



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
VICERRECTORÍA EJECUTIVA
COORDINACIÓN GENERAL ADMINISTRATIVA



PDI 2030 Grupos de Enfoque Sectoriales

Económico, Social y de Medios de Comunicación

Resultados y recomendaciones



Diagnóstico, Evaluación y Prospectiva, S.C
20 de enero del 2014

“Innovador, hoy, resulta el entender que no existe una sola realidad, que la que nos contiene, en un momento dado, se forma por una acumulación de distintas realidades; verlas, comprenderlas, hará pertinente el conocimiento adquirido en las aulas y llevará a la certeza de que es necesario aprender sobre otros temas y vivir en sociedad.”
[Jalisco Cómo Vamos] Sector Social

“Las apuestas arriesgadas definen el futuro y permiten hacerlo nuestro.
Pero volvemos a lo mismo: hace falta una decisión.”
Israel Ruiz



- Índice
- 1 ANTECEDENTES
 - [1.1 Grupos de enfoque sectoriales](#)
 - [1.2 Conjeturas y recomendaciones generales.](#)
 - [1.3 Sistema de apoyo para reuniones y decisiones grupales](#)
 - [1.4 Sistema de apoyo para análisis cualitativo de datos](#)
- 2 RESULTADOS
 - Redes semánticas y briefing para medios
 - [2.1 Nuevas profesiones](#)
 - [2.2 Tipos de profesionistas requeridos](#)
 - [2.3 Necesidades de investigación](#)
 - [2.4 Pertinencia y efectividad de la investigación](#)
 - [2.5 Vinculación idónea Universidad-Sectores](#)
 - [2.6 Opciones de vinculación Universidad-Sectores](#)
 - [2.7 Opinión sobre extensión](#)
 - [2.8 Actividades relevantes de extensión](#)
 - [2.9 Idiomas requeridos o necesarios](#)



- 2.10 [Fortalecimiento de Organizaciones globales](#)
- 2.11 [Opinión sobre el ejercicio presupuestal](#)
- 2.12 [Mecanismos de mejora presupuestal](#)
- 2.13 [Evaluación del conocimiento de profesionistas](#)
- 2.14 [Fortalezas y debilidades de profesionistas](#)
- 2.15 [Necesidades de innovación](#)
- 2.16 [Programa de desarrollo de innovaciones](#)
- 2.17 [Pertinencia de conocimientos y capacidades](#)
- 2.18 [Propuestas para el logro de pertinencia](#)
- 2.19 [Calidad de los profesionistas](#)
- 2.20 [Calidad de programas y proyectos](#)
- 2.21 [Conocimientos indispensables para ser contratado](#)
- 2.22 [Valoración de Conocimientos y Competencias](#)

3. [FICHAS TÉCNICAS](#)



1. ANTECEDENTES



1.1 Grupos de Enfoque Sectoriales

Los grupos de enfoque sectoriales, Económico, Medios de Comunicación y Social, invitados por la Universidad de Guadalajara, para la actualización del plan de desarrollo institucional, visión 2030 (PDI) son espacios privilegiados de comunicación con empresarios, comunicadores y líderes de organizaciones de la sociedad civil en los que conocemos la opinión, percepción y significados relevantes que tienen sobre la Universidad y sobre sus ejes, dimensiones y actividades.

Los grupos de enfoque estuvieron constituidos por individualidades representativas de sus sectores, produciendo en su discusión y diálogo una experiencia que enmarca su relación con la Universidad de Guadalajara y particularmente con la formación profesional, la investigación científica, la extensión, difusión y vinculación universitaria.

Los participantes de los grupos, compartieron sus perspectivas, enfocando significados relevantes sobre la investigación y la docencia, planteando conexiones nuevas en la extensión y vinculación, acentuando lo realmente sobresaliente a nivel de la difusión institucional a través de una visión crítica, corresponsable, coherente y pragmática.

Las ventajas de sus aportaciones es que toman en cuenta un marco de referencia congruente con la coyuntura en que se desarrolla el proceso del Plan de Desarrollo Institucional, que explica los porque y las dinámicas de las situaciones que señalan, sus comentarios son flexibles y captan la naturaleza precisa de los problemas institucionales, locales y globales, dejando a nuestra disponibilidad una serie de datos ricos y profundos.



1.2. Conjeturas y recomendaciones generales

Del análisis elaborado en los grupos de enfoque sectoriales se desprende tres conjeturas generales orientadas a la captación del sentido de la información y a una comprensión en base a los indicios y observaciones expuestas por los participantes, lo cual nos permite crear un material de trabajo eminentemente práctico y funcional para la Institución.

Conjeturas Generales

1. El eje de Vinculación bajo la modalidad de “Falta de vinculación, articulación, coordinación, contacto, relación” tiene una influencia y motricidad general respecto a los demás ejes y dimensiones.

Se recomienda:

Programa de vinculación más dinámico y de impacto con los diferentes sectores sociales:

- a) Orientado a la conformación de un Centro de Educación Continua y Abierta así como un Centro de Investigaciones Aplicadas sobre demanda o en coinversión con los diferentes sectores
- b) Servicio Social y Prácticas Sociales con mayor efectividad y apoyo institucional.
- c) Un programa articulador a la manera de la Triple Hélice o Acude (Acuerdo Universitario para el Desarrollo) Produce, Administra, Comparte, Divulga, Sustenta.



2. El eje de Difusión bajo la modalidad de “Falta de difusión, comunicación, divulgación e información institucional sobre el conjunto de actividades” tiene una influencia y motricidad general en los demás ejes y dimensiones.

Se recomienda:

Un Programa de difusión y comunicación más decidido hacia el interior de la Institución y su entorno sectorial

- a) Catálogo de servicios profesionales, investigaciones aplicadas y cursos de formación sectorial.
- b) Página de transparencia de libre y fácil acceso, con apertura al ejercicio presupuestal
- c) Mayor difusión sobre becas y becarios, proyectos internacionales realizados e impactos regionales, programas y proyectos científicos o profesionales de orientación sectorial o regional para Jalisco.
- d) Briefing para las áreas creativas de medios, estableciendo los temas de interés sectorial, el posicionamiento institucional y los conceptos de campaña.



3. El eje de Extensión bajo los criterios de “Extensión cultural exitosa a nivel nacional e internacional, pero desproporcionadamente desequilibrada respecto a la extensión científica, de servicios profesionales y deportiva”, es el eje en el que los comentarios tienen la menor dispersión en sus respuestas.

Se recomienda:

Un Programa de extensión distribuido a lo largo del año y equilibrado en sus funciones sustantivas.

- a) Impulsar congresos, festivales o ferias internacionales a lo largo del año sobre productos y aplicaciones científicas, innovaciones y tecnologías en servicios profesionales, tendencias deportivas universitarias.
- b) Extensión de investigaciones y servicios profesionales de la Universidad a nivel de los sectores y las regiones de Jalisco
- c) Mayor interlocución y posicionamiento de investigadores y académicos de la Universidad respecto a los temas, problemas y necesidades de los sectores.

Diagnóstico, Evaluación y Prospectiva S.C. se propone para facilitar de forma operativa las reuniones de toma de decisión y comunicación, con coordinadores de vinculación, difusión, y extensión para el diseño, cobertura y evaluación de impacto de proyectos, medios y acciones a desarrollar.



1.3 Sistema de apoyo para reuniones y decisiones grupales. Thinktank de Groupsystems

El instrumento metodológico que se utilizó en estas sesiones es un sistema informático-interactivo, que facilita a diferentes actores, expertos y decisores, el verter opiniones, comentarios, experiencias, vivencias información y comunicación para identificar análisis situacionales, problemas, propuestas, escenarios, toma de decisiones.

Realizando trabajos a manera de grupos de enfoque

La colaboración, cooperación y conectividad del grupo se realiza mediante reuniones virtuales y/o presenciales con el soporte tecnológico de un sistema grupal de comunicación .

El índice de ventajas importantes es lograr:

- Reuniones eficaces y participación creciente
- Mayor calidad de información e interacción dialógica
- Mejores comunicaciones y resultados inmediatos

Los resultados de la reunión se presentan disponibles inmediatamente y organizados de manera que los comentarios e información sean oportunos.

Esta metodología nos permite enfocar la organización universitaria y sus procesos desde afuera hacia dentro, escuchando la voz de usuarios de los servicios educativos y de investigación



1.4 Sistema de apoyo para análisis cualitativo de datos. Atlas Ti

El instrumento metodológico que se utilizó para el análisis de datos cualitativos provenientes de las reuniones de Grupos de enfoque sectoriales y que contribuye a la sistematicidad en el análisis de la información mediante el estudio de múltiples ópticas y que contribuyen a la mejor explotación de los mismos para los fines del Plan de desarrollo Institucional del PDI.

Desde el punto de vista metodológico, el ATLAS/TI es una herramienta informática, que da forma sobre cómo debe realizarse el proceso analítico para lograr una mayor optimización de las informaciones de los participantes en los grupos de enfoque.

El enfoque metodológico involucra tareas comunes en el análisis cualitativo como la segmentación, codificación y categorización, memos, comentarios, familias de documentos y así mismo se presenta una propuesta para presentar y analizar los resultados obtenidos, mediante redes semánticas, aplicados a los textos generados por los grupos de enfoque.

Permite relacionar categorías codificadas y citas, facilitando conocer las motricidades e influencias, permitiendo también inferir estrategias de ajuste y vinculación hacia el entorno, orientándose hacia una apertura por ejemplo de “extensión y difusión”, al aparecer como los ejes mas importantes, indicados por los participantes.



2 RESULTADOS

Redes semánticas y briefing para medios

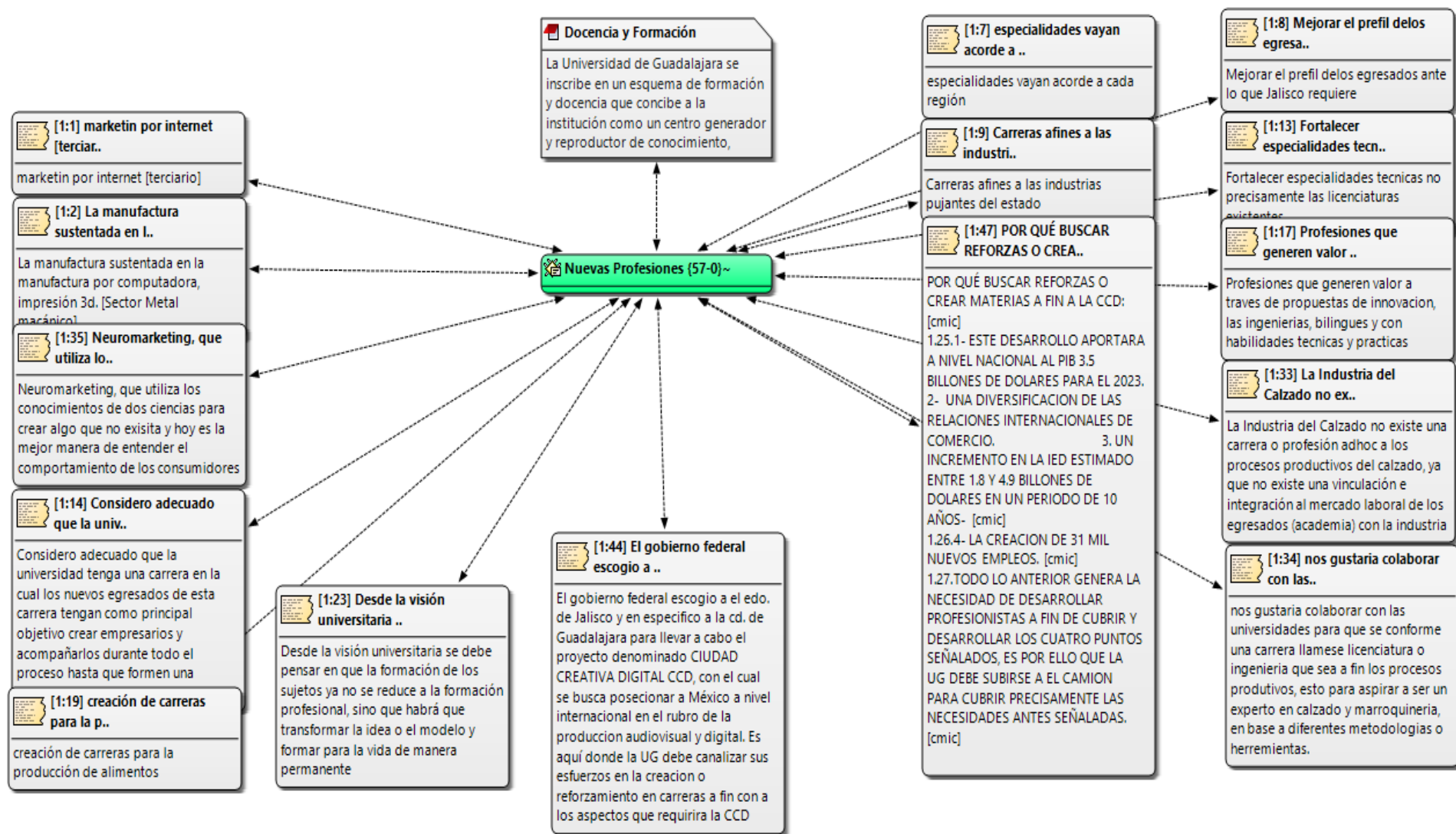


2.1 Nuevas profesiones

¿Cuáles considera usted que serán las nuevas profesiones que necesitarán las organizaciones sociales en el futuro 2020?



Sector Económico. 1. Marketing por Internet, Neuromarketing, 2. La manufactura sustentada en la manufactura por computadora, impresión 3d, 3. Emprendurismo, 4. Alimentos, 5. Producción Audiovisual y digital, profesiones todas centradas y orientadas para el Estado, las regiones, la ciudad, las industrias, con específica pertinencia. Mejorar perfiles ante sus requerimientos, fortalecer especialidades técnicas, formaciones diversas.



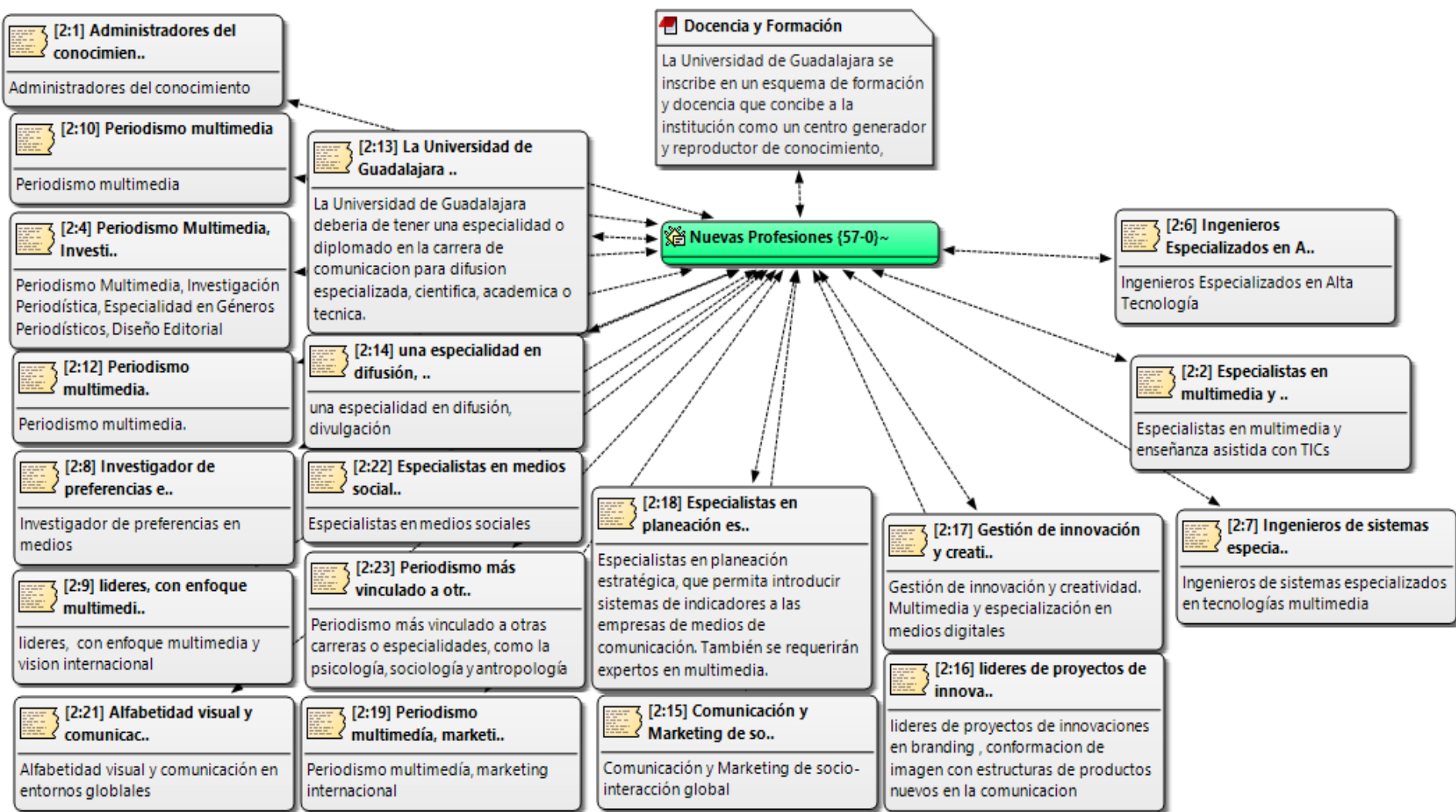
Briefing para Medios

Tema Importante	Nuevas profesiones
Noes	Antes que nuevas profesiones, se necesita mejorar los perfiles de las carreras ante lo que Jalisco, las regiones y las industria pujantes requieren
Síes	Profesiones centradas y orientadas para las ciudades, los sectores sociales, las regiones y el Estado de Jalisco.
Posicionamiento	Profesiones pertinentes y congruentes.
Concepto campaña	Profesiones centradas y orientadas para las ciudades, los sectores sociales, las regiones y el Estado de Jalisco desde perspectivas globales e innovadoras.

Briefing para Medios

Tema Importante	Nuevas profesiones
Noes	1. Marketing por Internet, Neuromarketing, 2. La manufactura sustentada en la manufactura por computadora, impresión tercera dimensión, 3. Emprendurismo, 4. Producción Audiovisual y digital
Síes	Profesiones centradas y orientadas para las ciudades, los sectores sociales, las regiones y el Estado de Jalisco.
Posicionamiento	Profesiones pertinentes y congruentes.
Concepto campaña	Profesiones de alta tecnología y creativas, en internet producción audiovisual y digital acorde a perspectivas globales e innovadoras.

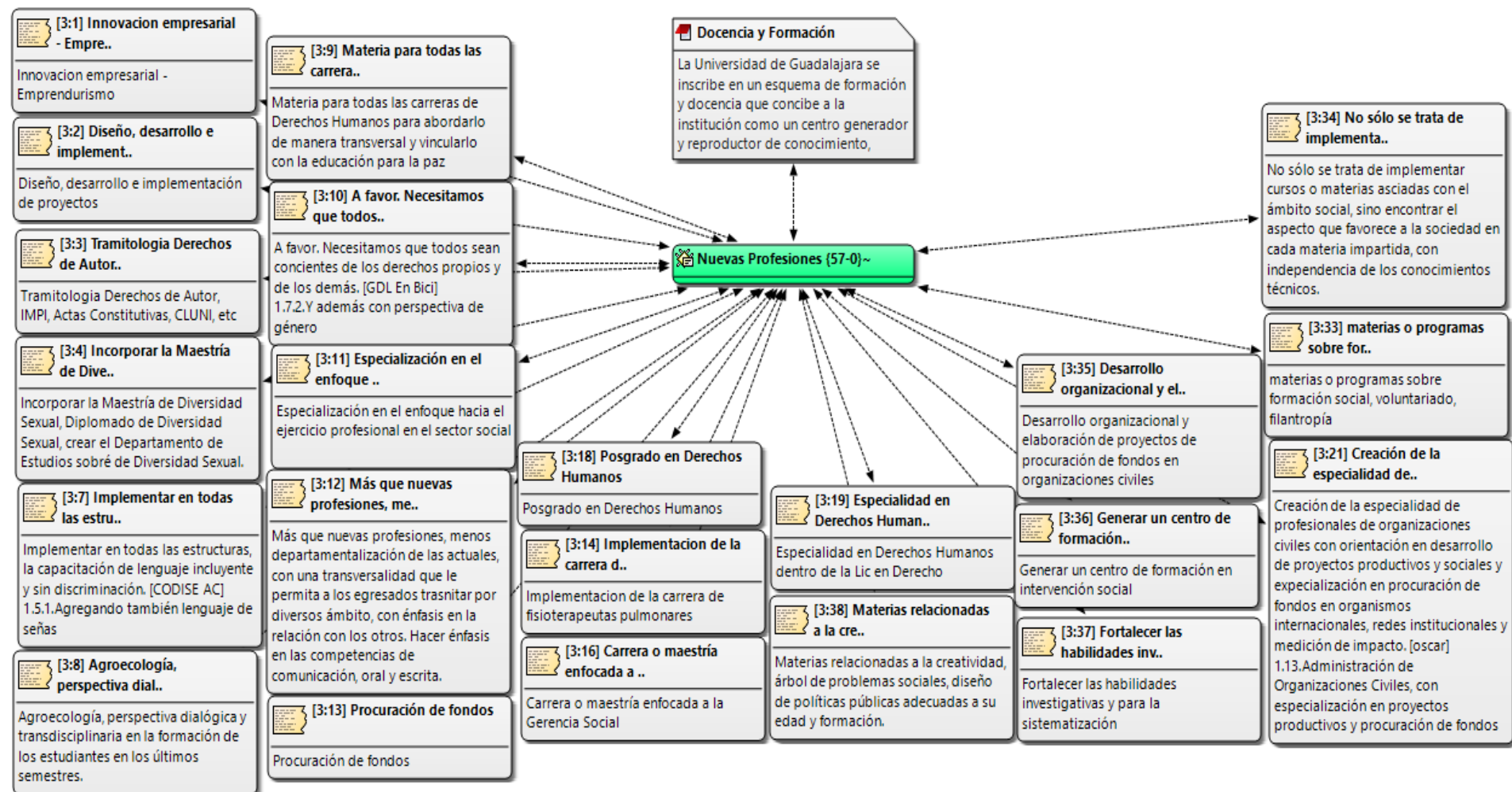
Sector Medios de Comunicación: Se plantean la necesidad de carreras como: 1. Periodismo Multimedia, Investigación de Medios, 2. Especialidades en Difusión y Divulgación, 3. Administración de Conocimientos, Marketing Internacional y Branding 4. Gestión en Innovación y creatividad, 5. Planeación Estratégica y construcción de indicadores, 6. Ingenieros especializados en Alta Tecnología y sistemas especializados 6. Especialidad para difusión/divulgación científica o tecnológica



Briefing para Medios

Tema Importante	Nuevas profesiones
Noes	1. Periodismo Multimedia, Investigación de Medios, 2. Especialidades en Difusión y Divulgación, 3. Administración de Conocimientos, Marketing Internacional y Branding 4. Gestión en Innovación y creatividad, 5. Planeación Estratégica y construcción de indicadores, 6. Ingenieros especializados en Alta Tecnología y sistemas especializados 6. Especialidad para difusión/divulgación científica o tecnológica
Síes	Profesiones multimedia, digitales, centradas y orientadas para los sectores sociales de Jalisco.
Posicionamiento	Profesiones multimedia, digitales, pertinentes y congruentes.
Concepto campaña	Profesiones de Alta Tecnología para los sectores de Jalisco desde perspectivas globales e innovadoras.

Sector Social: Se plantean la necesidad de carreras como: 1. Gerencia Social, Administración de organizaciones civiles con especialización en proyectos productivos, procuración de fondos en organismos internacionales, redes y medición de impacto y construcción de indicadores 2. Especialidades en Derechos humanos, Diversidad Sexual 3. Agroecología 4. Gestión en Innovación, 5. Fisioterapeutas pulmonares, 6. Centro de formación en intervención social, 7 Capacitación de lenguaje incluyente, sin discriminación, lenguaje de señas, con materias sobre formación social, voluntariado y filantropía, tramitología, derechos de autor, Impi, Cluni.

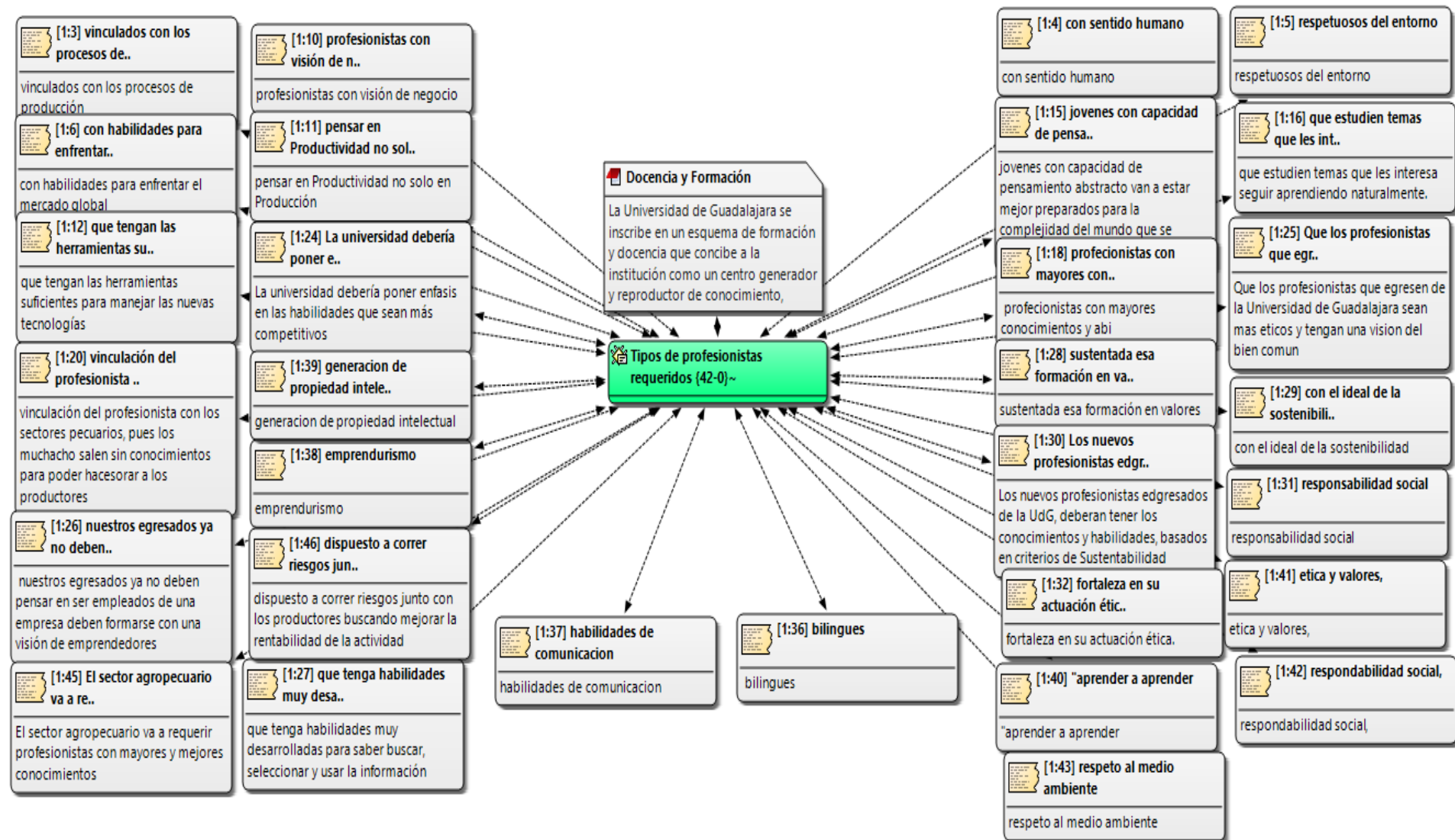


Briefing para Medios

Tema Importante	Nuevas profesiones
Noes	1. Gerencia Social, Administración de organizaciones civiles con especialización en proyectos productivos, procuración de fondos en organismos internacionales, redes y medición de impacto y construcción de indicadores 2. Especialidades en Derechos humanos, Diversidad Sexual 3. Agroecología 4. Gestión en Innovación, 5. Fisioterapeutas pulmonares, 6. Centro de formación en intervención social, 7 Capacitación de lenguaje incluyente, sin discriminación, lenguaje de señas, con materias sobre formación social, voluntariado y filantropía, tramitología, derechos de autor, Impi, Cluni.
Síes	Universidad incluyente y sin discriminaciones, orientada a favorecer la sociedad en todas sus carreras así como la calidad y profesionalización de las organizaciones de la sociedad civil.
Posicionamiento	Profesiones con una orientación hacia los derechos humanos, con alternativas al medio ambiente, contra la discriminación y las diferencias sociales.
Concepto campaña	Nuevas Profesiones con una fuerte sensibilidad social, orientadas a soluciones aplicadas, con una orientación hacia los derechos humanos, con alternativas al medio ambiente, contra la discriminación y las diferencias sociales.



