	41	35	26	42	36	16
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	41	35	26	42	36	16
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	37	33	25	11	27	26
MARKETING Y PUBLICIDAD	41	18	27	31	29	23
PROMEDIO	39	30	25	33	32	19

FUENTE: El investigador

En las cuatro últimas promociones con el currículo 1998, el nivel del perfil de egreso cae gradualmente de 2010 20 a 2011 20, teniendo una ligera recuperación en la promoción 2012 10. En este periodo, la variabilidad de la formación por áreas alcanza su mayor valor en el área de comunicación para el desarrollo; las áreas de producción audio visual, periodismo y comunicación corporativa tuvieron la menor y similar variabilidad.

CUADRO 07
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ÁREAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL
CURRÍCULO 2008

	2012 20	2013 10	2013 20	PROMEDIO	RANGO
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	25	44	38	36	19
PERIODISMO	28	29	36	31	08
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	28	22	24	25	06
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	22	29	45	32	23
MARKETING Y PUBLICIDAD	25	29	33	29	08
PROMEDIO	26	30	35	30	13

FUENTE: El investigador

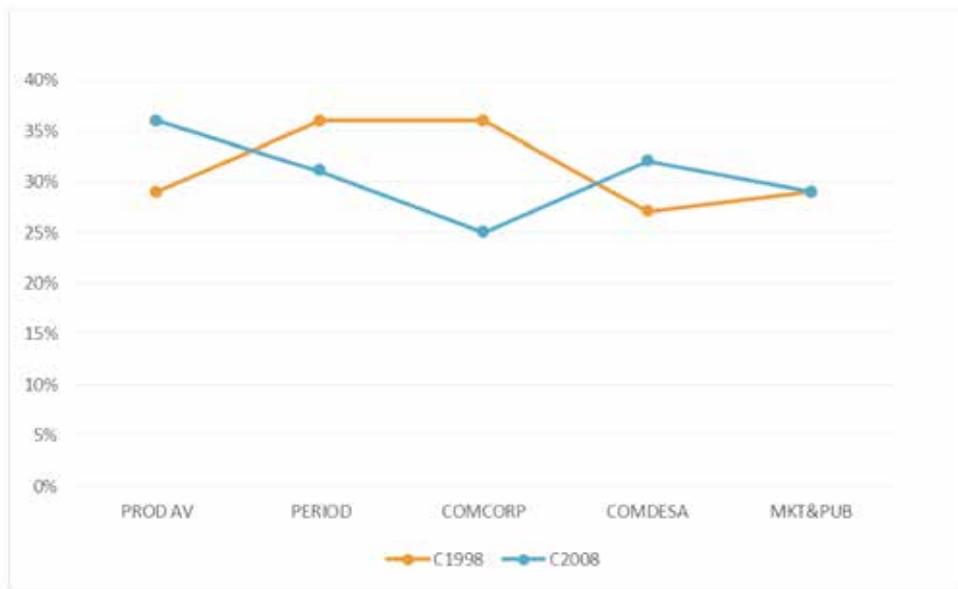
En las tres primeras promociones con el currículo 2008, la menor variabilidad correspondió al área de comunicación corporativa y muy próxima a ésta, se ubicó la variabilidad de las áreas de periodismo y marketing y publicidad. En este periodo, 2012 20 – 2013 20, el área de mayor variabilidad fue comunicación para el desarrollo. El nivel del perfil de egreso de las promociones del currículo 2008 experimentó un incremento progresivo; sin embargo, la ubicación de su magnitud promedial fue baja con relación a lo deseado por la institución, lo que significa que el perfil del egresado no es el retrato de las competencias que debe ser capaz de demostrar un estudiante al concluir su Programa de estudios. (Rivera, 2003)

CUADRO 08
RELACIÓN PROMEDIAL DE LOS PERFILES DE EGRESO SEGÚN LOS CURRÍCULOS 1998 Y 2008

	CURRÍCULO 1998	CURRÍCULO 2008	PROMEDIO	RANGO
PRODUCCION AUDIOVISUAL	29	36	33	7
PERIODISMO	36	31	34	5
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	36	25	31	11
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	27	32	30	5
MARKETING Y PUBLICIDAD	29	29	29	0
PROMEDIO	31	31	31	6
RANGO	9	11	10	

FUENTE: El investigador

GRÁFICA 02
AUTOPERCEPCIÓN DEL PERFIL DE EGRESO POR CURRÍCULO



FUENTE: Cuando 08

El nivel del perfil de egreso, en las áreas de producción audio visual y comunicación para el desarrollo, asciende con la implantación del currículo 2008, ocurriendo lo contrario con las áreas de periodismo y comunicación corporativa. En las promociones con el currículo 2008, el nivel del perfil de egreso en el área de marketing y publicidad se mantuvo similar al de las promociones del currículo 1998. En suma, el promedio del perfil de egreso con ambos currículos es 31, magnitud distante a la que los egresados de la especialidad de idiomas extranjeros, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, le asignaron a su perfil actual, ubicándolo en el nivel regular. (González y otros, 2008)