Sector Económico: Profesionistas con perfil empresarial, vinculados a los procesos de producción, con habilidades de comunicación, para enfrentar mercados globales, nuevas tecnologías, visión de negocios, competitivos, para buscar, seleccionar y usar la información, generadores de propiedad intelectual, emprendedores, bilingües. Con sentido humano, pensamiento abstracto, responsabilidad social, ética y valores, con criterios de sustentabilidad y respeto al medio ambiente, interesados en aprender a aprender naturalmente.



Briefing para Medios

Tema Importante	Tipos de profesionistas requeridos
Noes	Profesionistas con perfil empresarial, vinculados a los procesos de producción, con habilidades de comunicación, para enfrentar mercados globales, nuevas tecnologías, visión de negocios, competitivos, para buscar, seleccionar y usar la información, generadores de propiedad intelectual, emprendedores, bilingües. Con sentido humano, pensamiento abstracto, responsabilidad social, ética y valores, con criterios de sustentabilidad y respeto al medio ambiente, interesados en aprender a aprender naturalmente.
Síes	Las empresas de Jalisco requieren profesionistas con perfil empresarial, vinculados a los procesos de producción, con habilidades de comunicación, para enfrentar mercados globales, nuevas tecnologías, visión de negocios, competitivos, para buscar, seleccionar y usar la información, generadores de propiedad intelectual, emprendedores, bilingües. Con sentido humano, pensamiento abstracto, responsabilidad social, ética y valores, con criterios de sustentabilidad.
Posicionamiento	Tipos de profesionistas requeridos por las empresas.
Concepto campaña	Los profesionistas que demandan las empresas de Jalisco tienen perfil empresarial, vinculados a los procesos de producción, con habilidades de comunicación, para enfrentar mercados globales, nuevas tecnologías, visión de negocios, competitivos, buscan, seleccionan y usan la información, generadores de propiedad intelectual, emprendedores y bilingües.



Sector Medios de Comunicación: Profesionales especializados en comunicación, con herramientas de investigación, y con conocimientos tecnológicos, además especializados en comercialización, y especialmente en comercialización en un nuevo modelo periodístico de comunicación, el cual está basado en internet, redes sociales, multimedia y registros documentales.

 **Docencia y Formación**

La Universidad de Guadalajara se inscribe en un esquema de formación y docencia que concibe a la institución como un centro generador y reproductor de conocimiento,

 **Tipos de profesionistas requeridos {42-0}~**

 **[2:30] Es imprescindible la formación..**

Es imprescindible la formación de especialistas en la traducción paleográfica documental. En la historia reciente se ha abusado de la utilización de la información contenida en las redes, mas sin embargo toda esa información tiene un origen o registro documental histórico que se debe aprovechar al máximo. [dir. publicaciones]

 **[2:24] Muchos modelos de comunicación..**

Muchos modelos de comunicación (o de medios de comunicación) están en crisis, debido a muchos factores, pero especialmente porque no ha habido una adaptación de un modelo clásico a un modelo basado en nuevas tecnologías. Por ello, para las empresas de comunicación que precisan, en mi opinión, varias cuestiones: profesionales especializados en comunicación, con herramientas de investigación, y con conocimientos en contextos diversos. Igualmente, las empresas de comunicación precisan personas especializadas en comercialización, y especialmente en comercialización en un nuevo modelo periodístico y/o de comunicación, el cual está basado en internet, redes sociales, etcétera. Es decir, especialización de comercialización en medios de comunicación.

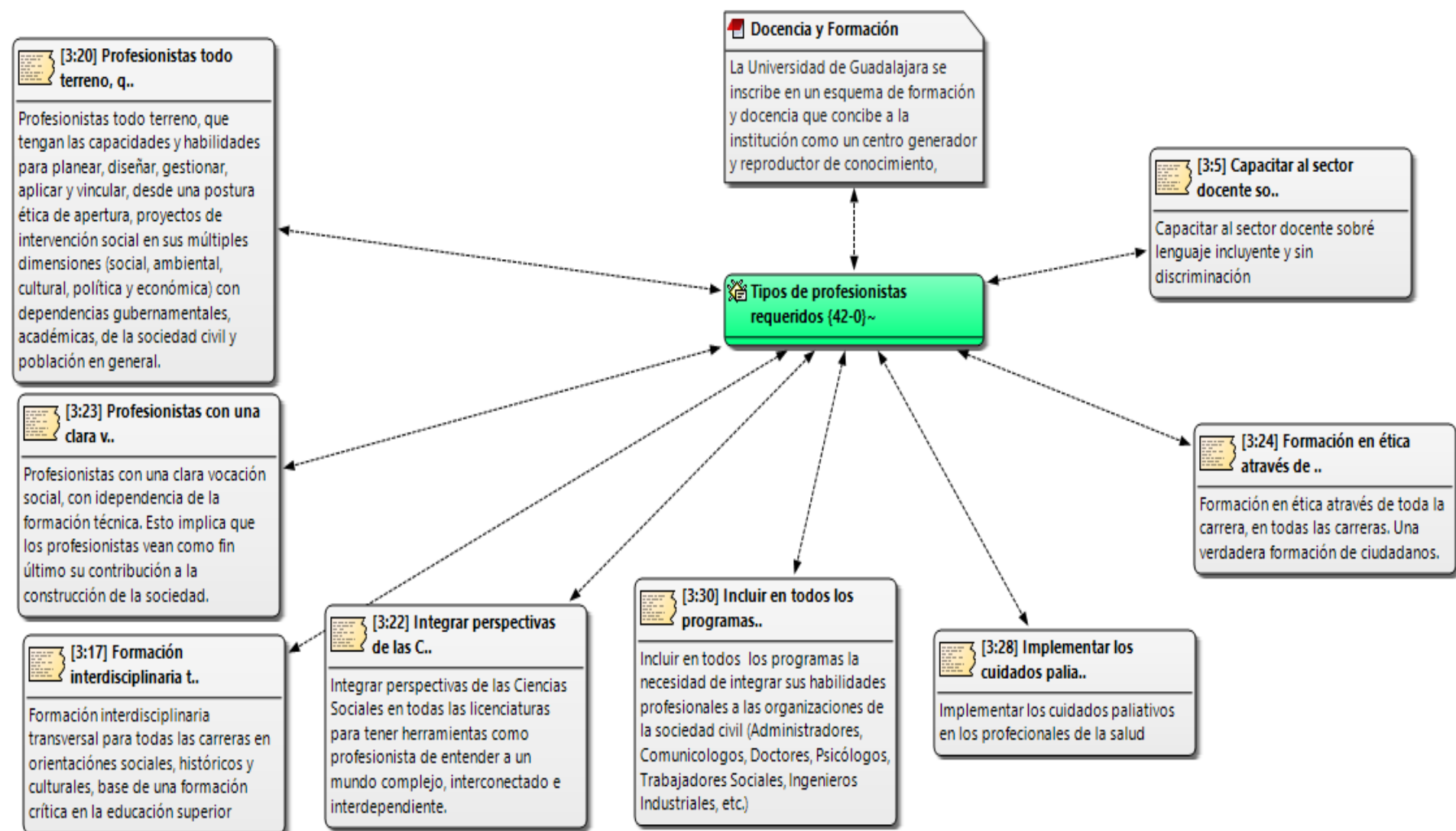


Briefing para Medios

Tema Importante	Tipos de profesionistas requeridos
Noes	Profesionales especializados en comunicación, con herramientas de investigación, y con conocimientos tecnológicos, además especializados en comercialización, y especialmente en comercialización en un nuevo modelo periodístico de comunicación, el cual está basado en internet, redes sociales, multimedia y registros documentales.
Síes	Las medios de comunicación de Jalisco requieren profesionistas especializados en comunicación, con herramientas de investigación, y con conocimientos tecnológicos, además especializados en comercialización, y especialmente en comercialización en un nuevo modelo periodístico de comunicación, el cual está basado en internet, redes sociales, multimedia y registros documentales.
Posicionamiento	Tipos de profesionistas requeridos por los medios de comunicación
Concepto campaña	Los profesionistas que demandan los medios de comunicación de Jalisco requieren este perfil.



Sector Social: Profesionistas todo terreno, que tengan las capacidades y habilidades para planear, diseñar, gestionar, aplicar y vincular, desde una postura ética de apertura, proyectos de intervención social en sus múltiples dimensiones (social, ambiental, cultural, política y económica) con dependencias gubernamentales, académicas, de la sociedad civil y población en general. Con vocación social y formación interdisciplinaria transversal.



Briefing para Medios

Tema Importante	Tipos de profesionistas requeridos
Noes	Profesionistas todo terreno, que tengan las capacidades y habilidades para planear, diseñar, gestionar, aplicar y vincular, desde una postura ética de apertura, proyectos de intervención social en sus múltiples dimensiones (social, ambiental, cultural, política y económica) con dependencias gubernamentales, académicas, de la sociedad civil y población en general. Con vocación social y formación interdisciplinaria transversal.
Síes	Las empresas de Jalisco requieren profesionistas todo terreno, que tengan las capacidades y habilidades para planear, diseñar, gestionar, aplicar y vincular, desde una postura ética de apertura, proyectos de intervención social en sus múltiples dimensiones (social, ambiental, cultural, política y económica) con dependencias gubernamentales, académicas, de la sociedad civil y población en general. Con vocación social y formación interdisciplinaria transversal.
Posicionamiento	Tipos de profesionistas requeridos por las organizaciones de la sociedad civil.
Concepto campaña	Los profesionistas que demandan las organizaciones de la sociedad civil de Jalisco tienen este perfil.

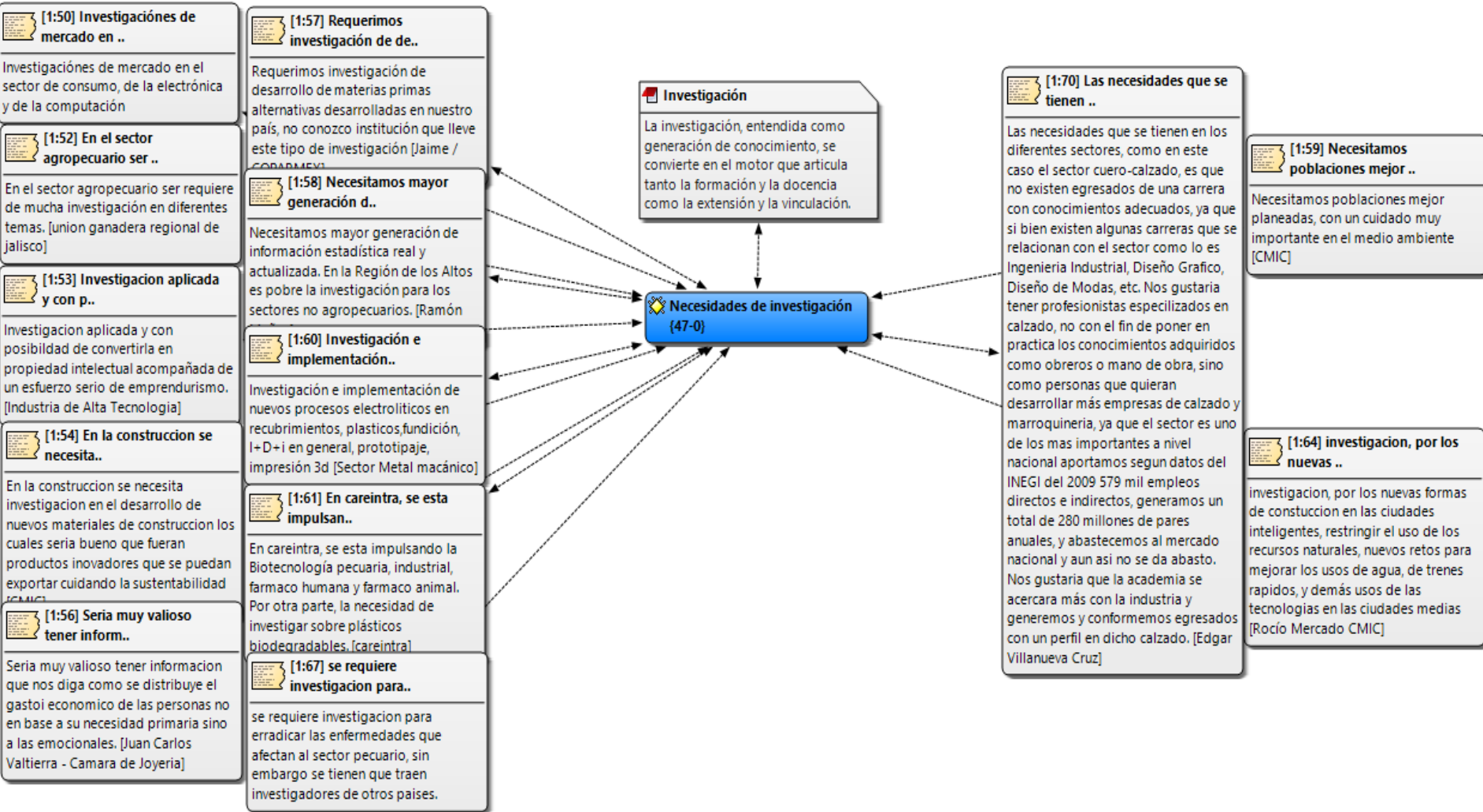


2.3 Necesidades de investigación

¿Cuáles son las necesidades de investigación en su organización?



Sector Económico: Los participantes plantean la necesidad de investigaciones aplicadas con posibilidad de convertirla en propiedad intelectual acompañada de un esfuerzo serio de emprendurismo, investigaciones de mercado, de desarrollo de nuevos materiales, de materias primas alternativas, de procesos electrolíticos, de biotecnología, para erradicar enfermedades, mayor información estadística real y actualizada, les parece valioso contar con información sobre la distribución del gasto económico en base a necesidades emocionales. Investigación sobre poblaciones mejor planeadas, nuevas formas de construcción de ciudades inteligentes, restringiendo el uso de recursos naturales como el agua, trenes rápidos usos de tecnologías en las ciudades medias

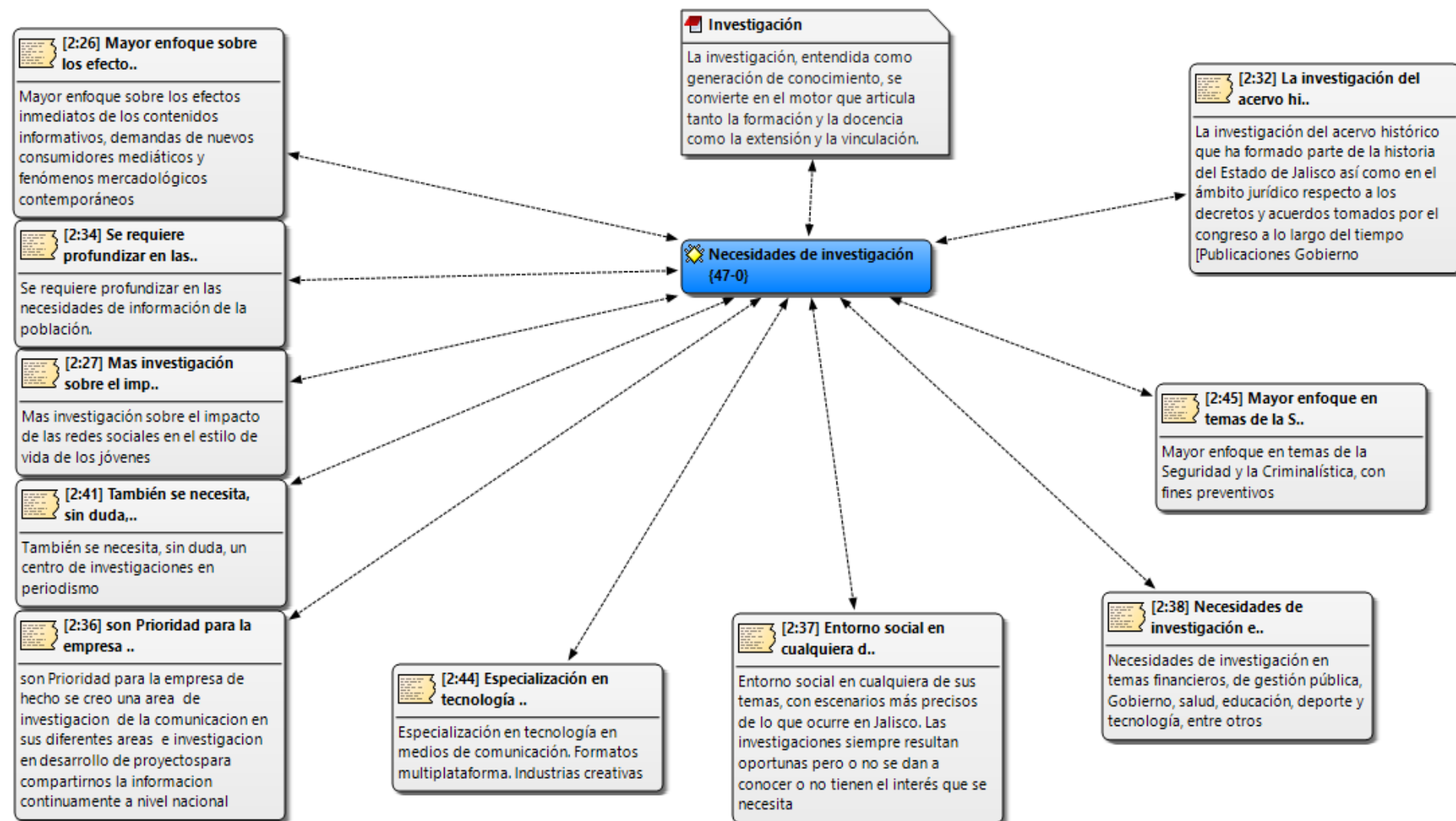


Briefing para Medios

Tema Importante	Necesidades de investigación
Noes	Los participantes plantean la necesidad de investigaciones aplicadas con posibilidad de convertirla en propiedad intelectual acompañada de un esfuerzo serio de emprendurismo, de desarrollo de nuevos materiales, de materias primas alternativas, de procesos electrolíticos, de biotecnología, para erradicar enfermedades, mayor información estadística real y actualizada, les parece valioso contar con información sobre la distribución del gasto económico en base a necesidades emocionales, investigaciones de mercado. Investigación sobre poblaciones mejor planeadas, nuevas formas de construcción de ciudades inteligentes, restringiendo el uso de recursos naturales como el agua, trenes rápidos usos de tecnologías en las ciudades medias
Síes	Las necesidades de investigaciones aplicadas de los empresarios son con posibilidades de convertirlas en propiedad intelectual, acompañadas de un esfuerzo serio de emprendurismo, precisan investigaciones innovadoras aplicadas a ciudades, sectores industriales, biotecnología, procesos electrolíticos, enfermedades.
Posicionamiento	Universidad que orienta sus investigaciones al logro de propiedad intelectual y emprendimientos que fortalezcan la economía del Estado de Jalisco. Investigación transversal orientada a generar empresas de tecnología (medica, social, agropecuaria) con propiedad intelectual y diseño innovador (Cucea, Cupei, Cuaad)
Concepto campaña	Las Investigaciones que demandan las empresas de Jalisco tienen la orientación al logro de propiedad intelectual y emprendimientos que fortalezcan la economía del Estado.



Sector Medios de Comunicación: Se requiere investigación sobre los efectos inmediatos de los contenidos informativos, demanda de nuevos consumidores mediáticos, fenómenos mercadológicos, necesidades de información de la población, impacto de redes sociales en los estilos de vida de jóvenes, tecnología en medios de comunicación, formatos multiplataforma, industrias creativas, centro de investigaciones en periodismo, sobre el entorno social en cualquiera de sus temas, financiero, seguridad, sobre acervos históricos.

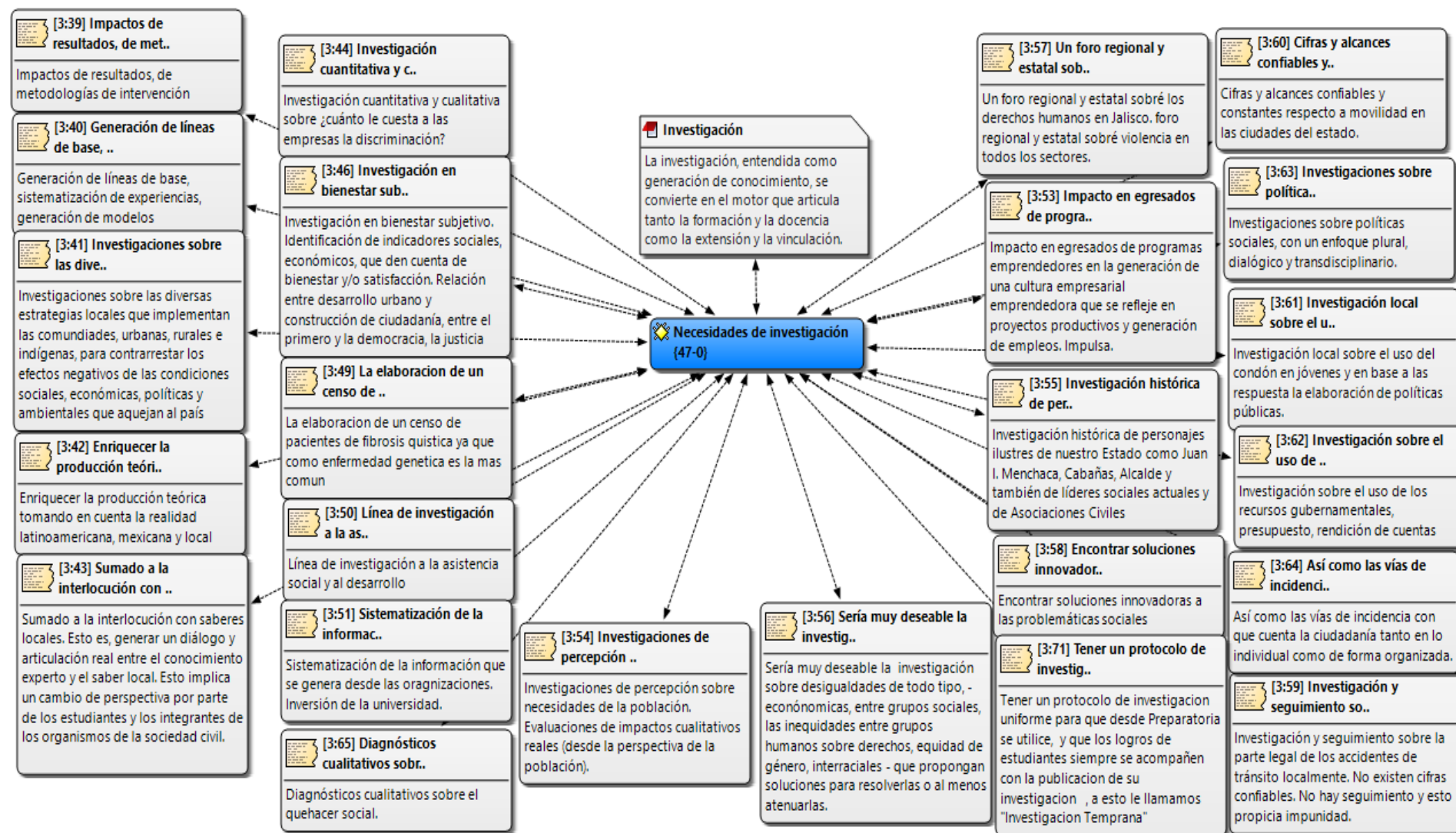


Briefing para Medios

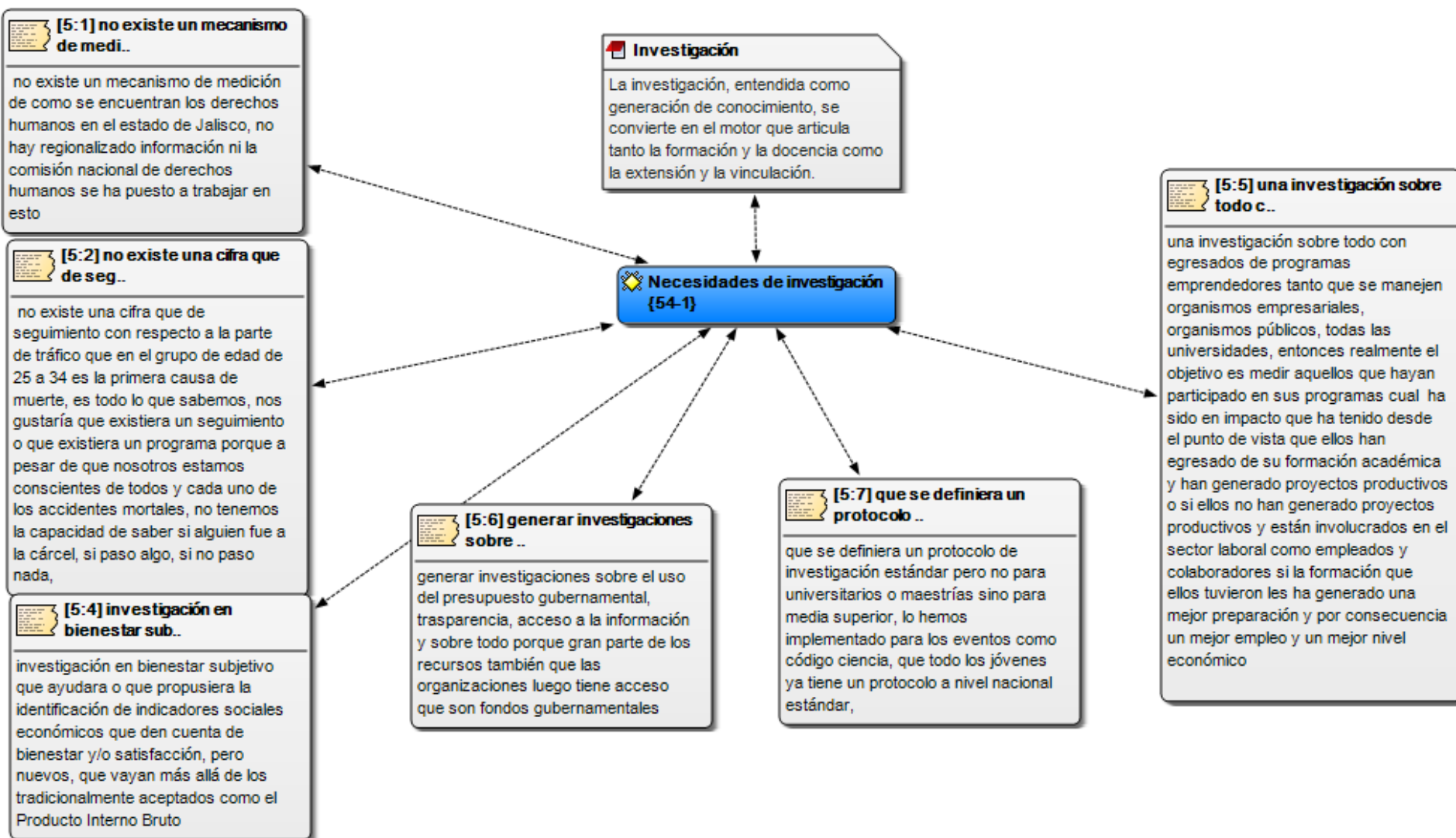
Tema Importante	Necesidades de investigación
Noes	Se requiere investigación sobre los efectos inmediatos de los contenidos informativos, demanda de nuevos consumidores mediáticos, fenómenos mercadológicos, necesidades de información de la población, impacto de redes sociales en los estilos de vida de jóvenes, tecnología en medios de comunicación, formatos multiplataforma, industrias creativas, centro de investigaciones en periodismo, sobre el entorno social en cualquiera de sus temas, financiero, seguridad, sobre acervos históricos.
Síes	Las necesidades de investigaciones aplicadas de los medios de comunicación tienen que ver con investigación sobre los efectos inmediatos de los contenidos informativos, demanda de nuevos consumidores mediáticos, fenómenos mercadológicos, necesidades de información de la población, impacto de redes sociales en los estilos de vida de jóvenes, tecnología en medios de comunicación, formatos multiplataforma, industrias creativas, centro de investigaciones en periodismo, sobre el entorno social en cualquiera de sus temas, financiero, seguridad, sobre acervos históricos.
Posicionamiento	Universidad que orienta sus investigaciones al logro de tecnologías y medios de comunicación acorde a necesidades regionales y globales
Concepto campaña	Las Investigaciones que demandan los nuevos medios de comunicación de Jalisco las tenemos en la Universidad de Guadalajara.



Sector Social: Generación de líneas de base, modelos, impacto de resultados, metodologías de intervención, bienestar subjetivo, sobre indicadores sociales y satisfacción, análisis multifactorial en el desarrollo, sobre asistencia social, diagnósticos cualitativos, necesidades de población y evaluaciones de percepción poblacional, investigación sobre desigualdades y soluciones innovadoras.



Sector Social T



Briefing para Medios

Tema Importante	Necesidades de investigación
Noes	No se cuenta con generación de líneas de base, modelos, impacto de resultados, metodologías de intervención, bienestar subjetivo, sobre indicadores sociales y satisfacción, análisis multifactorial en el desarrollo, sobre asistencia social, diagnósticos cualitativos, necesidades de población y evaluaciones de percepción poblacional, investigación sobre desigualdades y soluciones innovadoras.
Síes	Desarrollar conjuntamente generación de líneas de base, modelos, impacto de resultados, metodologías de intervención, bienestar subjetivo, sobre indicadores sociales y satisfacción, análisis multifactorial en el desarrollo, sobre asistencia social, diagnósticos cualitativos, necesidades de población y evaluaciones de percepción poblacional, investigación sobre desigualdades y soluciones innovadoras.
Posicionamiento	Universidad incluyente que orienta sus investigaciones de forma conjunta y coordinada con las organizaciones de la sociedad civil, apoyándolas en metodologías de intervención y modelos de gestión innovadores
Concepto campaña	Las Investigaciones que demandan las organizaciones de la sociedad civil de Jalisco deben ser apoyadas por la Universidad de Guadalajara.

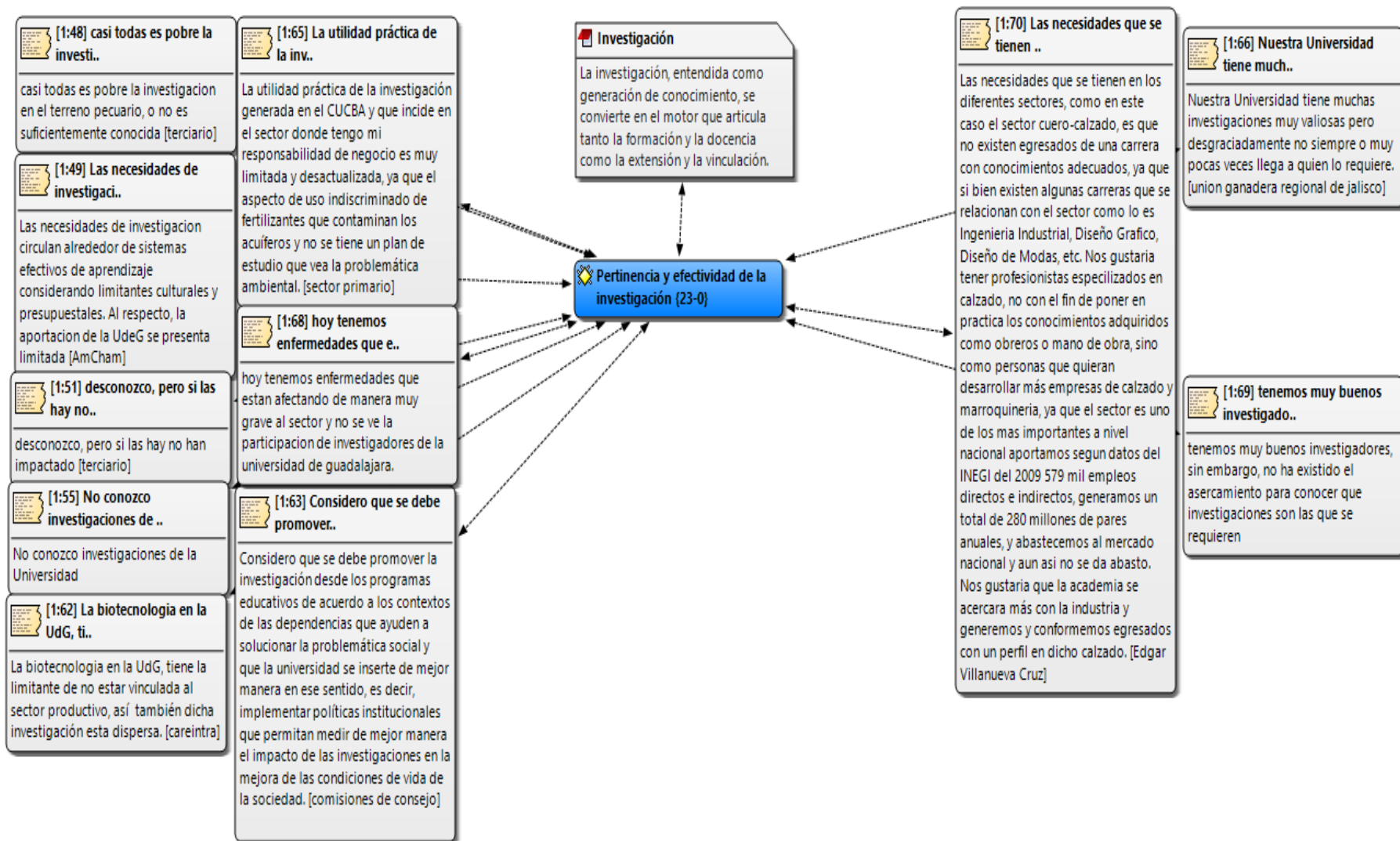


2.4 Pertinencia y efectividad de la investigación

¿Que tan pertinentes y efectivas han resultado las investigaciones realizadas por la Universidad de Guadalajara en el sector en que se encuentra su organización?



Sector Económico: Para la mayoría de los participantes la investigación es pobre, desconocida, limitada, sin impacto, no vinculada, dispersa, desactualizada, sin participación ante problemas graves del sector, descontextualizada, sin soluciones a la problemática social, sin llegar a quien lo requiere, sin acercamiento, ni implementación de políticas institucionales en la Universidad que permitan medir su impacto.

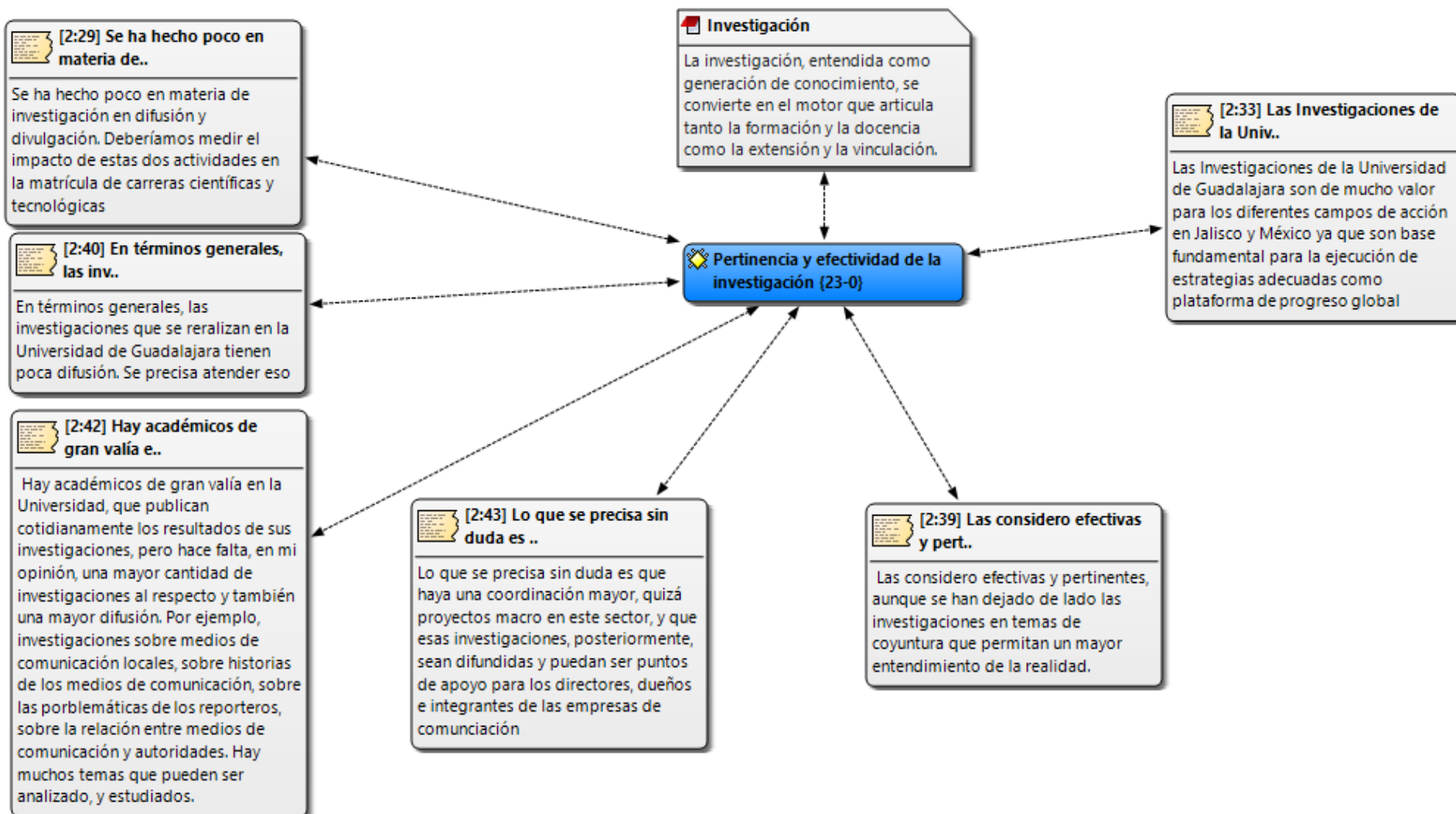


Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia y efectividad de la investigación
Noes	La investigación es pobre, desconocida, limitada, sin impacto, no vinculada, dispersa, desactualizada, sin participación ante problemas graves del sector, descontextualizada, sin soluciones a la problemática social, sin llegar a quien lo requiere, sin acercamiento, ni implementación de políticas institucionales en la Universidad que permitan medir su impacto.
Síes	Desarrollar un programa de vinculación Investigación-Empresa para que la investigación deje de ser pobre, desconocida, limitada, sin impacto, no vinculada, dispersa, desactualizada, sin participación ante problemas graves del sector, descontextualizada, sin soluciones a la problemática social, sin llegar a quien lo requiere, sin acercamiento, ni implementación de políticas institucionales en la Universidad que permitan medir su impacto.
Posicionamiento	La Universidad debe conocer el impacto y efectividad que sus investigaciones e investigadores tienen en los diferentes sectores, ciudades , regiones y el Estado de Jalisco.
Concepto campaña	La investigación en la Universidad de Guadalajara debe ser fructífera, conocida, vinculada, contextualizada, con soluciones, dirigida y cercana a los sectores que lo requieren, con impacto y efectiva.



Sector Medios de Comunicación: Poco en materia de investigación en difusión y divulgación, por supuesto también hace falta mayor difusión de las investigaciones realizadas, es necesario proyectos macro entre los investigadores de la Universidad de Guadalajara y los medios de comunicación, se han dejado de lado investigaciones en temas de coyuntura que permitan entender la realidad.

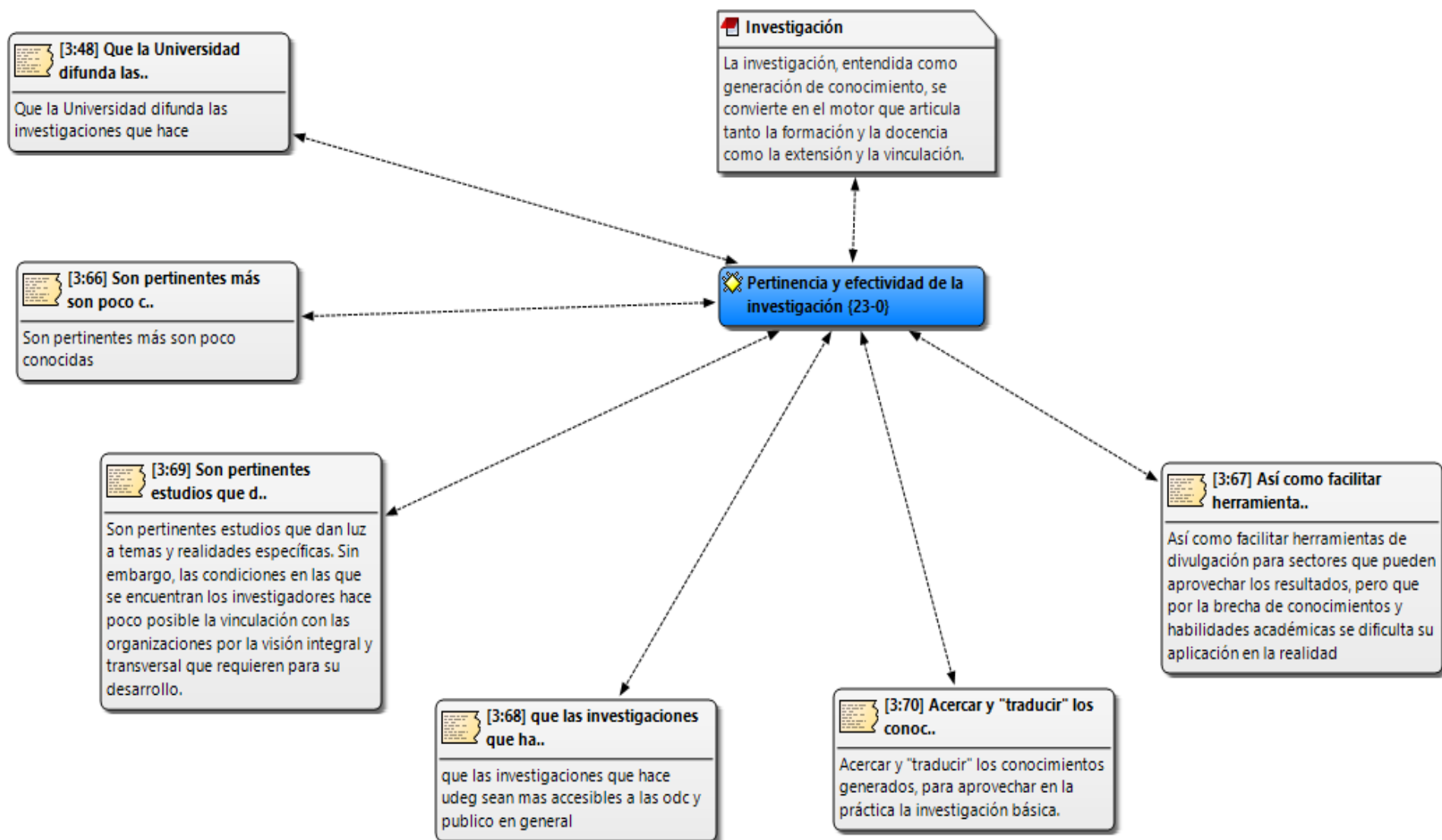


Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia y efectividad de la investigación
Noes	Se ha hecho poco en materia de investigación en difusión y divulgación, por supuesto también hace falta mayor difusión de las investigaciones realizadas, es necesario proyectos macro entre los investigadores de la Universidad de Guadalajara y los medios de comunicación, se han dejado de lado investigaciones en temas de coyuntura que permitan entender la realidad
Síes	Desarrollar un programa en materia de investigación en difusión y divulgación, por supuesto también hace falta mayor difusión de las investigaciones realizadas, es necesario proyectos macro entre los investigadores de la Universidad de Guadalajara y los medios de comunicación, necesario investigaciones en temas de coyuntura que permitan entender la realidad
Posicionamiento	La Universidad debe conocer el impacto, difusión, divulgación y efectividad que sus investigaciones e investigadores tienen en los diferentes sectores económicos, gubernamentales, sociales y de medios de comunicación.
Concepto campaña	La investigación en la Universidad de Guadalajara necesita hacer proyectos macro en conjunto con el sector de medios de comunicación, (gubernamental, social, económico).



Sector Social: Para los participantes la Universidad debe difundir las investigaciones que hace, son poco conocidas o accesibles a las Osc y al público en general, resulta poco posible vincular los investigadores con las Osc, es necesario acercar y traducir los conocimientos generados en la practica, así como facilitar herramientas de divulgación para sectores que puedan aprovechar los resultados pero que por la brecha de conocimientos y habilidades académicas se dificulta su aplicación en la realidad.



Sector Social I

[5:9] en el caso específico se nosot..

en el caso específico se nosot me parece importante porque hay toda una línea de investigación sobre migración en la universidad de Guadalajara, este, pero creo que algo que tiene la universidad es que parece que camina sola, o sea las investigadores caminan solas, tienen sus propias líneas de investigación entonces hay poca vinculación ¿no? Para nosotros hemos tenido como más bien acercamientos con diferentes académicos en donde muy pocos son los interesados en poner en disposición ese conocimiento para las organizaciones de la sociedad civil y poder estimular un poco más ese vínculo, pero en si creo que la estructura de la universidad pobló amplia por lo separado que esta por departamentos inclusive la misma situación que tienen con los investigadores, por ejemplo, que están integrados al sistema nacional de investigadores también hace que ciertos requerimientos no tengan ellos ni es espacio ni el tiempo para poder hacer ese tipo de vinculaciones. Y las organizaciones de la sociedad civil por lo general no solamente trabajan con el contexto de una realidad en particular sino que están tratando de generar propuestas de transformación, están tratando de generar mecanismos al interior para profesionalizarse, están tratando de generar mecanismos de incidencia y eso implica una amplia visión que los académicos pierden de vista.

Investigación

La investigación, entendida como generación de conocimiento, se convierte en el motor que articula tanto la formación y la docencia como la extensión y la vinculación.

Pertinencia y efectividad de la investigación {27-1}

[5:8] Jalisco a futuro que para noso..

Jalisco a futuro que para nosotros es de lo más pertinente y relevante

[5:57] me parece importante destacar ..

me parece importante destacar que yo no conozco tampoco proyectos sociales como tales , o sea conozco investigadores que luego se involucran pero proyectos sociales como tal o al menos el de que sea a través de las prácticas profesionales o servicios sociales pero de ahí no

Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia y efectividad de la investigación
Noes	La Universidad debe difundir las investigaciones que hace, son poco conocidas o accesibles a las Organizaciones de la sociedad civil y al público en general, resulta poco factible vincular los investigadores con las Organizaciones de la sociedad civil, es necesario acercar y traducir los conocimientos generados en la practica, así como facilitar herramientas de divulgación para sectores que puedan aprovechar los resultados pero que por la brecha de conocimientos y habilidades académicas se dificulta su aplicación en la realidad.
Síes	Desarrollar un programa que difunda las investigaciones que hace, son poco conocidas o accesibles a las Organizaciones de la sociedad civil y al público en general, resulta poco factible vincular los investigadores con las Osc, es necesario acercar y traducir los conocimientos generados en la practica, así como facilitar herramientas de divulgación para sectores que puedan aprovechar los resultados pero que por la brecha de conocimientos y habilidades académicas se dificulta su aplicación en la realidad.
Posicionamiento	La Universidad debe conocer el impacto, difusión, divulgación y efectividad que sus investigaciones e investigadores tienen en los diferentes sectores económicos, gubernamentales, sociales y de medios de comunicación.
Concepto campaña	La investigación y los investigadores en la Universidad de Guadalajara deben caminar junto con la sociedad, trabajando en la difusión y divulgación de sus resultados haciéndolas pertinentes y congruentes a las organizaciones de la sociedad civil.



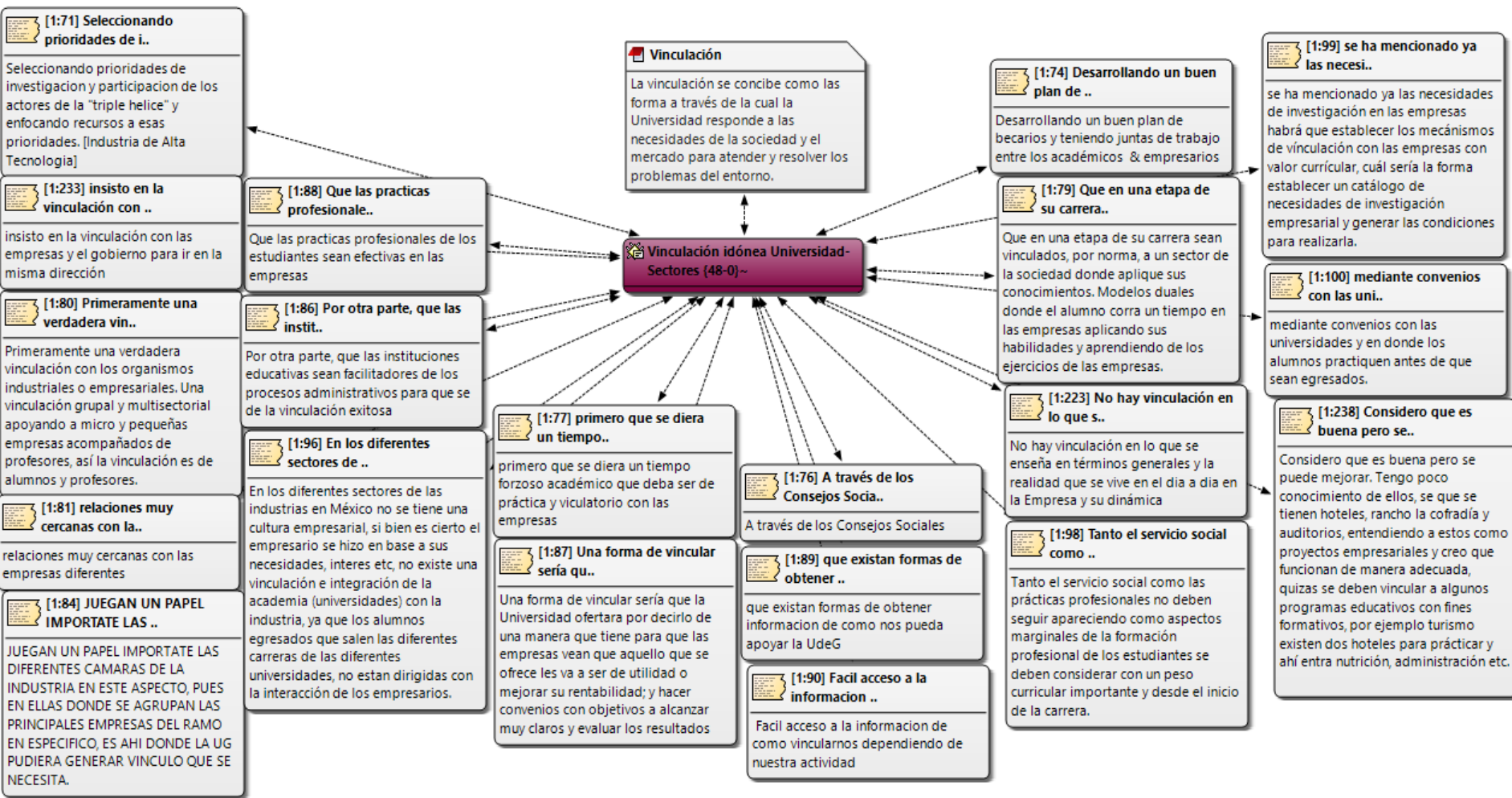
2.5 Vinculación idónea Universidad-Sectores

¿Cuál sería la forma idónea de vincular a la Universidad con su sector?



Sector Económico: Seleccionando prioridades de investigación y participación de los actores de la triple hélice, (Universidad, Gobierno y Empresas) vinculación con organismos industriales o empresariales, grupal y multisectorialmente apoyando a micro y pequeñas empresas.

A través de los consejos sociales. Plan de becarios y teniendo juntas de trabajo entre académicos y empresarios, vinculación por norma, modelos duales, servicio social y prácticas profesionales con peso curricular y desde el inicio de la carrera. Sé que se tienen hoteles, rancho la cofradía y auditorios, entendiendo a estos como proyectos empresariales y creo que funcionan de manera adecuada, quizás se deben vincular a algunos programas educativos con fines formativos, por ejemplo turismo existen dos hoteles para practicar y ahí entra nutrición, administración etc. Una forma de vincular sería que la Universidad ofertara por decirlo de una manera que "tiene" para que las empresas vean que aquello que se ofrece les va a ser de utilidad o mejorar su rentabilidad; y hacer convenios con objetivos a alcanzar muy claros y evaluar los resultados. No hay vinculación en lo que se enseña en términos generales y la realidad que se vive en el día a día en la Empresa y su dinámica. No existe una vinculación e integración de la academia (universidades) con la industria, ya que los alumnos egresados que salen las diferentes carreras de las diferentes universidades, no están dirigidas con la interacción de los empresarios.

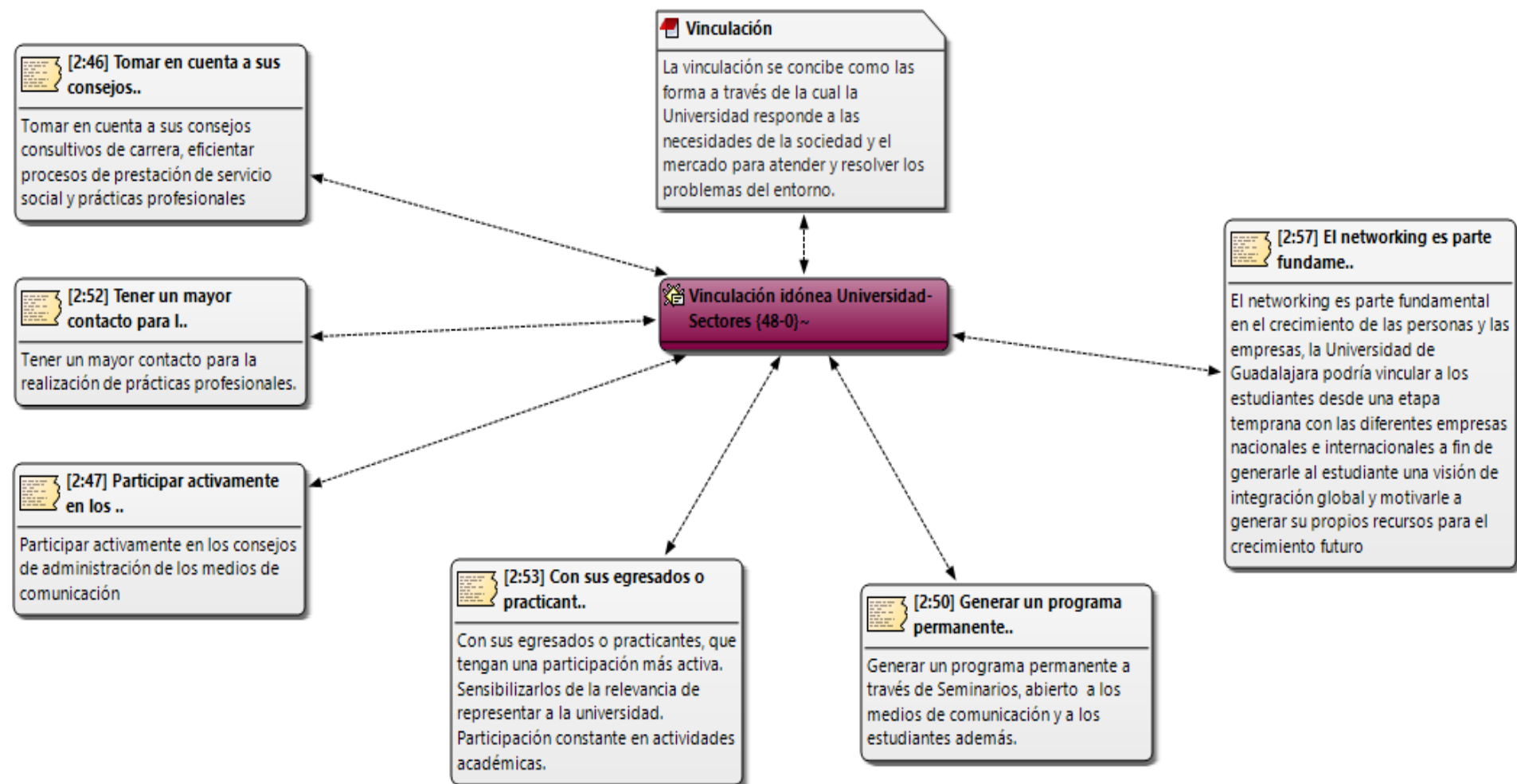


Briefing para Medios

Tema Importante	Vinculación idónea Universidad-Sectores
Noes	Seleccionar prioridades de investigación y participación de los actores en la triple hélice, (Universidad, Gobierno y Empresas) vinculación con organismos industriales o empresariales, grupal y multisectorialmente apoyando a micro y pequeñas empresas. A través de los consejos sociales. Plan de becarios y teniendo juntas de trabajo entre académicos y empresarios, vinculación por norma, modelos duales, servicio social y prácticas profesionales con peso curricular y desde el inicio de la carrera. Sé que se tienen hoteles, rancho la cofradía y auditorios, entendiendo a estos como proyectos empresariales y creo que funcionan de manera adecuada, quizás se deben vincular a algunos programas educativos con fines formativos, por ejemplo turismo existen dos hoteles para practicar y ahí entra nutrición, administración etc. Una forma de vincular sería que la Universidad ofertara por decirlo de una manera que "tiene" para que las empresas vean que aquello que se ofrece les va a ser de utilidad o mejorar su rentabilidad; y hacer convenios con objetivos a alcanzar muy claros y evaluar los resultados. No hay vinculación en lo que se enseña en términos generales y la realidad que se vive en el día a día en la Empresa y su dinámica. No existe una vinculación e integración de la academia (universidades) con la industria, ya que los alumnos egresados que salen las diferentes carreras de las diferentes universidades, no están dirigidas con la interacción de los empresarios.
Síes	Desarrollar un programa de vinculación acorde con el modelo de la "triple hélice": sociedad, gobierno y universidad, recuperación de modelos como ACUDE: Acuerdo universitario para el desarrollo. Es importante, porque "si no hay vinculación realmente no sirve lo que está haciendo la Universidad, y de haberla con todos, se da apertura para que las empresas contraten sus servicios profesionales
Posicionamiento	La Universidad debe fortalecer sus programas de vinculación Triple hélice, Acude, consejo social, Incubadoras, Servicios profesionales, Contratación de investigación, Educación Continua, servicio social y practicas profesionales para no aislarse y perder legitimidad de la sociedad
Concepto campaña	Vinculación, permanente, continua, profesional, innovadora, eficaz y de alto impacto.