CUADRO 09
RELACIÓN PROMEDIAL DEL NIVEL DE EGRESO Y RANGO DE VARIABILIDAD SEGÚN LOS CURRÍCULOS 1998 Y 2008

	NIVEL DE EGRESO		RANGO DE VARIABILIDAD	
	Currículo 1998	Currículo 2008	Currículo 1998	Currículo 2008
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	29	36	16	19
PERIODISMO	36	31	16	08
COMUNICACIÓN CORPORATIVA	36	25	16	06
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	27	32	26	23
MARKETING Y PUBLICIDAD	29	29	23	08
PROMEDIO	31	31	19	13

FUENTE: El investigador $r=0,02$

Los niveles del perfil de egreso en cada una de las áreas de formación profesional en el currículo 1998 y 2008, se ubican en el nivel bajo de la oferta de la Escuela, situación discrepante con el compromiso social de la universidad en el logro de las competencias. (Hawes, 2010). La variabilidad del perfil de egreso es un fenómeno presente en todo currículo de formación profesional, así fue constatado en el estudio sobre las características entre cada uno de los seis perfiles profesionales de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la UNAP. (Díaz, 1998)

En el lapso de nuestro estudio, el perfil de egreso

con el currículo 1998 experimentó mayor rango de variabilidad (19) que el del perfil de egreso con el currículo 2008 (13), ante la similitud de logros con ambos currículos, y la independencia de los niveles del perfil de egreso de ambos currículos (r). Estos hechos se ubican en el plano de la corroboración con los resultados de la evaluación de impacto del producto curricular y la evaluación integral del sistema de formación profesional. Le corresponde a la Escuela, la evaluación del programa con el fin de constatar el grado de eficacia ... de las tareas realizadas y para las cuales el programa está diseñado". (Nadal, 2005)

CONCLUSIONES

1. Por el nivel del perfil de egreso global, según los currículos 1998 y 2008, no es posible afirmar que el producto curricular por competencias sea mejor que el producto curricular por objetivos.
2. La auto percepción del perfil de egreso 2010 20 – 2013 20, se caracteriza por su variabilidad global comparativa mínima (6) entre los productos curriculares 1998 y 2008.
3. En el currículo 2008, el área con mayor nivel de logro fue producción audiovisual, en tanto en el currículo 1998 fueron periodismo y comunicación corporativa.
4. Las áreas de mayor nivel de logro (periodismo y comunicación corporativa), en el currículo 1998, poseen idéntico nivel de logro (36) que el alcanzado por el área (producción audiovisual) con mayor nivel de logro en el currículo 2008.
5. El nivel del perfil de egreso con el currículo 2008 no es dependiente del perfil de egreso con el currículo 1998, con lo que fue probada la hipótesis.
6. Los niveles de autopercepción del perfil de egreso 2012 20 – 2013 20 se ubican en el nivel bajo del campo de fluctuación del perfil de egreso oficial de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, hecho que rechaza la segunda hipótesis.
7. La variabilidad del perfil de egreso, en las áreas de formación profesional, con el currículo 1998 (19) es mayor que la variabilidad del perfil de egreso con el currículo 2008 (13).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CNA-CHILE (2008). *Manual para Pares Evaluadores*. p. 16. En www.acreditacion.d/pdfs/manual_para_evaluadores.pdf
Válido al 08.04.2013
- LEÓN R., A. (2013). *Nivel de logro del perfil de egreso de una escuela profesional universitaria*. Trujillo-Peru. Pueblo Cont. 24(1) 2013
- HAWES B., G. (2010). *Perfil de egreso*. Santiago de Chile:Universidad de Chile
- HAWES B., G. Y TRONCOSO, K. (2007). *Perfil de egreso-educacion superior*. Santiago de Chile:Universidad de Chile. En www.gustavohawes.com/EducacionSuperior/2010/Perfildeegreso.pdf
Válido al 31.01.2013
- NADAL C., A. (2005). *El programa universitario como herramienta de evaluacion*. Tesis Doctoral. Universitat des Liles Balears
- RIVERA V., D. (2003). *El perfil del egresado. su punto de partida para la revision curricular*. En <http://deaprrp.../uprrp.edu/dea/otros/perfil%20del%20...>
Válido al 13.01.2013
- DIANA (2003) EL PERFIL DELEGRESADO-UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO, RECINTO DE RIO CALDAS. En Daarrrp.uprrp.edu/daa/otros/perfil%20del%20egresado.pdf Válido al 06.04.2013
- GONZÁLES, G. Y OTROS. (2008). *La evaluacion del perfil del egresado de la especialidad de idiomas*. En www.unaiquitos.edu.pe/.../ARTICULO-GUILLERMINA%20gonzales...
Válido al 08.04.2013
- DÍAZ, J. (1998) *Análisis comparativo del perfil ocupacional con el perfil profesional en educación secundaria de la facultad de ciencias de la educación y humanidades*. En <http://www.unapiquitos.edu.pe/oficinas/iunap/archivos/2008/educacion/ARTICULO-GUILLERMINA%20GONZALES.pdf> Válido al 08.04.2013
- ZAMBRANO, E., ALDANA M. Y RODRÍGUEZ, E. (2011) *Evaluación de perfil de egreso y seguimiento de egresados del bachillerato SABES, Generación 2006 – 2009*. En http://sabes.edu.mx/redi/1/pdf/SABES_1_4EVALUAPDF_V1.pdf Válido al 06.04.2013