Sector Medios de Comunicación: Tomar en cuenta a sus consejos consultivos de carrera, eficientar procesos de servicio social y practicas profesionales con mayor contacto, practicas a través de networking, participar en los consejos de administración de los medios de comunicación. Actividades académicas, seminarios abiertos a los medios de comunicación

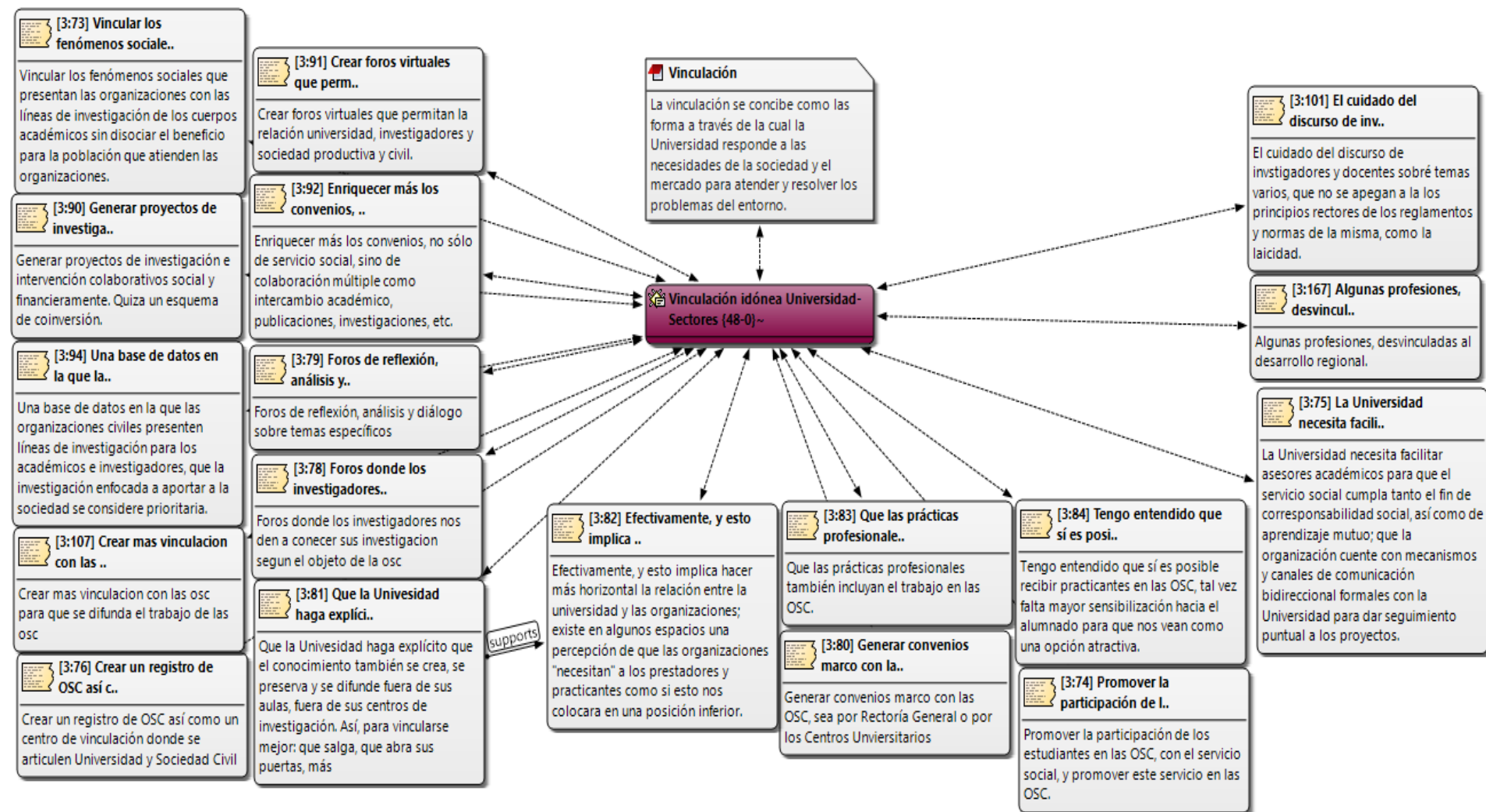


Briefing para Medios

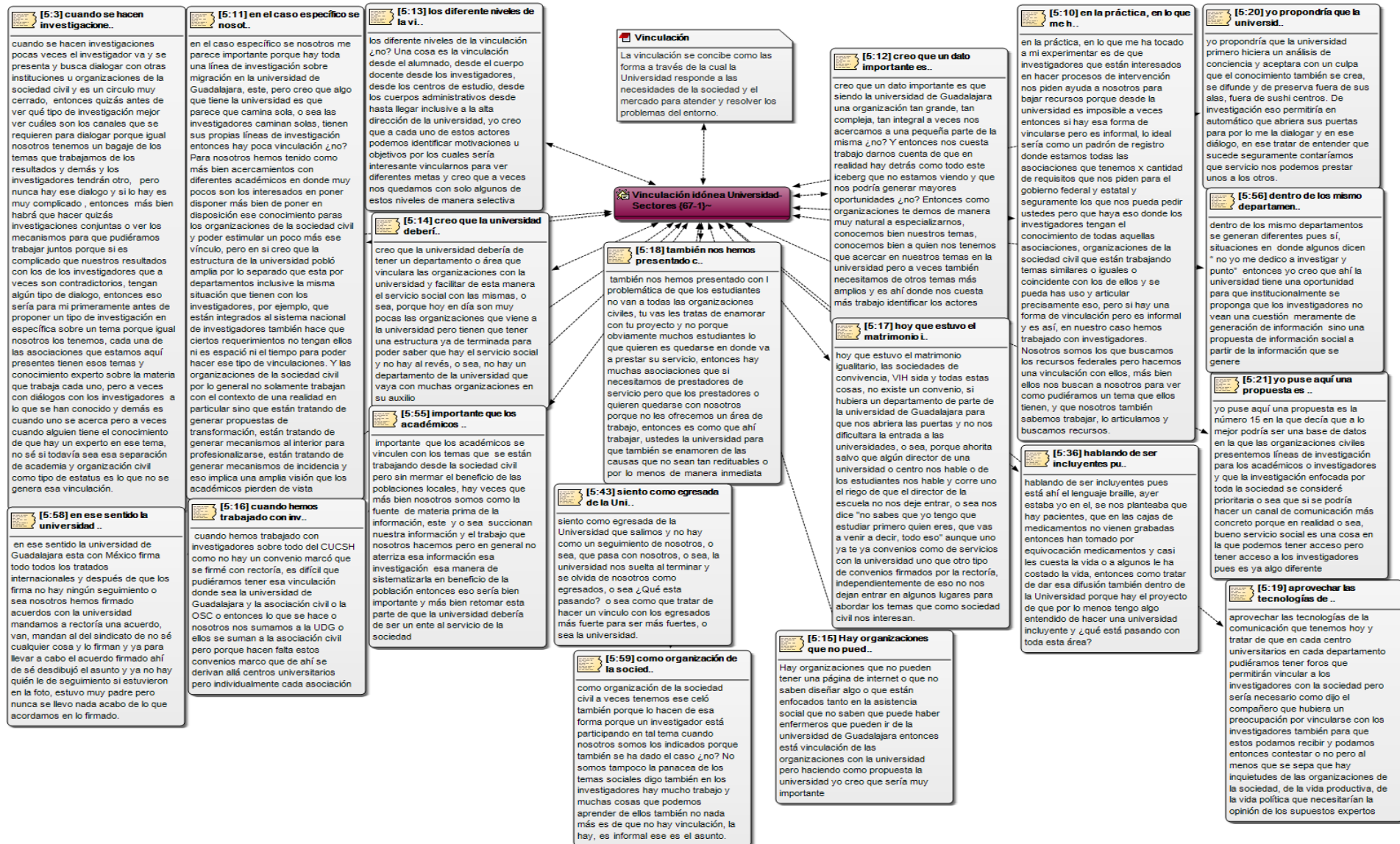
Tema Importante	Vinculación idónea Universidad-Sectores
Noes	Tomar en cuenta a sus consejos consultivos de carrera, eficientar procesos de servicio social y practicas profesionales con mayor contacto, practicas a través de networking, participar en los consejos de administración de los medios de comunicación. Actividades académicas, seminarios abiertos a los medios de comunicación
Síes	Desarrollar un programa de vinculación que eficiente los procesos de servicio social y practicas profesionales con mayor contacto con los medios. Cátedras, actividades académicas y seminarios abiertos sobre Comunicación.
Posicionamiento	La Universidad debe fortalecer sus programas de vinculación, Consejo social, Educación Continua, servicio social y practicas profesionales para no aislarse y perder legitimidad de la sociedad
Concepto campaña	Vinculación, permanente, continua, profesional, innovadora, eficaz y de alto impacto.



Sector Social: Vincular los fenómenos sociales que presentan las organizaciones sociales con las líneas de investigación de los cuerpos académicos, colaborativos social y financieramente, en coinversión. Crear un registro de Osc y un centro de vinculación y articulación. Foros virtuales y convenios de colaboración múltiple. Explicitar que el conocimiento también se crea, se preserva y se difunde fuera de las aulas y centros de investigación. Promover la participación de estudiantes en Osc, vincular profesiones con el desarrollo regional. Facilitar asesores académicos para que el servicio social cumpla con su corresponsabilidad social.



Sector Social T



Briefing para Medios

Tema Importante	Vinculación idónea Universidad-Sectores
Noes	Vincular los fenómenos sociales que presentan las organizaciones sociales con las líneas de investigación de los cuerpos académicos, colaborativos social y financieramente en coinversión. Crear un registro de Organizaciones de la sociedad civil y un centro de vinculación y articulación. Foros virtuales y convenios de colaboración múltiple. Explicitar que el conocimiento también se crea, se preserva y se difunde fuera de las aulas y centros de investigación. Promover la participación de estudiantes en Osc, vincular profesiones con el desarrollo regional. Facilitar asesores académicos para que el servicio social cumpla con su corresponsabilidad social.
Síes	Desarrollar un centro de vinculación y articulación con las organizaciones de la sociedad civil y convenios de colaboración múltiple (alumnos, investigadores, docentes, funcionarios, medios de difusión, infraestructura) mediante un registro de las Osc en el Estado. Proyectos conjuntos de investigación en colaboración y coinversión
Posicionamiento	Desarrollar un centro de vinculación y articulación con las organizaciones de la sociedad civil y convenios de colaboración múltiple creando un registro de las Osc en el Estado. Proyectos conjuntos de investigación en colaboración y coinversión
Concepto campaña	Vinculación, permanente, continua, profesional, innovadora, en colaboración y coinversión, eficaz y de alto impacto.

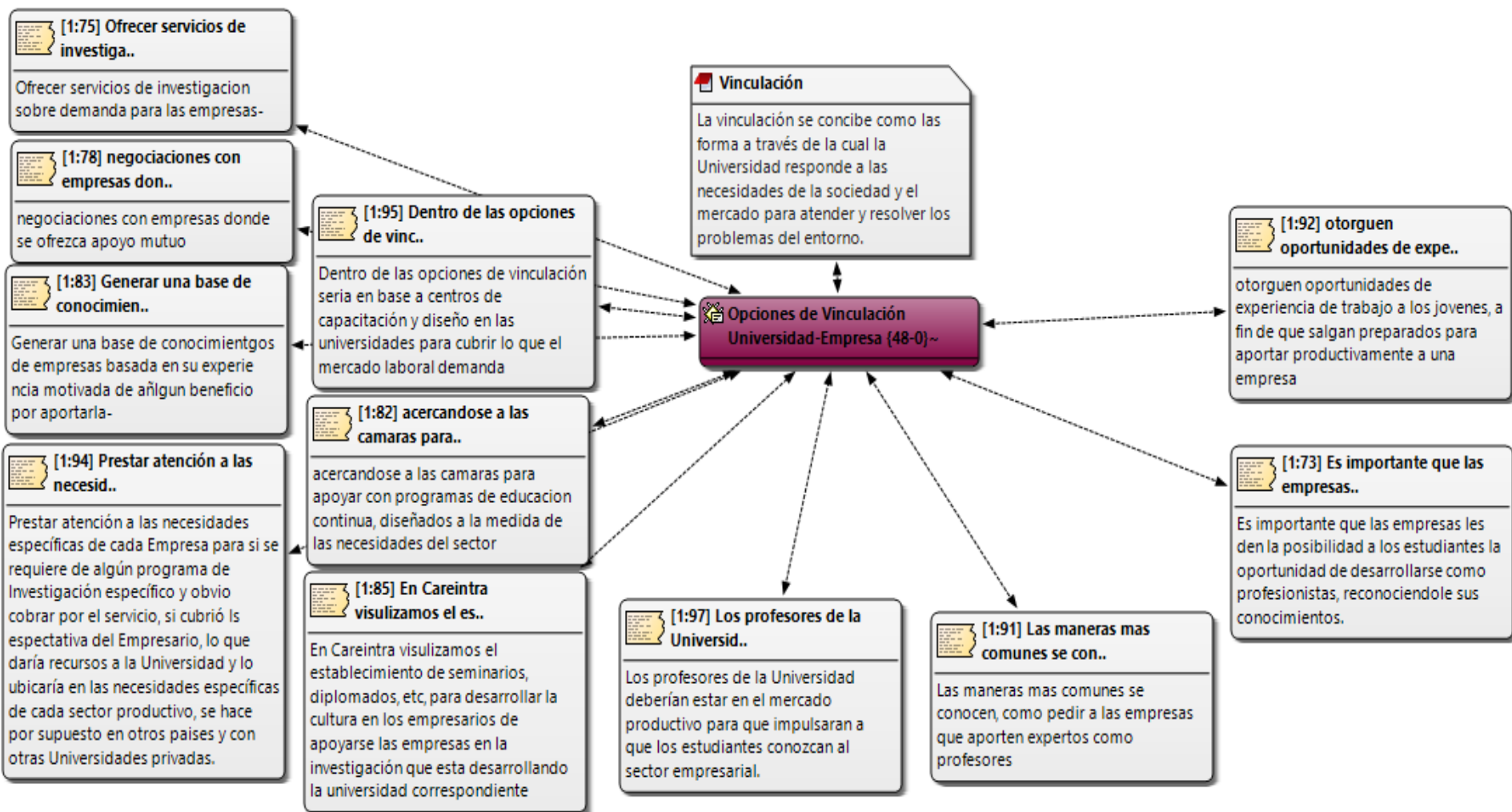


2.6 Opciones de vinculación Universidad-Sectores

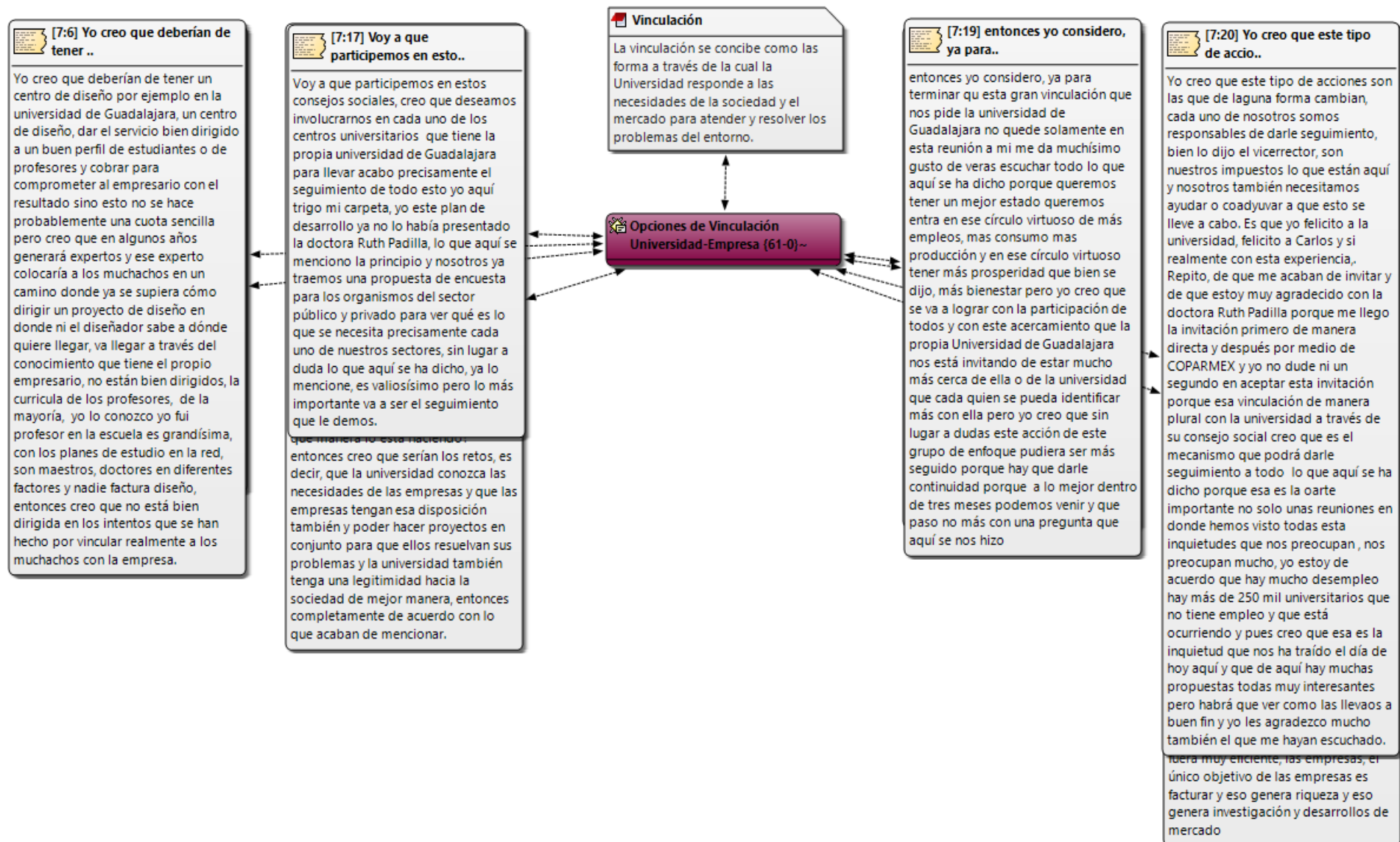
¿Qué opciones de vinculación considera necesarias en su organización?



Sector Económico: Ofrecer servicios de investigación sobre demanda para las empresas, Prestar atención a las necesidades específicas de cada empresa para si se requiere de algún programa de Investigación específico y obvio cobrar por el servicio. Negociaciones con empresas donde se ofrezca apoyo mutuo, pedir a las empresas que aporten expertos como profesores. Establecimiento de Diplomados, seminarios, centros de capacitación y diseño para cubrir lo que el mercado laboral demande. Los profesores de la Universidad deberían estar en el mercado productivo para que impulsaran a que los estudiantes conozcan al sector empresarial.



Sector Económico T 2

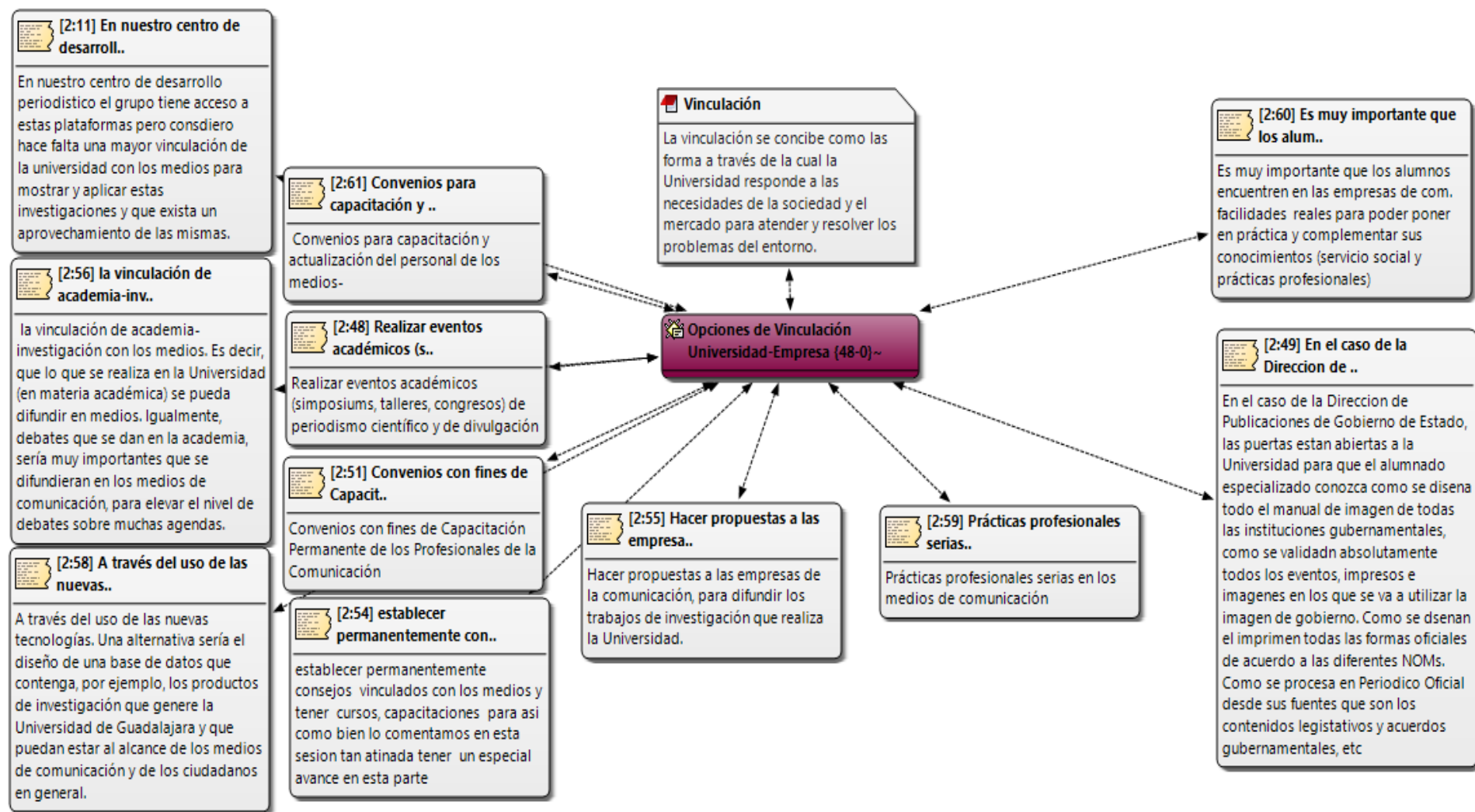


Briefing para Medios

Tema Importante	Opciones de vinculación Universidad-Sectores
Noes	Ofrecer servicios de investigación sobre demanda para las empresas, Prestar atención a las necesidades específicas de cada empresa para si se requiere de algún programa de Investigación específico y obvio cobrar por el servicio. Negociaciones con empresas donde se ofrezca apoyo mutuo, pedir a las empresas que aporten expertos como profesores. Establecimiento de Diplomados, seminarios, centros de capacitación y diseño para cubrir lo que el mercado laboral demande. Los profesores de la Universidad deberían estar en el mercado productivo para que impulsaran a que los estudiantes conozcan al sector empresarial.
Síes	Ofrecer servicios de investigación sobre demanda y cobro por servicios profesionales. Centros de educación continua y Centros de diseño con diplomados, seminarios y servicios que cubran lo que el mercado laboral demanda.
Posicionamiento	Centro Universitario de Educación Continua, Servicios Profesionales e Investigación Aplicada para los sectores de la sociedad.
Concepto campaña	Universidad con profesores, consultores e investigadores vinculados con las empresas de Jalisco.



Sector Medios de Comunicación: Ausencia de vinculación para mostrar y aplicar investigaciones aprovechando las mismas y difundiéndolas en los medios de comunicación, elevando el nivel de debate de muchas agendas. Uso de nuevas tecnologías para diseñar bases de datos de productos de investigación al alcance de los medios de comunicación y el público en general. Convenios de actualización y capacitación permanente con personal de medios. Prácticas profesionales serias en empresas de comunicación.



Sector Medios de Comunicación T

[6:13] Una propuesta, remitido en base...

Una propuesta, remitido en base a experiencia y considero que una de los... una iniciativa que en su momento a nosotros nos funcionó y que no creo que aquí no pueda suceder, es, mas allá de pensar que el alumno debe de generar determinadas horas como parte de un servicio social o no se aquí como le digan, prácticas sociales o servicio social, una propuesta podría ser generar un proyecto entre escuela e institución, entiéndase en este caso medios de comunicación, en donde puedan partir previo a diagnóstico ¿sí? de todo un proyecto este... con su inicio y su fin semestral y con evaluaciones intermedias de algún tema o alguna propuesta de empresa. Esto nosotros lo hicimos también en MILENIO TAMAULIPAS, donde a inicio de semestre, evidentemente había una necesidad diagnosticada por la compañía, había acercamientos en este caso con la universidad y dependiendo el área ¿sí? se hacia la convocatoria, sobre todo para alumnos de sext., perdón, séptimo, octavo o noveno, próximos a salir, una especie de escuela práctica, pero no es solamente ir a cumplir las horas si no ellos mismos en grupos de 5 o 6, con un maestro titular aplicados directamente en la las horas de la escuela eran prácticamente horas en la empresa ¿sí?, el media mañana, o sea en este caso entiéndase mañana o tarde, dependiendo la el la agenda que se preparara e hicimos proyectos que venían desde la parte editorial, este muy concretamente, la parte digital, hablo de un ejemplo de un grupo con prensa, radio y televisión.

[6:14] Entonces en base a alguna nece...

Entonces en base a alguna necesidad, a algún proyecto de planeación porque todo tiene que ver con cómo lo deseable también por parte de la compañía, pero en este caso lo que le das es la oportunidad al alumno próximo a graduarse es aplicar las herramientas y sobre todo con un maestro titular guía ¿sí?, la sesión es una vez a la semana, se definía una hora para ver avances, para juntar empresa Los alumnos, y el examen era la evaluación mensual, en este caso hablando de evaluación mensual y semestral de la participación, el nivel de aportación que tuvo, el trabajo, como el trabajo parcial, entonces ellos hacían una entregable mensual con las áreas, en este caso, director editorial, dirección de negocios, dependiente reitero el tema. Entonces tenías alumnos mucho más deseosos de conocer, vivir en el medio, pero no solo reitero, con que no tiene nada de malo, un servicio social, pero lo tenían desde un enfoque distinto ¿no?, desde ver desde la trinchera y proponer, porque las empresas también lo que queremos es gente que nos aporte y evidente los alumnos también están con dinámicas frescas y a veces quizás si la oportunidad de ellos mismos de desprenderse y decir "oye, yo tengo esta idea y porque no la ponemos en la mesa".

Vinculación

La vinculación se concibe como las forma a través de la cual la Universidad responde a las necesidades de la sociedad y el mercado para atender y resolver los problemas del entorno.

Opciones de Vinculación Universidad-Empresa (61-1)~

[6:15] Les puedo hablar respecto a mí...

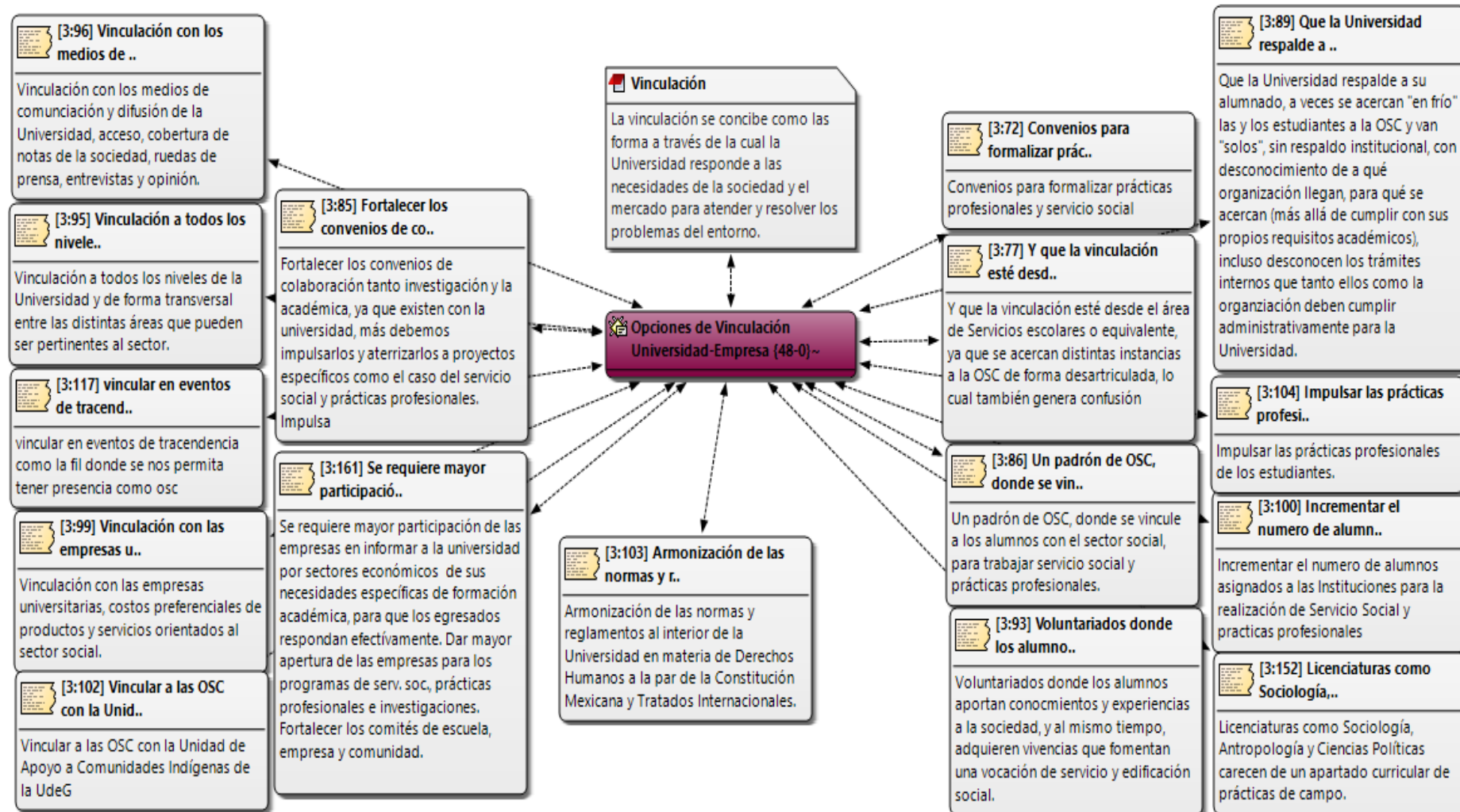
Les puedo hablar respecto a mi experiencia y fueron ideas que nosotros nos quedábamos con los ojos cuadrados de verdad, de decir "nunca se nos hubiera ocurrido", porque ellos veían diferente, inclusive ahí, es en, les estoy hablando de un proyecto de hace... yo 3 años aquí, 4, un poquito más de 4 años y donde apenas el tema de las redes sociales empezaba a ser, pero para ellos ya era una necesidad elemental, entonces se hicieron una serie de transformaciones en función a esa a ese proyecto semestral y lo que hacíamos es, semestre previo, escuela-universidad, ¿cuáles son los temas?, ¿perfilaban?, te mandaban a los alumnos y de verdad que fue un proyecto muy rico, que espero que se siga haciendo por parte de la universidad, pero ya teníamos varios años. No solamente los limitábamos al área editorial en este caso, entraban proyectos hasta inclusive para la parte de administración, circulación, entonces toda esta aportación de cosas venían a dejar un documento final, que aparte lo hacían en una presentación ejecutiva este... pero real y vivo, no un documento solamente que iba quedar en papel, si no la empresa pues evidentemente pues teníamos la necesidad también de hacer aplicaciones en función a ello y como lo vas midiendo cada mes, pues le vas dándole también orientación ¿no?, y los chavos también estaban sus 4 horas, 5, ya sea... en la empresa en el turno que correspondiera o con las personas correspondientes. Entonces creo que eso también les puede dar a los alumnos una salida y sobre todo vas viendo quien te puede interesar para después incorporarlo a la institución, en este caso a los medios. Entonces eso es una idea sobre algo que ya en algún momento nosotros este vivimos ¿no?

Briefing para Medios

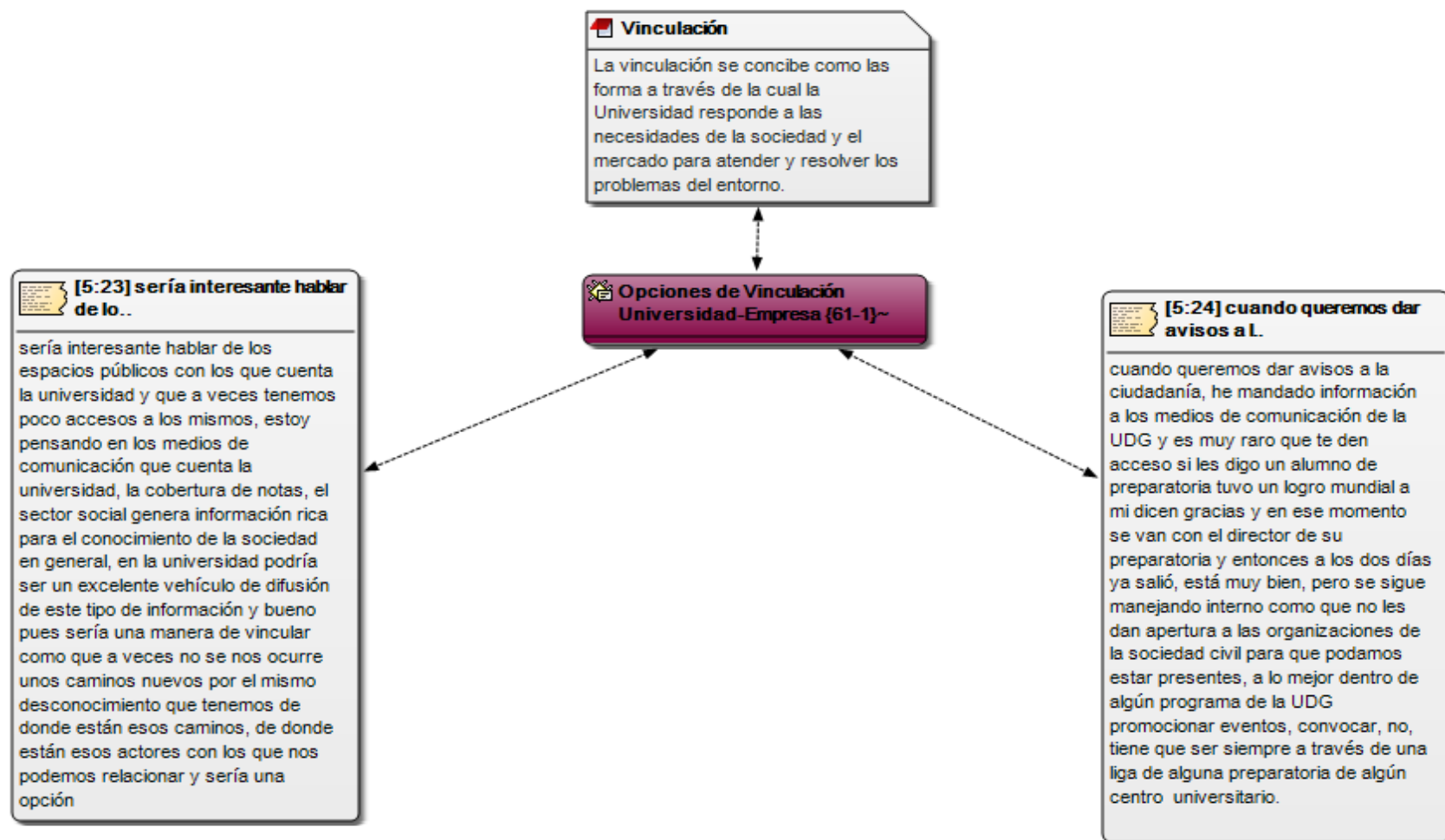
Tema Importante	Opciones de vinculación Universidad-Sectores
Noes	Ausencia de vinculación para mostrar y aplicar investigaciones aprovechando las mismas y difundiéndolas en los medios de comunicación, elevando el nivel de debate de muchas agendas. Uso de nuevas tecnologías para diseñar bases de datos de productos de investigación al alcance de los medios de comunicación y el público en general. Convenios de actualización y capacitación permanente con personal de medios. Prácticas profesionales serias en empresas de comunicación.
Síes	Programa de difusión de la ciencia y los servicios aplicados de la Universidad de Guadalajara en los medios de comunicación que permitan elevar los niveles de debate de muchas agendas sociales.
Posicionamiento	Programa de vinculación y difusión científica, docente y de servicios con los medios de comunicación. Programas de intervención con prest
Concepto campaña	Universidad en comunicación y diálogo con su entorno. (Programa de estímulos a la vinculación Proesvi)



Sector Social: Faltan convenios tanto de investigación como academia, aterrizándolos en proyectos específicos. Vinculación y acceso a los medios de comunicación de la universidad, a eventos como Fil con presencia como Osc, con empresas universitarias con costos preferenciales, con la UACI. Convenios para formalizar practicas profesionales y servicio social, practicas de campo, voluntariados, con respaldo institucional a sus alumnos e información de tramites administrativos.



Sector Social T



Briefing para Medios

Tema Importante	Opciones de vinculación Universidad-Sectores
Noes	Faltan convenios tanto de investigación como academia, aterrizándolos en proyectos específicos. Vinculación y acceso a los medios de comunicación de la universidad, a eventos como Fil con presencia como Organizaciones de la Sociedad Civil, con empresas universitarias con costos preferenciales, con la UACI. Convenios para formalizar practicas profesionales y servicio social, practicas de campo, voluntariados, con respaldo institucional a sus alumnos e información de tramites administrativos.
Síes	Impulsar convenios de vinculación con OSC, impulsar voluntariado, con respaldo institucional
Posicionamiento	Acuerdo Universitario para el Desarrollo Social caminado junto a las Organizaciones de la sociedad civil
Concepto campaña	La Universidad es parte de la sociedad y debe trabajar junto con ella.



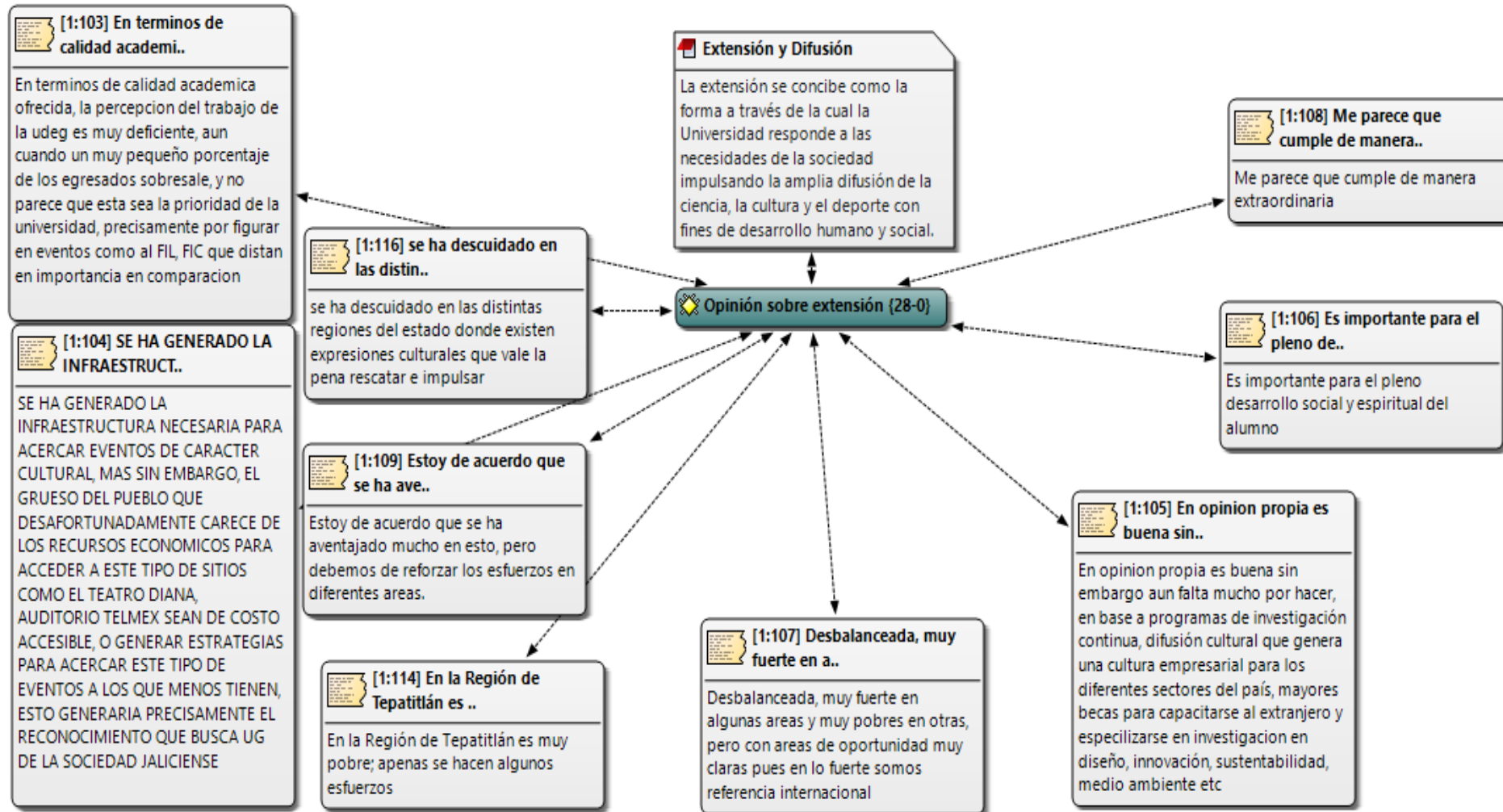
2.7 Opinión sobre extensión

¿Qué opinión le merece las actividades de extensión y difusión cultural, científica y deportiva que despliega la Universidad de Guadalajara?



Sector Económico: En términos de calidad académica ofrecida, la percepción del trabajo de la Udeg es muy deficiente, aun cuando un muy pequeño porcentaje de los egresados sobresale, y no parece que esta sea la prioridad de la universidad, precisamente por figurar en eventos como al FIL, FIC que distan en importancia en comparación.

Desbalanceada, muy fuerte en algunas áreas y muy pobres en otras, pero con áreas de oportunidad muy claras pues en lo fuerte somos referencia internacional. Se ha generado la infraestructura necesaria para acercar eventos de carácter cultural, mas sin embargo, el grueso del pueblo que desafortunadamente carece de los recursos económicos para acceder a este tipo de sitios como el Teatro Diana, Auditorio Telmex. En las regiones se ha descuidado las expresiones culturales, siendo una extensión pobre y donde apenas se hacen algunos esfuerzos. Por otra parte hay una percepción que cumple de manera extraordinaria y muy buena



Briefing para Medios

Tema Importante	Opinión sobre extensión
Noes	En términos de calidad académica ofrecida, la percepción del trabajo de la Udeg es muy deficiente, aun cuando un muy pequeño porcentaje de los egresados sobresale, y no parece que esta sea la prioridad de la universidad, precisamente por figurar en eventos como al FIL, FIC que distan en importancia en comparación. Desbalanceada, muy fuerte en algunas áreas y muy pobres en otras, pero con áreas de oportunidad muy claras pues en lo fuerte somos referencia internacional Se ha generado la infraestructura necesaria para acercar eventos de carácter cultural, mas sin embargo, el grueso del pueblo que desafortunadamente carece de los recursos económicos para acceder a este tipo de sitios como el Teatro Diana, Auditorio Telmex. En las regiones se ha descuidado las expresiones culturales, siendo una extensión pobre y donde apenas se hacen algunos esfuerzos. Por otra parte hay una percepción que cumple de manera extraordinaria y muy buena
Síes	Impulsar Ferias, Festivales y Eventos nacionales o internacionales relacionados con La Ciencia, los Servicios Profesionales, el Deporte y la Docencia.
Posicionamiento	Extensión y difusión Cultural, Científica y Deportiva Equilibrada
Concepto campaña	La Universidad aprovecha sus estructuras de Fil y FIC para equilibrar su difusión y extensión Científica, Académica y deportiva



Sector Medios de Comunicación: Al margen del cobijo presupuestal de la institución, es urgente privilegiar la difusión de investigaciones científicas con enfoque utilitario para la población. falta difusión en áreas científicas y deportivas, la percepción es que existen pocas actividades de este tipo. Hace falta mayor difusión de oportunidades de estudio e investigación en el extranjero, eventos culturales que resaltan pero son pocos o tiene poca difusión. La Fil, la muestra de cine genera mucha sinergia en el país.

Extensión y Difusión

La extensión se concibe como la forma a través de la cual la Universidad responde a las necesidades de la sociedad impulsando la amplia difusión de la ciencia, la cultura y el deporte con fines de desarrollo humano y social.

[2:72] Me parecen buenas en general p..

Me parecen buenas en general pero sobre todo las que tienen que ver con difusión cultural, la FIL, la muestra de cine generan mucha sinergia en el Estado

[2:65] Deben ser mayormente difundida..

Deben ser mayormente difundidas, ya que es médula esencial para la formación y desarrollo de profesionistas.

[2:76] En materia cultural hay evento..

En materia cultural hay eventos que resaltan pero son pocos o tienen poca difusión y si tienen difusión quizá no despiertan el interés de la gente

[2:64] Mayor difusión de las oportuni..

Mayor difusión de las oportunidades de estudio e investigación en el extranjero a través de la U de G.

[2:63] Cuentan con poco apoyo institu..

Cuentan con poco apoyo institucional. El Coloquio de Divulgación Científica y Tecnológica de la FIL ha sido exitosísimo, pero solo se realiza una vez al año.

[2:68] La percepción es que existen p..

La percepción es que existen pocas actividades. Es necesaria mayor difusión de las existentes, más allá de una publicación en la Gaceta o algún Medio Impreso

[2:77] En las áreas científica y depo..

En las áreas científica y deportiva falta difusión, o buscar la manera de difundirla de tal forma que despierten el interés de la comunidad.

[2:62] Todavía marginales y al margen..

Todavía marginales y al margen del cobijo presupuestal de la institución... es urgente privilegiar la difusión de investigaciones científicas con enfoque utilitario para la población

Opinión sobre extensión (28-0)

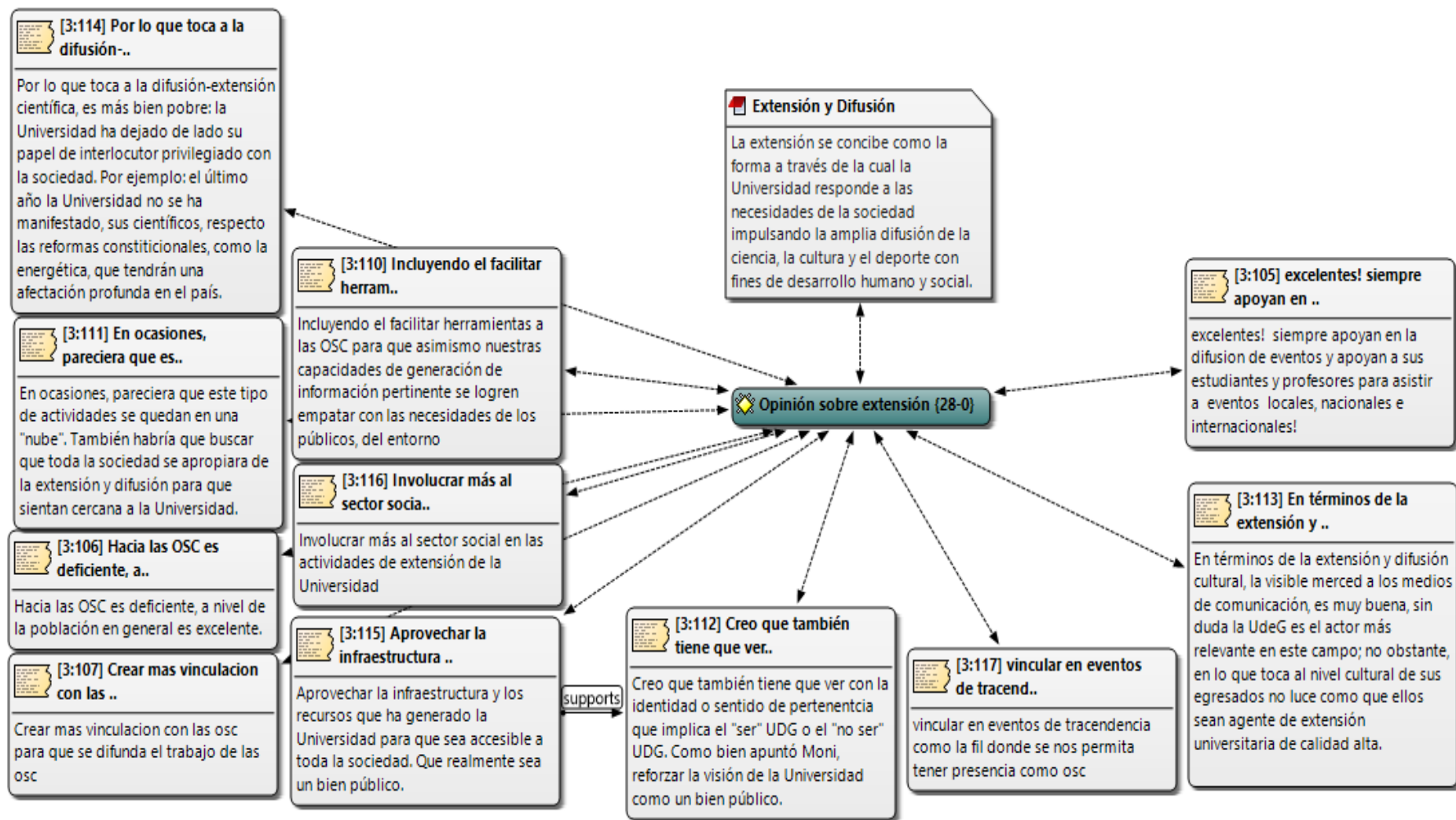


Briefing para Medios

Tema Importante	Opinión sobre extensión
Noes	Al margen del cobijo presupuestal de la institución, es urgente privilegiar la difusión de investigaciones científicas con enfoque utilitario para la población. falta difusión en áreas científicas y deportivas, la percepción es que existen pocas actividades de este tipo. Hace falta mayor difusión de oportunidades de estudio e investigación en el extranjero, eventos culturales que resaltan pero son pocos o tiene poca difusión. La Fil, la muestra de cine genera mucha sinergia en el país.
Síes	Impulsar Ferias, Festivales y Eventos nacionales o internacionales relacionados con La Ciencia, los Servicios Profesionales, el Deporte y la Docencia.
Posicionamiento	Extensión y difusión Cultural, Científica y Deportiva Equilibrada. Programas de intervención en empresas con prestadores de servicio social y practicas profesionales asesorados por profesores consultores.
Concepto campaña	La Universidad aprovecha sus estructuras de Fil y FIC para equilibrar su difusión y extensión Científica, Académica y Deportiva



Sector Social: Por lo que toca a la difusión-extensión científica, es mas bien pobre; la universidad ha dejado de lado su papel de interlocutor privilegiado con la sociedad, pareciera que este tipo de actividades se quedan en una "nube", hacia las Osc es deficiente, poco involucradas, que realmente sea un bien publico. Depende de "ser o no ser" UdG. Los egresados no son agentes de extensión universitaria de alta calidad. Por otra parte se consideran excelentes.



Briefing para Medios

Tema Importante	Opinión sobre extensión
Noes	Por lo que toca a la difusión-extensión científica, es mas bien pobre; la universidad ha dejado de lado su papel de interlocutor privilegiado con la sociedad, pareciera que este tipo de actividades se quedan en una "nube", hacia las Organizaciones de la sociedad civil es deficiente, poco involucradas, que realmente sea un bien publico. Depende de "ser o no ser" UdG. Los egresados no son agentes de extensión universitaria de alta calidad. Por otra parte se considera excelente la extensión.
Síes	Enriquecer la extensión científica y académica; reasumir el papel de interlocutor privilegiado con la sociedad; reconocer que la Universidad de Guadalajara es un bien publico de Jalisco.
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara es un bien publico, tiene el papel de interlocutor privilegiado de la sociedad y de enriquecer a Jalisco en términos de conocimientos científicos, académicos y culturales
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara es un bien publico, tiene el papel de interlocutor privilegiado de la sociedad y de enriquecer a Jalisco en términos de conocimientos científicos, académicos y culturales



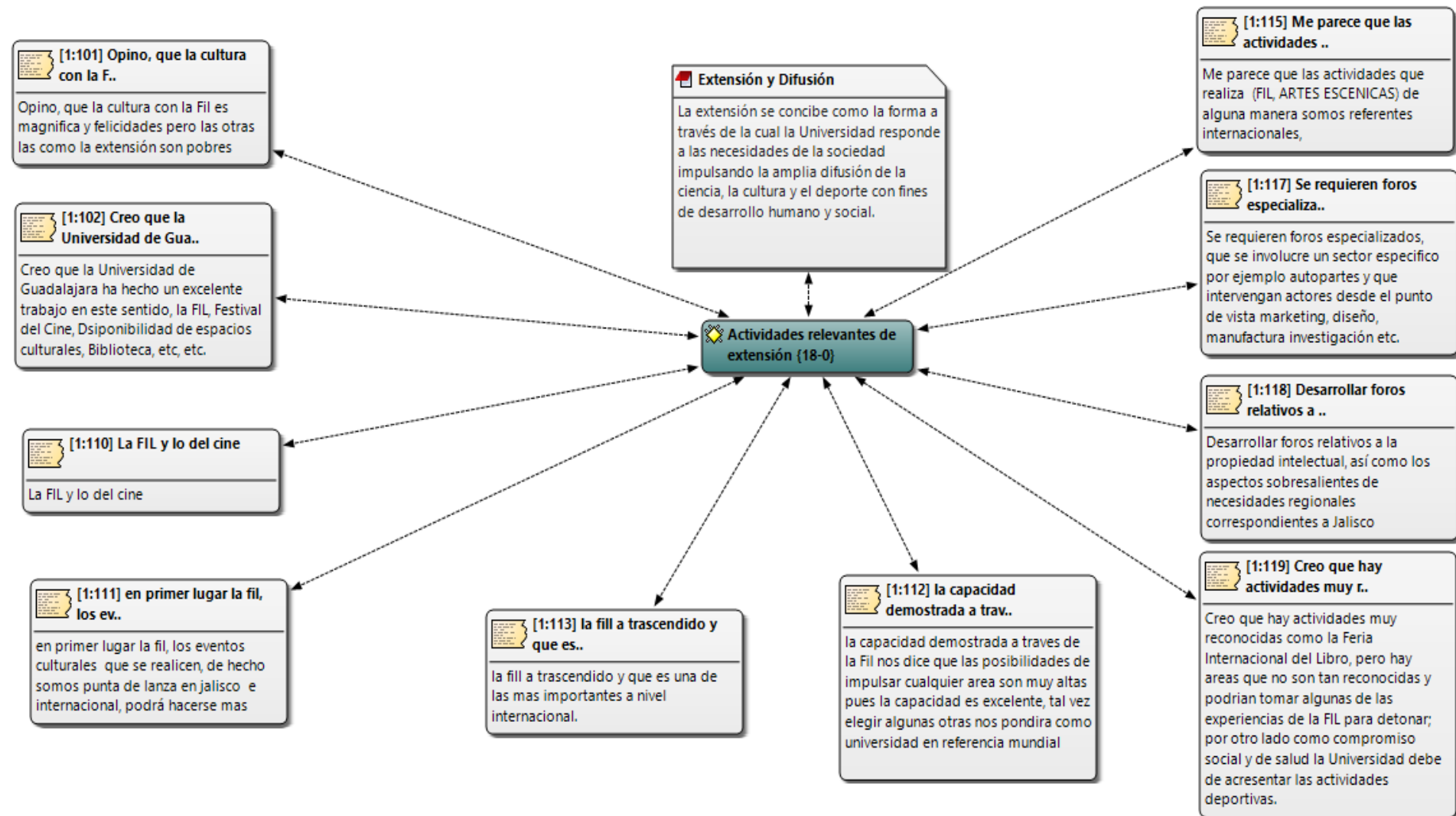
- 2.8 Actividades relevantes de extensión
- ¿Cuales son para usted las actividades de mayor relevancia en estos rubros?



Sector Económico: Magnífica y excelente la FIL, el Festival de Cine, la disponibilidad de espacios y eventos culturales, artes Escénicas, Bibliotecas, Actividades Deportivas.

La capacidad demostrada en al FIL nos dice que las posibilidades de impulsar cualquier área son muy altas y detonar la Universidad como referencia mundial.

Por otro lado se proponen foros relativos a la propiedad intelectual y aspectos sobresalientes de necesidades regionales, Foros especializados sobre un sector específico, desde el punto de vista de marketing, manufactura, investigación, etc.

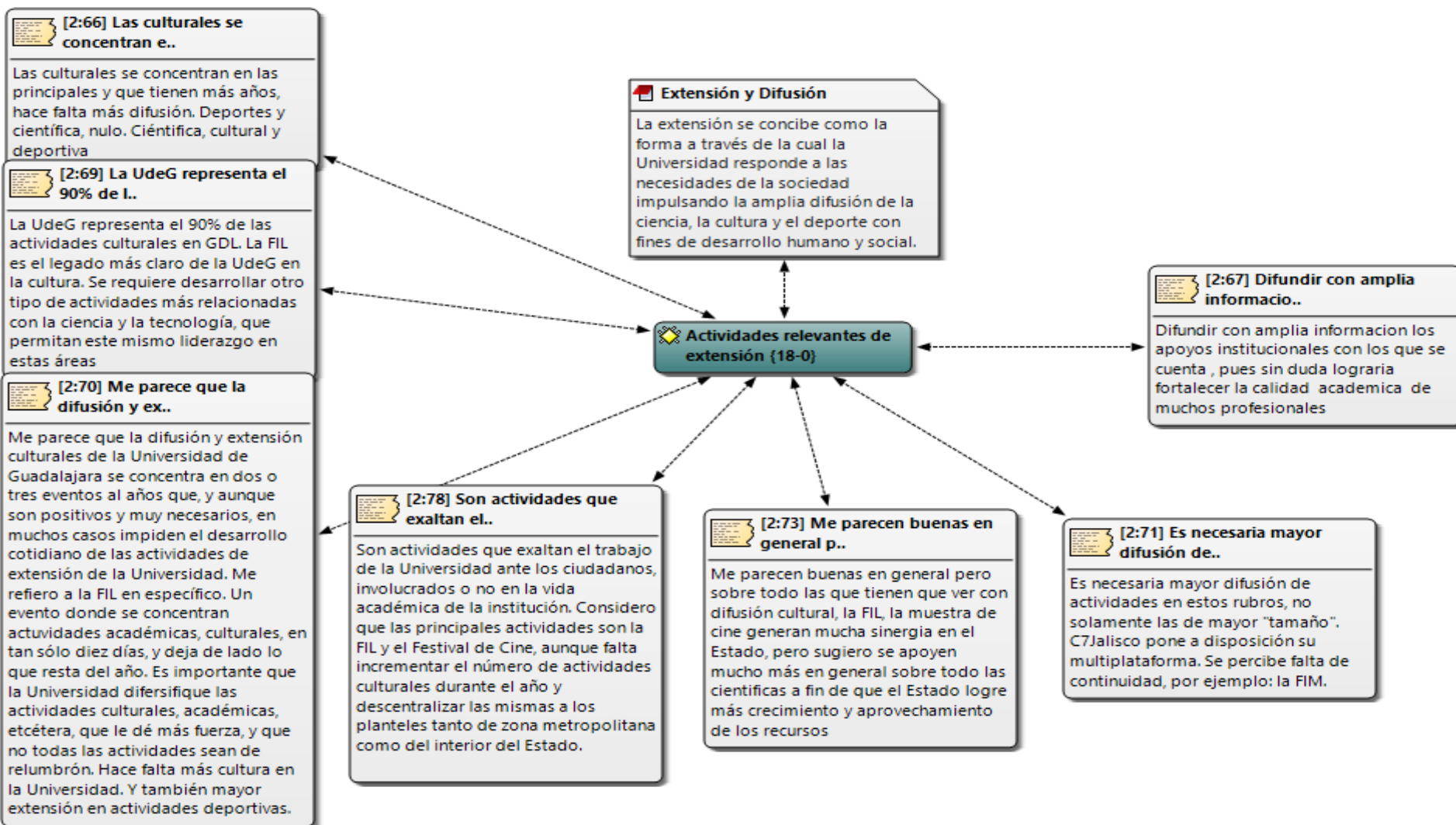


Briefing para Medios

Tema Importante	Actividades relevantes de extensión
Noes	Magnífica y excelente la FIL, el Festival de Cine, la disponibilidad de espacios y eventos culturales, artes Escénicas, Bibliotecas, Actividades Deportivas. La capacidad demostrada en al FIL nos dice que las posibilidades de impulsar cualquier área son muy altas y detonar la Universidad como referencia mundial. Por otro lado se proponen foros relativos a la propiedad intelectual y aspectos sobresalientes de necesidades regionales, Foros especializados sobre un sector específico, desde el punto de vista de marketing, manufactura, investigación, etc.
Síes	Impulsar y detonar Congresos y Ferias internacionales científicas, académicas y de servicios profesionales; Foros especializados sobre sectores específicos (Digital, construcción, nanotecnología) o desde algún punto temático, Marketing, Manufactura, logística.
Posicionamiento	Impulsar Ferias, Festivales y Eventos nacionales o internacionales relacionados con La Ciencia, los Servicios Profesionales, el Deporte, sobre sectores específicos (Digital, construcción, nanotecnología) o desde algún punto temático, (Marketing, Manufactura, logística)
Concepto campaña	La Feria Internacional de la Ciencia, Foro de Ciudades Creativas y Digitales, Festival del Deporte y Recreación, Foro de Patentes y propiedad intelectual



Sector Medios de Comunicación: La extensión científica y deportiva es nula, se requiere desarrollar actividades científicas y tecnológicas que tengan el mismo liderazgo de las culturales. Me parece que la difusión y extensión culturales de la Universidad de Guadalajara se concentra en dos o tres eventos al año (Fil, Cine, Fim) que, y aunque son positivos y muy necesarios, en muchos casos impiden el desarrollo cotidiano de las actividades de extensión de la Universidad. Me refiero a la FIL en específico. Un evento donde se concentran actividades académicas, culturales, en tan sólo diez días, y deja de lado lo que resta del año. Es importante que la Universidad diversifique las actividades culturales, académicas, etcétera, que le dé más fuerza, y que no todas las actividades sean de relumbrón.

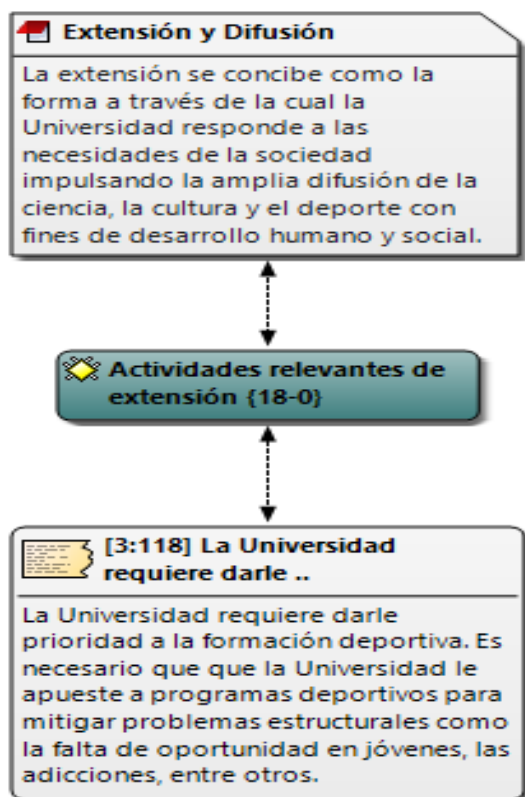


Briefing para Medios

Tema Importante	Actividades relevantes de extensión
Noes	La extensión científica y deportiva es nula, se requiere desarrollar actividades científicas y tecnológicas que tengan el mismo liderazgo de las culturales. Me parece que la difusión y extensión culturales de la Universidad de Guadalajara se concentra en dos o tres eventos al año (Fil, Cine, Fim) que, y aunque son positivos y muy necesarios, en muchos casos impiden el desarrollo cotidiano de las actividades de extensión de la Universidad. Me refiero a la FIL en específico. Un evento donde se concentran actividades académicas, culturales, en tan sólo diez días, y deja de lado lo que resta del año. Es importante que la Universidad diversifique las actividades culturales, académicas, etcétera, que le dé más fuerza, y que no todas las actividades sean de relumbrón.
Síes	Impulsar y detonar Congresos y Ferias internacionales científicas, académicas y de servicios profesionales; Foros especializados sobre sectores específicos (Digital, construcción, nanotecnología) o desde algún punto temático, Marketing, Manufactura, logística diversificando sus actividades de extensión a lo largo del año.
Posicionamiento	Impulsar Ferias, Festivales y Eventos nacionales o internacionales relacionados con La Ciencia, los Servicios Profesionales, el Deporte, sobre sectores específicos (Digital, construcción, nanotecnología) o desde algún punto temático, (Marketing, Manufactura, logística), diversificando sus actividades de extensión a lo largo del año.
Concepto campaña	La Feria Internacional de la Ciencia, Foro de Ciudades Creativas y Digitales, Festival del Deporte y Recreación, Foro de Patentes y propiedad intelectual, diversificando sus actividades extensión a lo largo del año.



Sector Social: La Universidad requiere darle prioridad a la formación deportiva y apostarle a programas deportivos para mitigar problemas estructurales como la falta de oportunidad en jóvenes, las adicciones, entre otros,



Sector Social T

[5:30] evidentemente la feria interna..

evidentemente la feria internacional del libro tenía un gran impacto mundialmente sin embargo el acceso a l misma por parte de las no se sí las otras organizaciones civiles que conozco, nosotros también es bastante discrecional entonces también estuviera bien que hubiera como no sé como medios ya establecidos para acceder a este tipo de foros

[5:31] increíblemente el instituto el.

increíblemente el instituto electoral y de participación ciudadana del estado de Jalisco este pasado proceso de la FIL tuvo a bien abrirnos espacio dentro de su módulo a las organizaciones pero que esto se diera para visibilizar a las organizaciones por parte de la universidad pues es imposible tanto por digo para nosotros comprar un stand es muy difícil para poder aprovechar el foro para visibilizar en temas que nosotros manejamos en los espacios de la presentación de los libros, yo creo que hay horas muertas donde nos podrían dar la oportunidad de darnos a conocer a las organizaciones y no tenemos esa posibilidad

[5:32] me parece importante que siend..

me parece importante que siendo la universidad una de las universidades más grandes de México pueda poner también a disposición a todos esos recursos para generar deportistas desde una perspectiva distinta como se hace a nivel nacional, creo que tenemos por ejemplo problemas más infinitos en cuestión de adicciones en cuestión de falta de oportunidades a jóvenes o sea problemas muy fuertes que pueden ser resueltos a través de un apoyo en estos términos deportivos, existen muchas instalaciones en Guadalajara, Guadalajara es una ciudad muy grande e inclusive tiene sus centros universitarios afuera y me parece que es una actividad sumamente relegada, ¿no? Entonces podría impulsar desde esa línea también me parece importante.

Extensión y Difusión

La extensión se concibe como la forma a través de la cual la Universidad responde a las necesidades de la sociedad impulsando la amplia difusión de la ciencia, la cultura y el deporte con fines de desarrollo humano y social.

Actividades relevantes de extensión {24-1}

[5:33] la difusión y de la extensión ..

la difusión y de la extensión cultural la que es visible a través de los medios de comunicación si duda la universidad de Guadalajara es el actor más relevante en Jalisco, quizás en la región sin embargo en términos de lo que sus egresados pueden significar como agentes de extensión universitario la escala cultural me parece que deja mucho que desear, sus egresados en términos de cultura general no están

[5:34] la universidad nos dejó huérfa..

la universidad nos dejó huérfanos en Jalisco porque no se manejó institucionalmente hacia ninguna de las reformas institucionales que nos van afectar grandemente, ningún centro de investigación dijo que va a suceder con la reforma energética, ningún centro de investigación dijo que pasa con la reforma educativa, con la laboral y nena por falta de cerebros, por falta de voluntad de convertirse en interlocutor privilegiado de su sociedad

Briefing para Medios

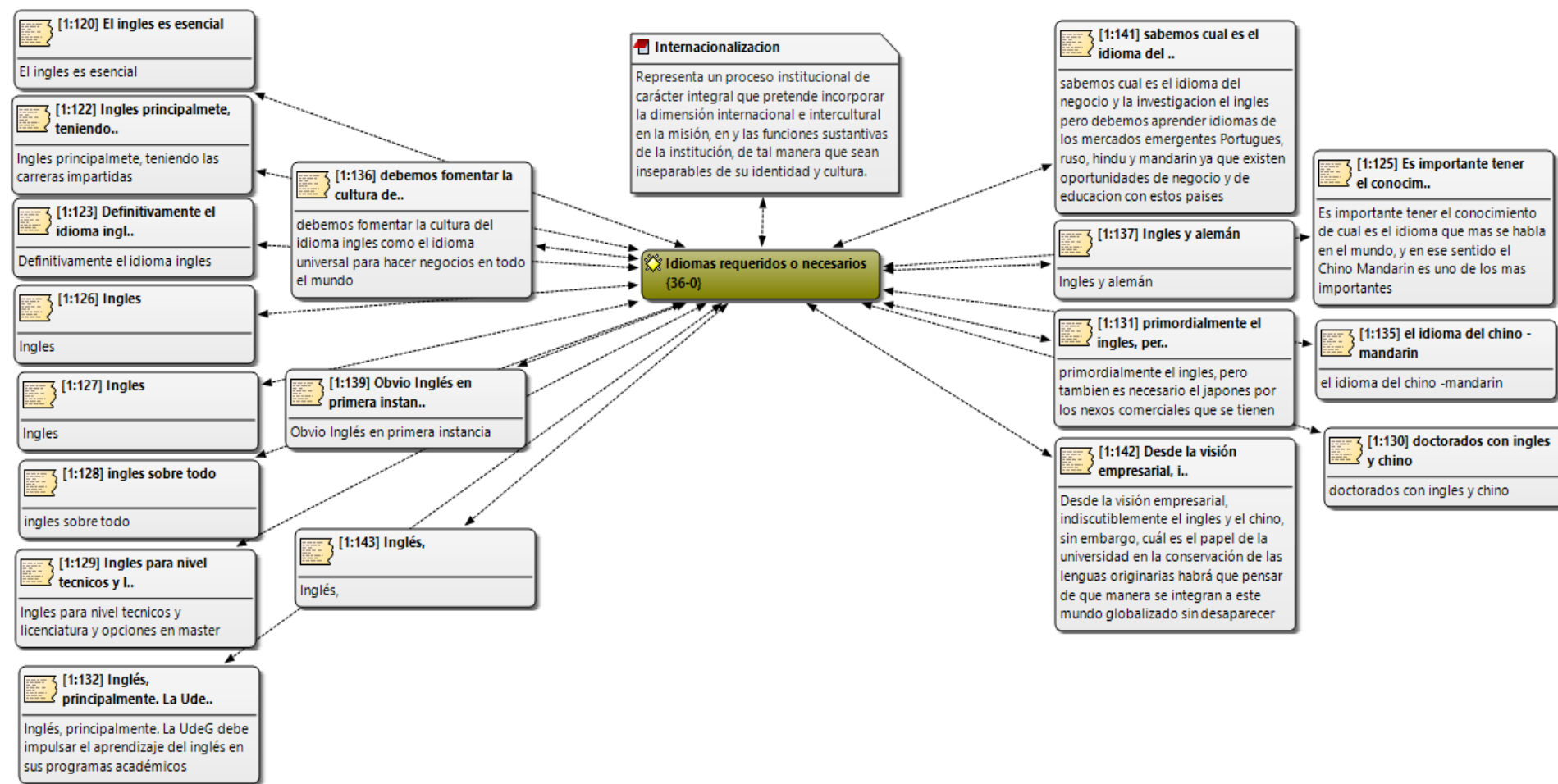
Tema Importante	Actividades relevantes de extensión
Noes	En cuanto a la difusión y la extensión científica me parece que no es pobre a lo Interno pero en términos de difundir es muy pobre, el último año y por decirlo en términos metafóricos, podría asegurar que la universidad nos dejo huérfanos en Jalisco porque no se manejó institucionalmente hacia ninguna de las reformas institucionales que nos van afectar grandemente, ningún centro de investigación dijo que va a suceder con la reforma energética, ningún centro de investigación dijo que pasa con la reforma educativa, con la laboral y no por falta de cerebros, sino por falta de voluntad de convertirse en interlocutor privilegiado de su sociedad, así tenemos que hacernos una idea de a partir de opiniones que pueden muchas veces ser sesgadas y la universidad me parece su función más relevante es ser ese faro que no marque el camino pero que al menos ponga el punto o desde donde deba partir el entendimiento de la situación real.
Síes	La Universidad es el interlocutor privilegiado de su sociedad. La función más relevante de la Universidad es ser ese faro que nos marque el camino y ponga el punto o desde donde deba partir el entendimiento de la situación real de los problemas mas importantes a nivel nacional y regional.
Posicionamiento	Impulsar la opinión académica y científica de los Investigadores de la Universidad, su razonamiento y criterios sobre los problemas sociales, económicos, gubernamentales, tecnológicos, educativos mas importantes del país y de Jalisco
Concepto campaña	Impulsar la extensión y difusión de académicos e investigadores Universitarios sobre los riesgos y problemas sociales, económicos, gubernamentales, tecnológicos, educativos mas importantes del país y de Jalisco



- 2.9 Idiomas requeridos o necesarios
- ¿Qué idiomas requiere o considera necesarios en su organización?



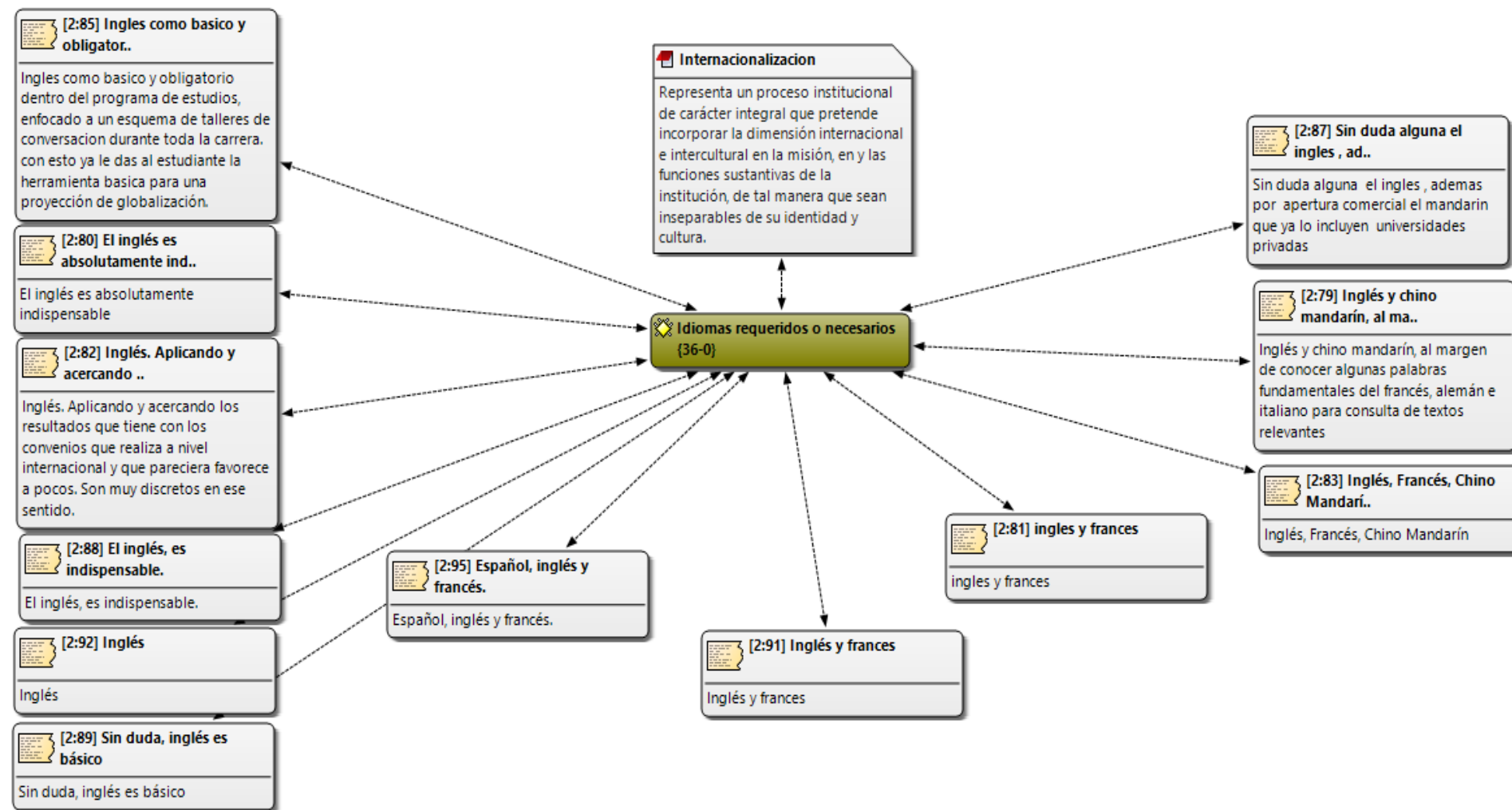
Sector Económico: Inglés, chino mandarín, alemán, japonés,



Briefing para Medios

Tema Importante	Idiomas requeridos o necesarios
Posicionamiento	Ingles, chino mandarín, alemán, japonés
Concepto campaña	Una consecuencia muy clara del proceso de globalización es que nos pone en contacto a personas, grupos, organizaciones y países con hablas diferentes y con los cuales requerimos trabajar, comunicarnos, desarrollar financiamientos, usar tecnología, intercambiar conocimientos.

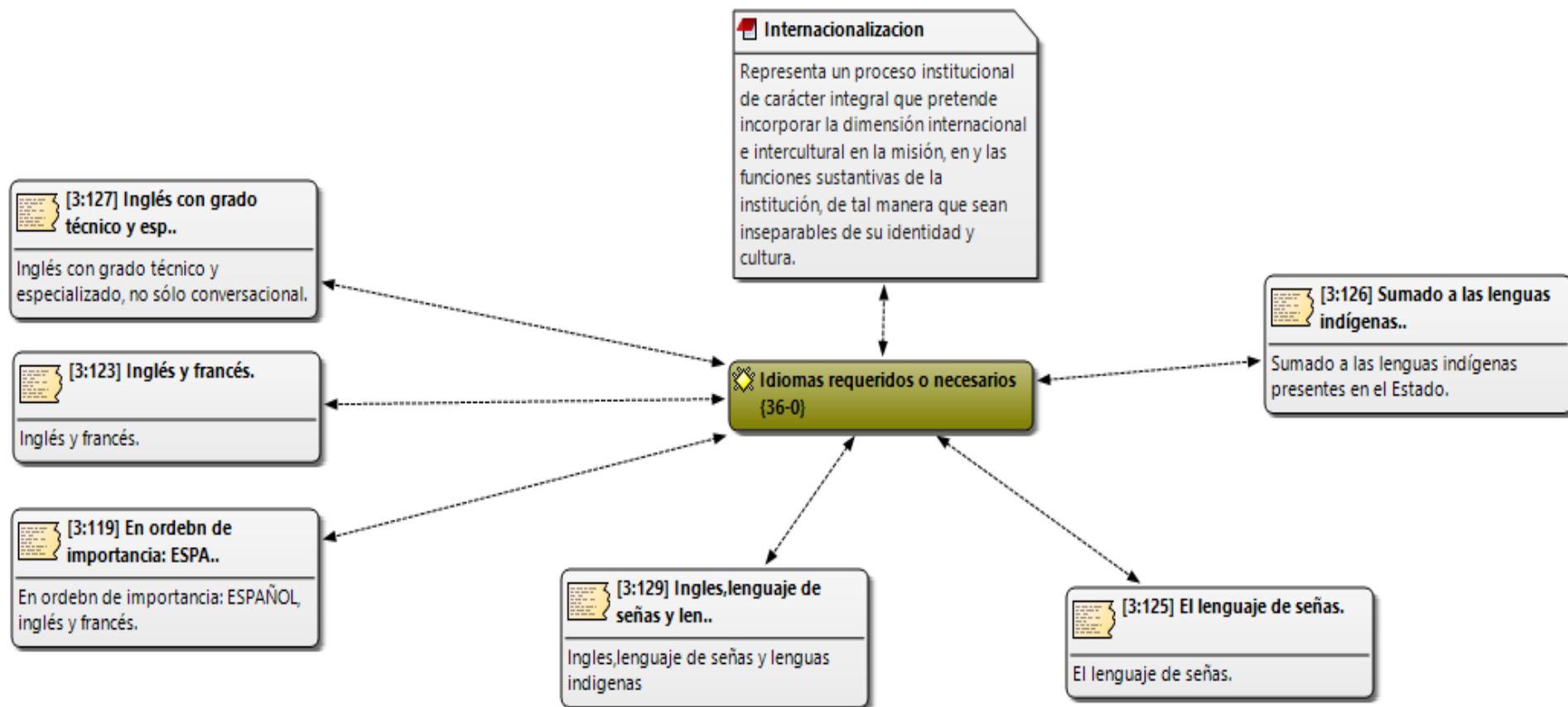
Sector Medios de Comunicación: Ingles, francés, chino mandarín, español



Briefing para Medios

Tema Importante	Idiomas requeridos o necesarios
Posicionamiento	Ingles, francés, chino mandarín, español
Concepto campaña	Una consecuencia muy clara del proceso de globalización es que nos pone en contacto a personas, grupos, organizaciones y países con hablas diferentes y con los cuales requerimos trabajar, comunicarnos, desarrollar financiamientos, usar tecnologías, intercambiar conocimientos.

Sector Social: Inglés, francés, lenguaje de señas y lenguas indígenas



Briefing para Medios

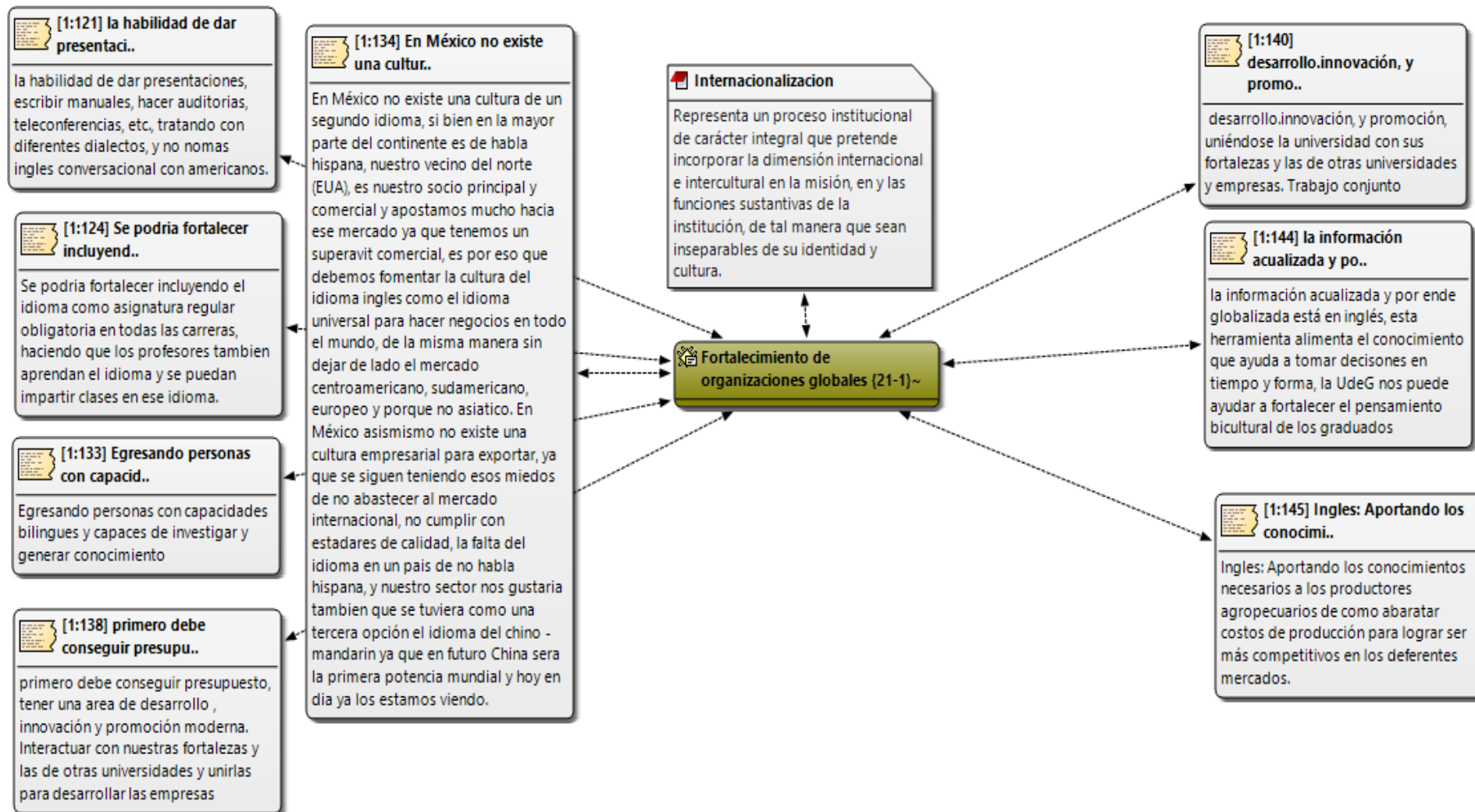
Tema Importante	Idiomas requeridos o necesarios
Posicionamiento	Ingles, francés, lenguaje de señas y lenguas indígenas
Concepto campaña	Una consecuencia muy clara de los diferentes idiomas es que nos pone en contacto a personas, grupos, organizaciones y países con hablas diferentes y con los cuales requerimos trabajar, comunicarnos, desarrollar financiamientos, usar tecnología, intercambiar conocimientos.

2.10 Fortalecimiento de organizaciones globales

¿Cómo puede la Universidad de Guadalajara fortalecer a las organizaciones sociales en un mundo globalizado?



Sector Económico: Se requiere fortalecer la competencia con mercados internacionales, inglés integral para actuar, no solo conversacional, tener una área de desarrollo de innovaciones y promoción moderna además de un trabajo conjunto con empresas,.

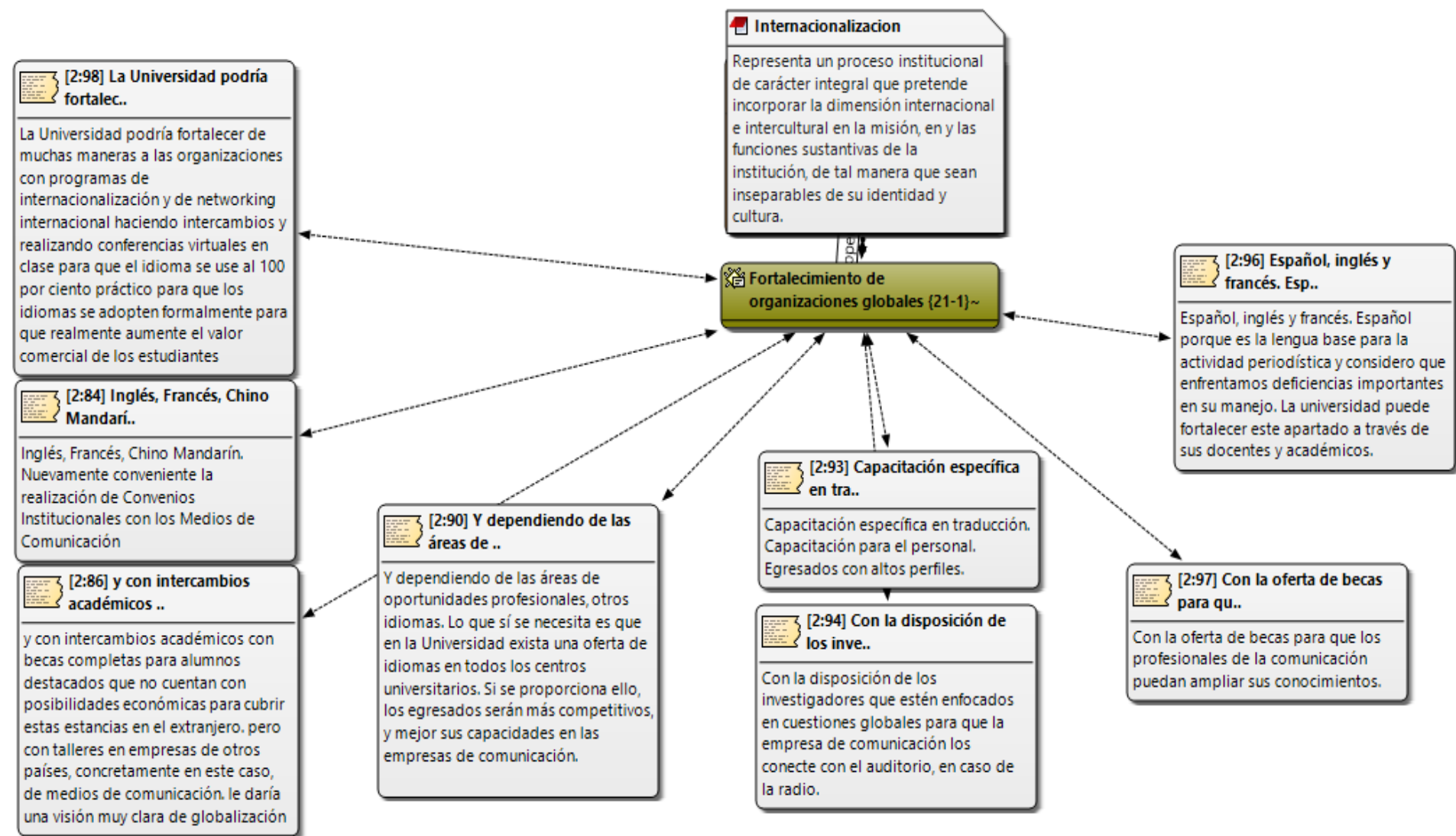


Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalecimiento de organizaciones globales
Noes	Se requiere fortalecer la competencia con mercados internacionales, ingles integral para actuar, no solo conversacional, tener una área de desarrollo de innovaciones y promoción moderna además de un trabajo conjunto con empresas.
Síes	Difundir los cursos, investigaciones, centros de investigación, foros y profesores que trabajan en áreas de competitividad en mercados nacionales e internacionales
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara fortalece la competitividad global de las empresas con investigaciones, docencia y servicios profesionales.
Concepto campaña	Impulsar la extensión y difusión de académicos e investigadores Universitarios sobre los riesgos y problemas de la globalización y la competencia con mercados internacionales.



Sector Medios de Comunicación: Mediante convenios institucionales con los medios de comunicación en relación con idiomas, intercambios académicos, becas, capacitación específica en traducción, investigación enfocada en cuestiones globales.

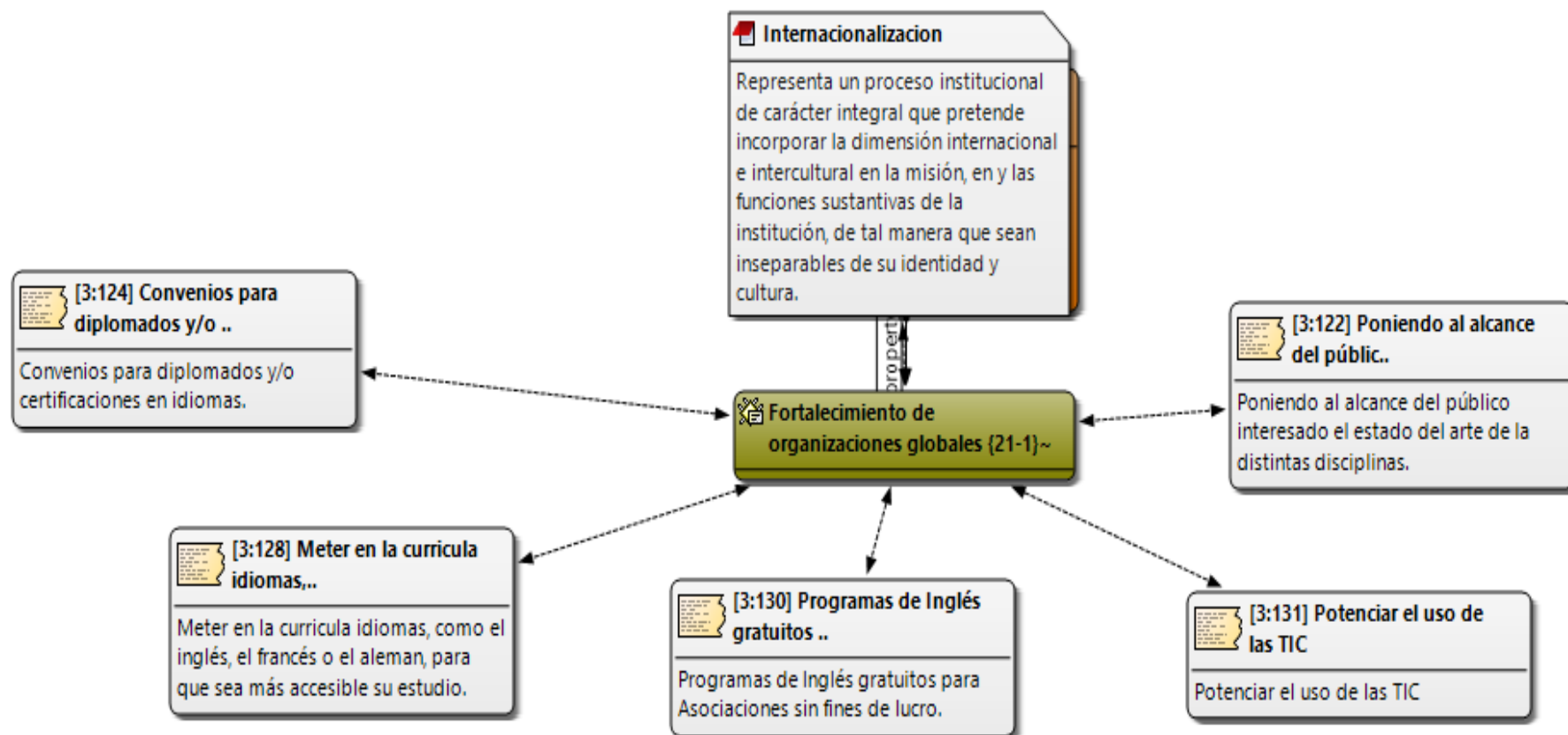


Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalecimiento de organizaciones globales
Noes	Mediante convenios institucionales con los medios de comunicación en relación con idiomas, intercambios académicos, becas, capacitación específica en traducción, investigación enfocada en cuestiones globales.
Síes	Difundir los cursos, investigaciones, programas, foros y profesores que trabajan en áreas de aprendizaje de idiomas, traducción, conversación, ingles aplicado en el mundo laboral.
Posicionamiento	Fortalecimiento de organizaciones globales en Jalisco, mediante programas en el manejo de idiomas que incrementan su competitividad.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara apoya el fortalecimiento de organizaciones globales en Jalisco, mediante programas de idiomas que incrementan su competitividad.



Sector Social: Potenciar el uso de TIC, convenios para diplomados o certificaciones en idiomas, programas de ingles gratuito para asociaciones sin fines de lucro,



Briefing para Medios

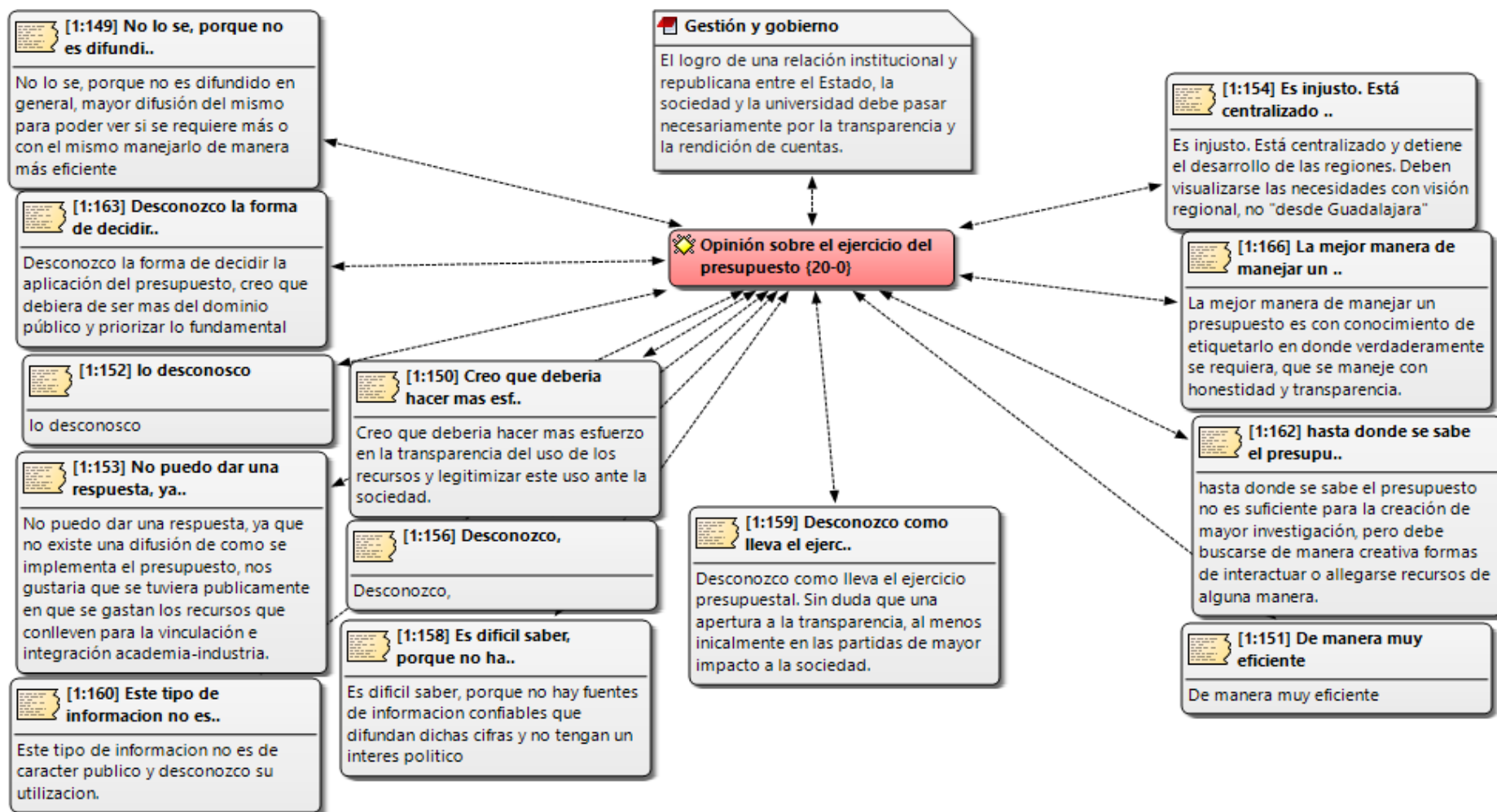
Tema Importante	Fortalecimiento de organizaciones globales
Noes	Potenciar el uso de TIC, convenios para diplomados o certificaciones en idiomas, programas de ingles gratuito para asociaciones sin fines de lucro.
Síes	Difundir los cursos, investigaciones, programas, foros y profesores que trabajan en áreas de aprendizaje de tecnologías de información, aplicado en el mundo laboral.
Posicionamiento	Fortalecimiento de organizaciones globales en Jalisco, mediante programas en el manejo de tecnologías de información que incrementan su competitividad.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara apoya el fortalecimiento de organizaciones globales en Jalisco, mediante programas de tecnologías de información que incrementan su competitividad.

2.11 Opinión sobre el ejercicio presupuestal

¿Cómo considera que es ejercido el presupuesto de la Universidad de Guadalajara?



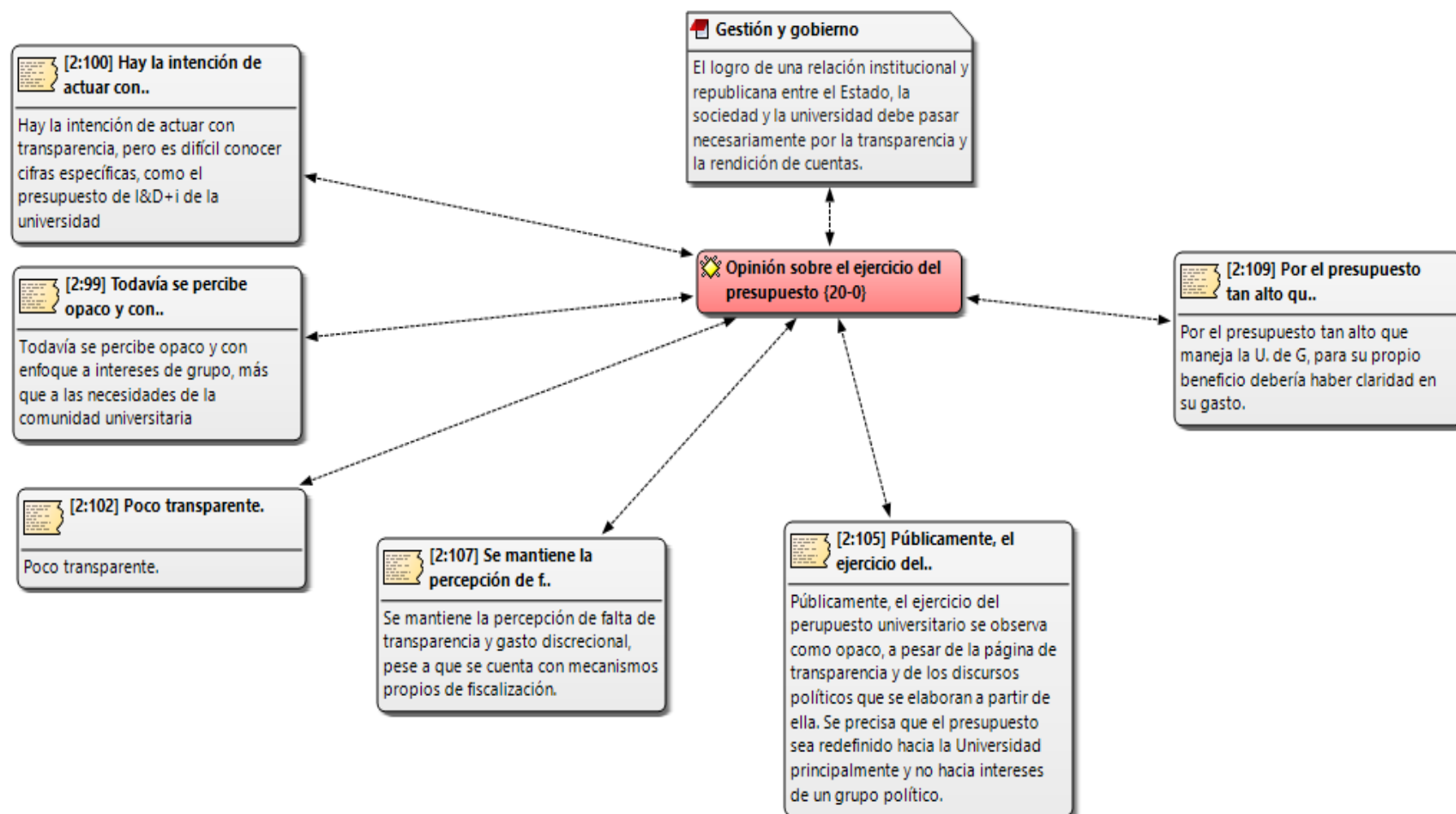
Sector Económico: La mayoría no lo conoce , se recomienda hacerlo de dominio publico, mayor difusión y transparencia, Se considera injusto y centralizado, deben etiquetarlo donde se requiere en forma justa y es necesario allegarse de recursos extras.



Briefing para Medios

Tema Importante	Opinión sobre el ejercicio presupuestal
Noes	La mayoría no lo conoce , se recomienda hacerlo de dominio publico, mayor difusión y transparencia, se considera injusto y centralizado, deben etiquetarlo donde se requiere en forma justa y es necesario por lo demás allegarse de recursos extras.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal.
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara mantiene un presupuesto eficiente, basado en la transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad y el Estado.

Sector Medios de Comunicación: Se percibe opaco y con enfoque a intereses de grupo, mas que a las necesidades de la comunidad universitaria, difícil conocer cifras específicas, como el presupuesto de I&D+I de la Universidad. Se mantiene la falta de percepción de falta de transparencia y gasto discrecional pese a que se cuenta con mecanismos propios de fiscalización, debería haber claridad en su gasto, para el propio beneficio de la UdG.

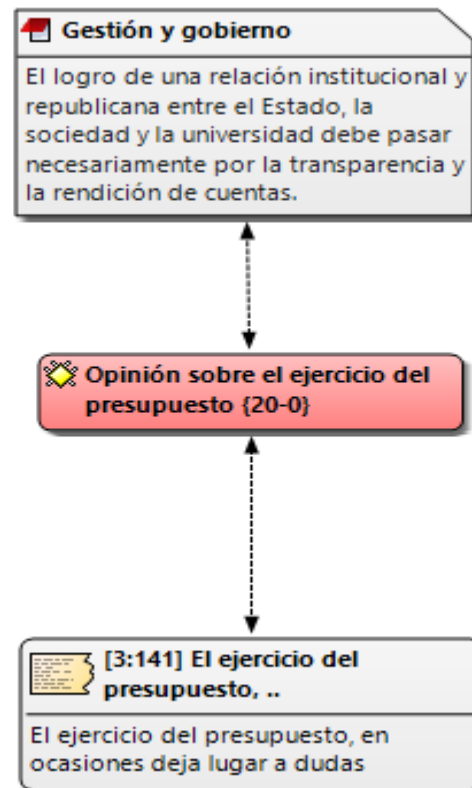


Briefing para Medios

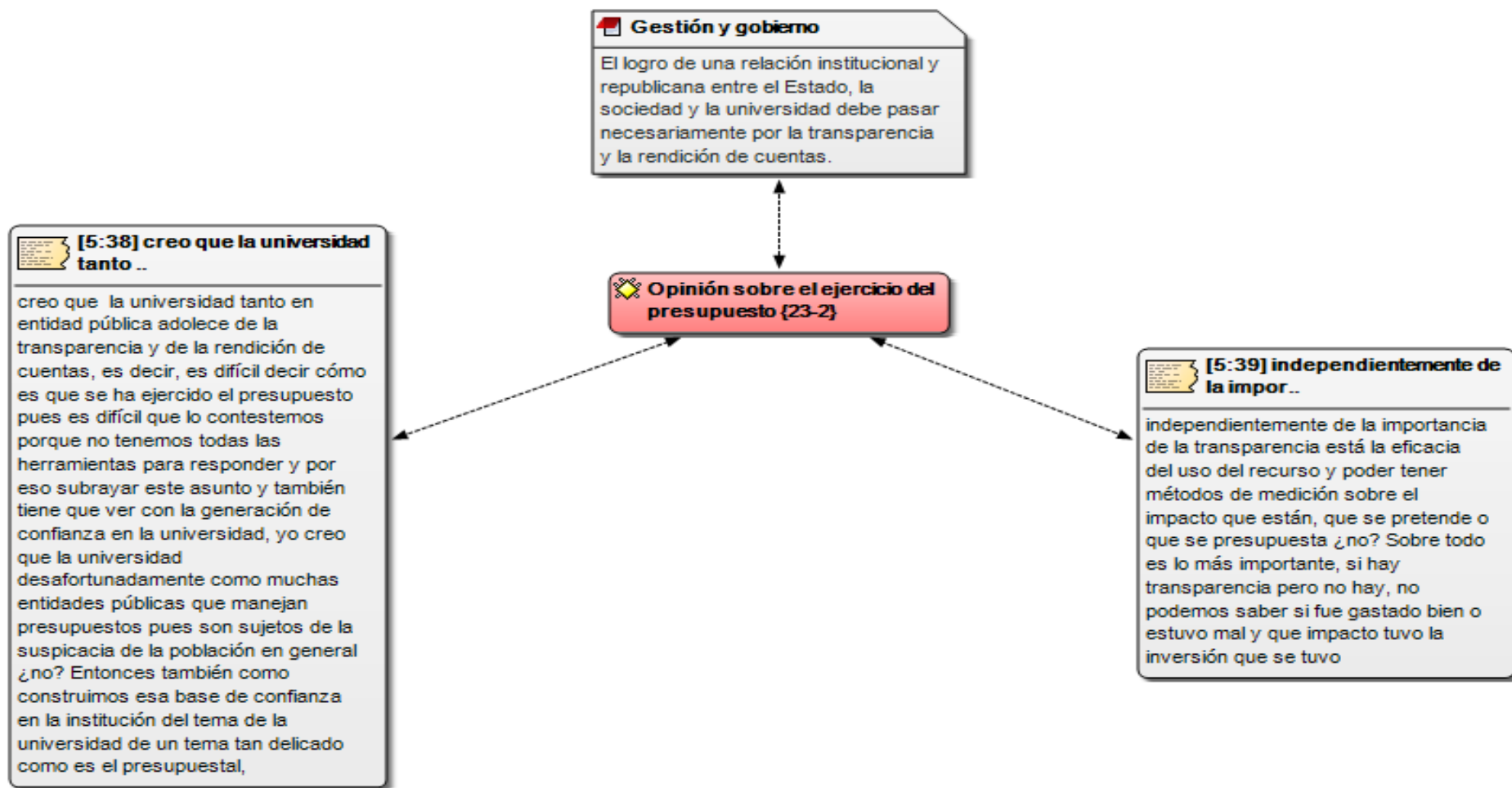
Tema Importante	Opinión sobre el ejercicio presupuestal
Noes	Se percibe opaco y con enfoque a intereses de grupo, mas que a las necesidades de la comunidad universitaria, difícil conocer cifras específicas, como el presupuesto de I&D+I de la Universidad. Se mantiene la falta de percepción, de falta de transparencia y gasto discrecional pese a que se cuenta con mecanismos propios de fiscalización, debería haber claridad en su gasto, para el propio beneficio de la UdG.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal.
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara mantiene un presupuesto eficiente, basado en la transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad y el Estado, alejada de intereses de grupos y gasto discrecional.



Sector Social: El ejercicio del presupuesto en ocasiones deja lugar a dudas



Sector Social I



Briefing para Medios

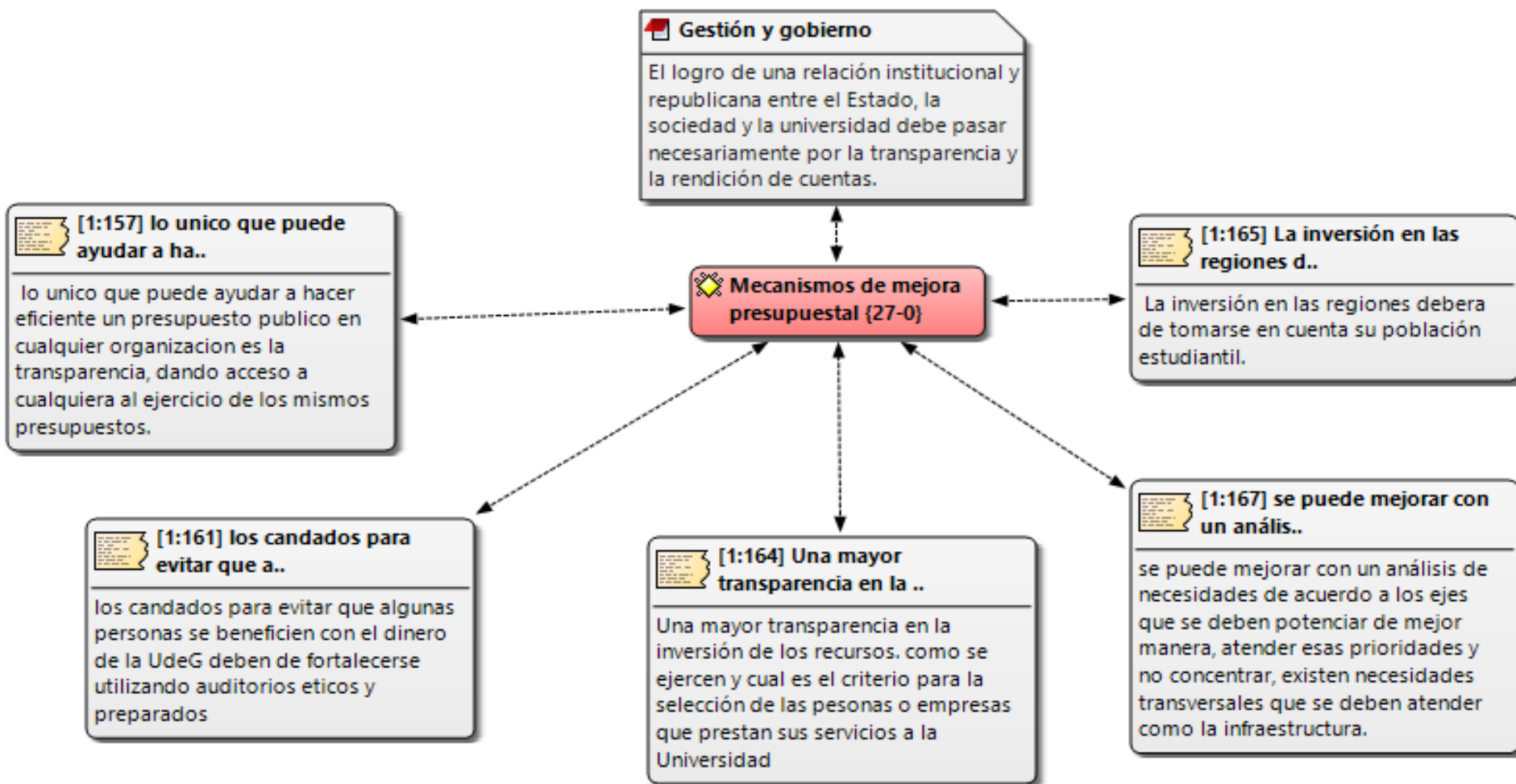
Tema Importante	Opinión sobre el ejercicio presupuestal
Noes	Se percibe opaco y con enfoque a intereses de grupo, mas que a las necesidades de la comunidad universitaria, difícil conocer cifras específicas, como el presupuesto de I&D+I de la Universidad. Se mantiene la falta de percepción, de falta de transparencia y gasto discrecional pese a que se cuenta con mecanismos propios de fiscalización, debería haber claridad en su gasto, para el propio beneficio de la UdG.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal.
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara hace del dominio publico su ejercicio presupuestal y lo mantiene eficiente, basado en la transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad y el Estado, alejada de intereses de grupos y gasto discrecional.

2.12 Mecanismos de mejora presupuestal

¿Qué mecanismos considera que la Universidad podría implementar para, en su caso, mejorar su ejercicio presupuestal?



Sector Económico: Transparencia del ejercicio presupuestal dando acceso a cualquiera, candados para evitar que algunas personas se beneficien con el dinero de la UdG, publicitar los criterios para la selección de personas y empresas que prestan sus servicios a la Universidad, análisis de necesidades por regiones y por población estudiantil, por ejes y también transversales como la infraestructura.



Sector Económico T

[7:7] Bajo el criterio de que la ind..

Bajo el criterio de que la industria se puede apoyar en la universidad creo yo que los proyectos de investigación podrían contribuir grandemente a una aportación económica para incrementar el presupuesto ¿por qué? Tuve dos experiencias, una en la Universidad de Hamburgo, donde estude mi doctorado, otro en la universidad de ... Washington, donde fui profesor invitado en donde los investigadores tienen un alta demanda de proyectos con el sector industrial de ahí que los gastos de instrumentación y equipamiento, van a esos proyectos, los insumos van a esos proyectos, becarios para doctorados, maestrías van a esos proyectos, pero si no tenemos ese vínculo, esa confianza, esa cultura de desarrollar, de la cual, yo como representante del CAREINTRA he expresado en difícil lograrlo pero sin embargo tenemos esos modelos que nos pueden ayudar mucho en el sector de la investigación.

[7:8] Yo creo que si los chinos hubi..

Yo creo que si los chinos hubiesen visto que era todo debilidad y que tenían nada más una población de 1 300 chinos y decir que todos estaban en la ignorancia en la inopia y demás nunca hubieran progresado los chinos. Yo creo que los chinos llegaron a ver como fortaleza lo que era precisamente su debilidad, o sea lo vieron como fortaleza independientemente de que ya las consideraciones ético- filosófica de acerca de la explotación y todo eso, más allá de eso ellos lo vieron como una fortaleza, yo aquí veo 235 mil alumnos ¿qué están haciendo esos 235 mil alumnos donde la mayor parte de su tiempo en muchos de ellos no sabe qué hacer con él, o sea, yo quiero, yo sé que la universidad no viene a resolver los problemas del mundo y menos la UDG va a resolver los problemas económicos de Jalisco,

Gestión y gobierno

El logro de una relación institucional y republicana entre el Estado, la sociedad y la universidad debe pasar necesariamente por la transparencia y la rendición de cuentas.

Mecanismos de mejora presupuestal (32-0)

[7:9] ¿Por qué toda esa gente no se ..

¿Por qué toda esa gente no se busca un esquema, un esquema innovador para que el alumno pudiese tener en un momento dado centros donde pida servicios, como decía acá el compañero, de Diseños, centros de cuestiones de mecánica de cuestiones eléctricas y brindarán servicios, la gente se integraría a eso y puedo asegurar que el 80% de ellos ya te podría tener una plaza, en ese sentido, yo quiero comentar en pocas palabras veamos nuestras debilidades como fortalezas, no vean ahí 235 mil alumnos, vemos qué podemos hacer con 235 mil alumnos, que podemos hacer con 20 mil maestros, ya no metamos el aparato administrativo porque ese está trabajando.

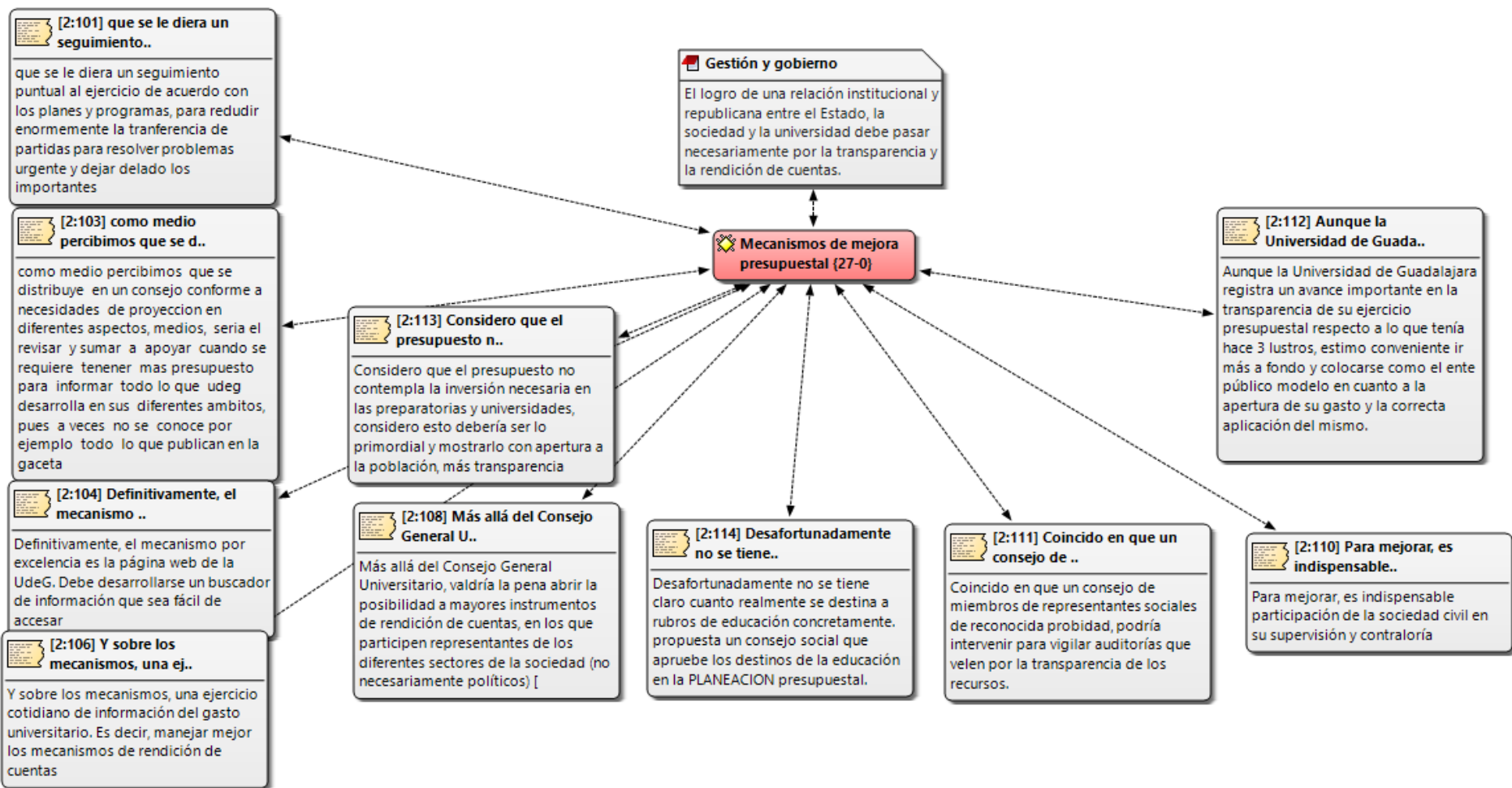


Briefing para Medios

Tema Importante	Mecanismos de mejora presupuestal
Noes	Transparencia del ejercicio presupuestal dando acceso a cualquiera, candados para evitar que algunas personas se beneficien con el dinero de la UdG, publicitar los criterios para la selección de personas y empresas que prestan sus servicios a la Universidad, análisis de necesidades por regiones y por población estudiantil, por ejes y también transversales como la infraestructura.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal.
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara hace del dominio publico su ejercicio presupuestal y lo mantiene eficiente, basado en la transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad y el Estado, con candados que eviten el gasto discrecional. Demanda de proyectos con el sector industrial contribuyendo con una aportación económica para gastos de instrumentación y equipamiento de Centros de Investigación.



Sector Medios de Comunicación: Colocarse como el ente publico modelo en cuanto a la apertura de su gasto y la correcta aplicación del mismo. Seguimiento puntual al ejercicio presupuestal de acuerdo con planes y programas; reducir la transferencia de partidas para resolver problemas urgentes y dejar de lado importantes; revisar y sumarse a apoyar cuando se requiere tener mas presupuesto para informar todo lo que Udg desarrolla en sus diferentes ámbitos, debe desarrollarse un buscador de información que sea fácil de acceder como la pagina web de la Udg, ejercicio cotidiano de información del gasto universitario, manejar mejor los mecanismos de rendición de cuentas, en los que participen representantes de los diferentes sectores de la sociedad o un consejo social.

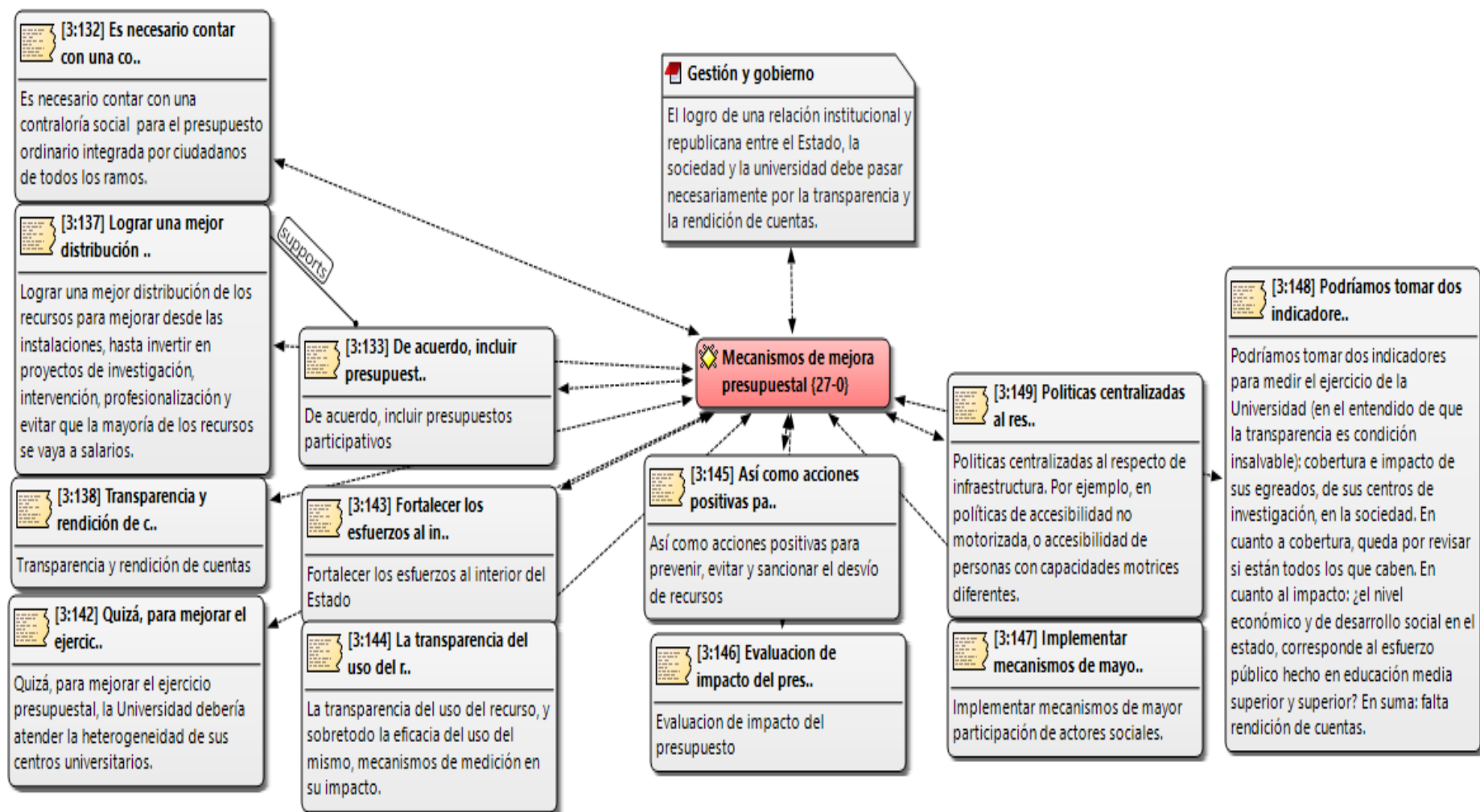


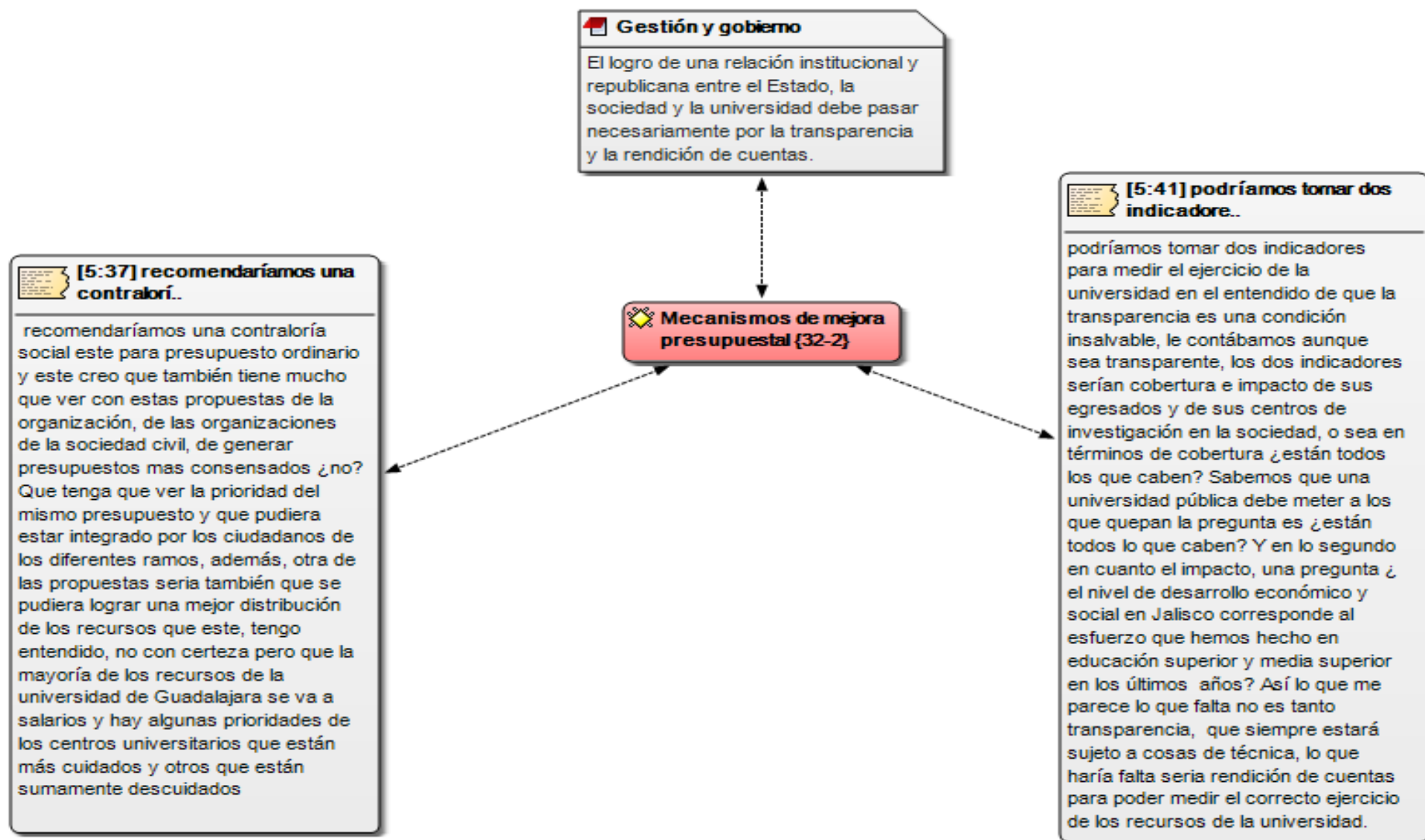
Briefing para Medios

Tema Importante	Mecanismos de mejora presupuestal
Noes	Colocarse como el ente publico modelo en cuanto a la apertura de su gasto y la correcta aplicación del mismo. Seguimiento puntual al ejercicio presupuestal de acuerdo con planes y programas; reducir la transferencia de partidas para resolver problemas urgentes y dejar de lado importantes; revisar y sumarse a apoyar cuando se requiere tener mas presupuesto para informar todo lo que UdeG desarrolla en sus diferentes ámbitos, debe desarrollarse un buscador de información que sea fácil de acceder como la pagina web de la UdeG, ejercicio cotidiano de información del gasto universitario, manejar mejor los mecanismos de rendición de cuentas, en los que participen representantes de los diferentes sectores de la sociedad o un consejo social.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal,
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara se coloca como el ente publico modelo en Jalisco, en cuanto a la apertura de su gasto y la correcta aplicación del mismo, con la participación de representantes de diferentes sectores de la sociedad en un consejo social.



Sector Social: Contraloría social para el presupuesto ordinario, integrado por ciudadanos de todos los sectores, lograr una mejor distribución de los recursos y evitar que la mayoría se vaya en salarios. Transparencia y rendición de cuentas, atención a la heterogeneidad de centros universitarios para mejorar el ejercicio presupuestal, incluir presupuestos participativos, mecanismos de medición de impacto y eficacia del uso de recursos, sancionar el desvío de recursos, cobertura e impacto de sus egresados y de sus centros de investigación en la sociedad.





Briefing para Medios

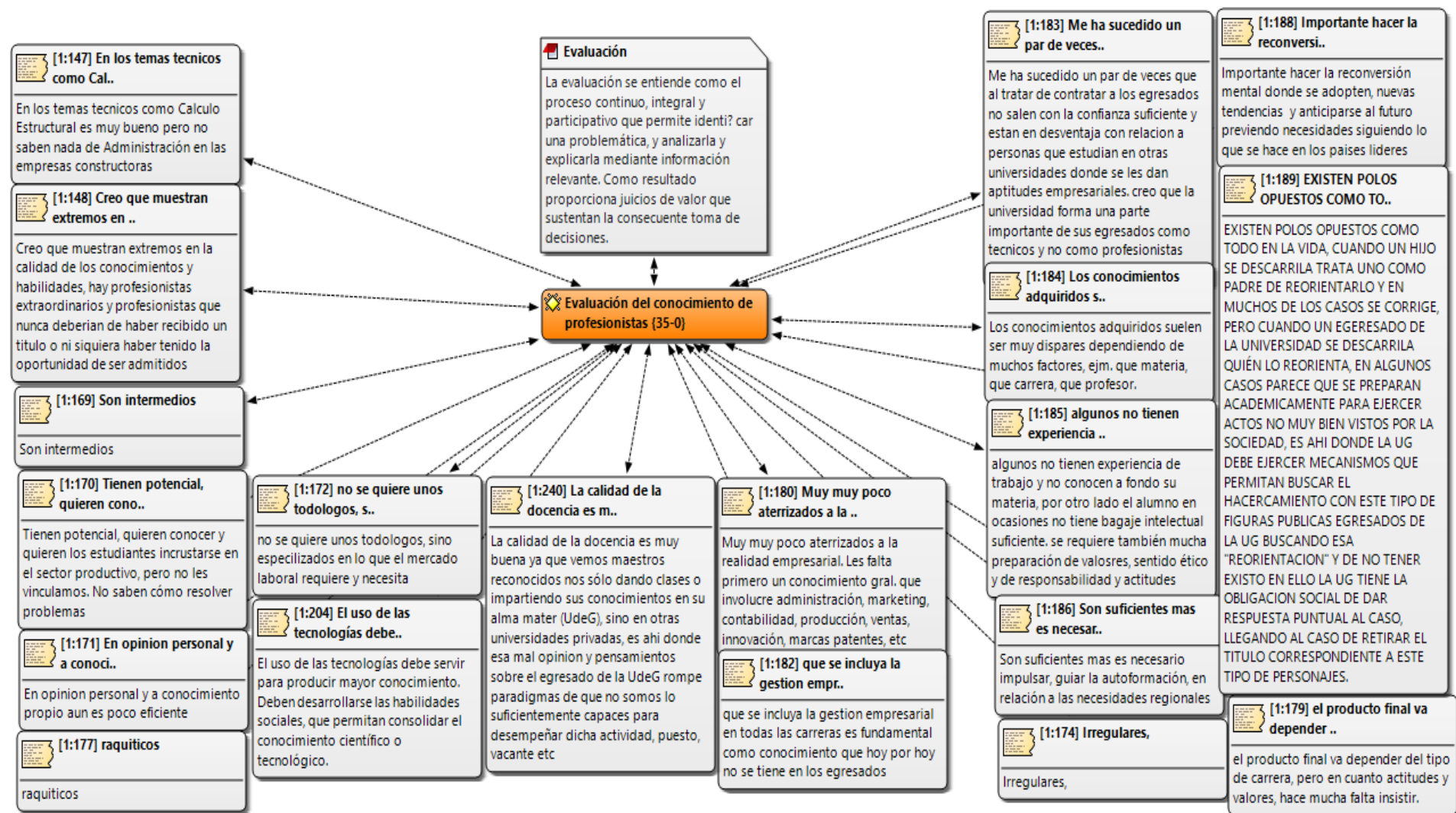
Tema Importante	Mecanismos de mejora presupuestal
Noes	Contraloría social para el presupuesto ordinario, integrado por ciudadanos de todos los sectores, lograr una mejor distribución de los recursos y evitar que la mayoría se vaya en salarios. Transparencia y rendición de cuentas, atención a la heterogeneidad de centros universitarios para mejorar el ejercicio presupuestal, incluir presupuestos participativos, mecanismos de medición de impacto y eficacia del uso de recursos, sancionar el desvío de recursos, cobertura e impacto de sus egresados y de sus centros de investigación en la sociedad.
Síes	Hacer del dominio publico el ejercicio presupuestal,
Posicionamiento	Transparencia y rendición de cuentas entre la universidad. la sociedad y el Estado
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara establece una contraloría social para el presupuesto ordinario, integrado por ciudadanos de todos los sectores, incrementando la confianza de la sociedad. Rendición de cuentas del impacto y la cobertura de la Universidad a nivel del desarrollo económico, social y cultural.



- 2.13 Evaluación del conocimiento de profesionistas
- ¿Cómo evalúa la calidad, innovación y pertinencia de los conocimientos adquiridos por los profesionistas de la Universidad de Guadalajara?



Sector Económico: Mayor orientación a las realidades y aptitudes empresariales y a lo que el mercado laboral requiere y necesita, sobre los profesionistas se evalúan como irregulares, raquíticos, intermedios, muy poco aterrizados a la realidad empresarial, dispares, que es necesario insistir sobre actitudes y valores, que nunca debieron haber recibido un título o que llegado el caso es necesario retirar el título correspondiente, pero también los hay extraordinarios y reconocidos.



Sector Económico T

[7:12] A mí me parece que hay extremo..

A mí me parece que hay extremos que no debería de haber profesionistas excelentes, extraordinarios, sobre todo en el área de tecnología pero también hay casos en que hay estudiantes que no debieron de haber recibido nunca un título o ni siquiera haber entrado a la universidad ¿no? De ocupar un lugar para no, yo creo que ahí hay algo se puede hacer algo para la selección y la salida de los estudiantes ¿no?

[7:13] en el CUCBA es triste de pront..

en el CUCBA es triste de pronto ver gente que está ahí que fueron gatilleros la verdad que triste es y por eso mismo fue que nosotros mismos degradamos a nuestra universidad, yo creo que nuestra universidad debería de estar los mejores maestros que requieren para poder tener los alumnos que está requiriendo el Estado y el país, y que triste efectivamente de que en su momento nos jactamos nos sentimos orgullosos de ser de la Universidad de Guadalajara y llegar y ver en algunos lugares que prefieren alumnos de otras universidades menos de nuestra Universidad de Guadalajara y si no somos autocríticos creo que estamos para cometer los mismos errores y yo creo que efectivamente la universidad debería de empezar a evaluar a sus maestros, pero no lo que está pasando ahorita con la evaluación a los maestros y que este país cada día se está hundiendo deberían también ser ejemplo de nuestra universidad de Guadalajara de que única y nada más estén los mejores profesores las mejores personas para transmitir los conocimientos a quienes están en nuestra universidad.

Evaluación

La evaluación se entiende como el proceso continuo, integral y participativo que permite identi? car una problemática, y analizarla y explicarla mediante información relevante. Como resultado proporciona juicios de valor que sustentan la consecuente toma de decisiones.

Evaluación del conocimiento de profesionistas (38-0)

[7:14] En este punto me parece import..

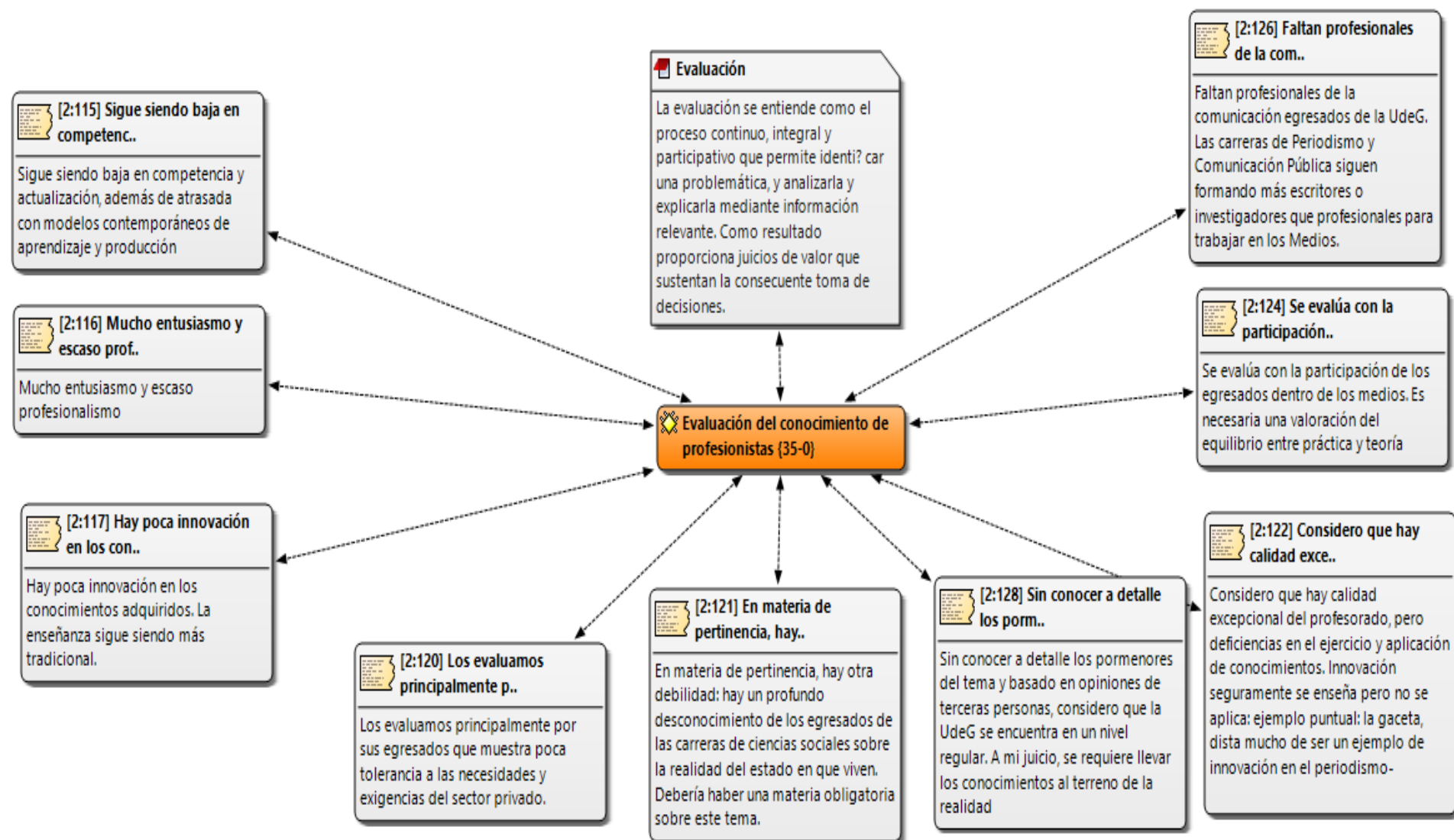
En este punto me parece importante que la universidad en el tema de responsabilidad social se subiera cuando de hace público o masivo que ciertos profesionistas hacen ,al uso de esa profesión y siguen y se enriquecen de forma ilícita, vaya, esto va encaminado a que se desacredite este tipo de personajes porque ele hacen un daño de una importancia bastante a las sociedad y de tal forma de que a medida de que se va desarrollando con el tiempo hasta parecen ya normales esos comportamientos de delincuentes que se transforman, es por ello que mi punto de vista que en ese punto la universidad diera un comunicado en el que se desacredite inclusive que se les retire el título si es que lo tiene porque no es posible que estén denigrando y carcomiendo la sociedad poco a poco, muchos de estos profesionistas son egresados de cualquier otra universidad y no hablo solamente de la UDG, pero cuando sea de la UDG, la UDG debería de hacer un pronunciamiento al respecto.

Briefing para Medios

Tema Importante	Evaluación del conocimiento de profesionistas
Noes	Falta una mayor orientación a las realidades y aptitudes empresariales y a lo que el mercado laboral requiere y necesita, sobre los profesionistas se evalúan como irregulares, raquíticos, intermedios, muy poco aterrizados a la realidad empresarial, dispares, que es necesario insistir sobre actitudes y valores, que nunca debieron haber recibido un título o que llegado el caso es necesario retirar el título correspondiente, pero también los hay extraordinarios y reconocidos.
Síes	Se requiere una mayor orientación a las realidades y aptitudes empresariales y a lo que el mercado laboral necesita.
Posicionamiento	Universidad orientada al desarrollo científico e innovador y a sus aplicaciones prácticas.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara orienta a sus profesionistas al desarrollo científico, innovador, pragmático y aplicado.



Sector Medios de Comunicación: Baja competencia y actualización, atrasados en modelos de aprendizaje y producción, poco profesionalismo, poca innovación, enseñanza tradicional, egresados con poca tolerancia a las necesidades y exigencias del sector privado, desconocimiento de la realidad del estado en que viven, conocimientos que requieren ser llevados al terreno de la realidad. Excepcionales profesores, pero deficiencias en el ejercicio y aplicación de conocimientos, forman escritores o investigadores pero no profesionales, falta equilibrio entre práctica y teoría.

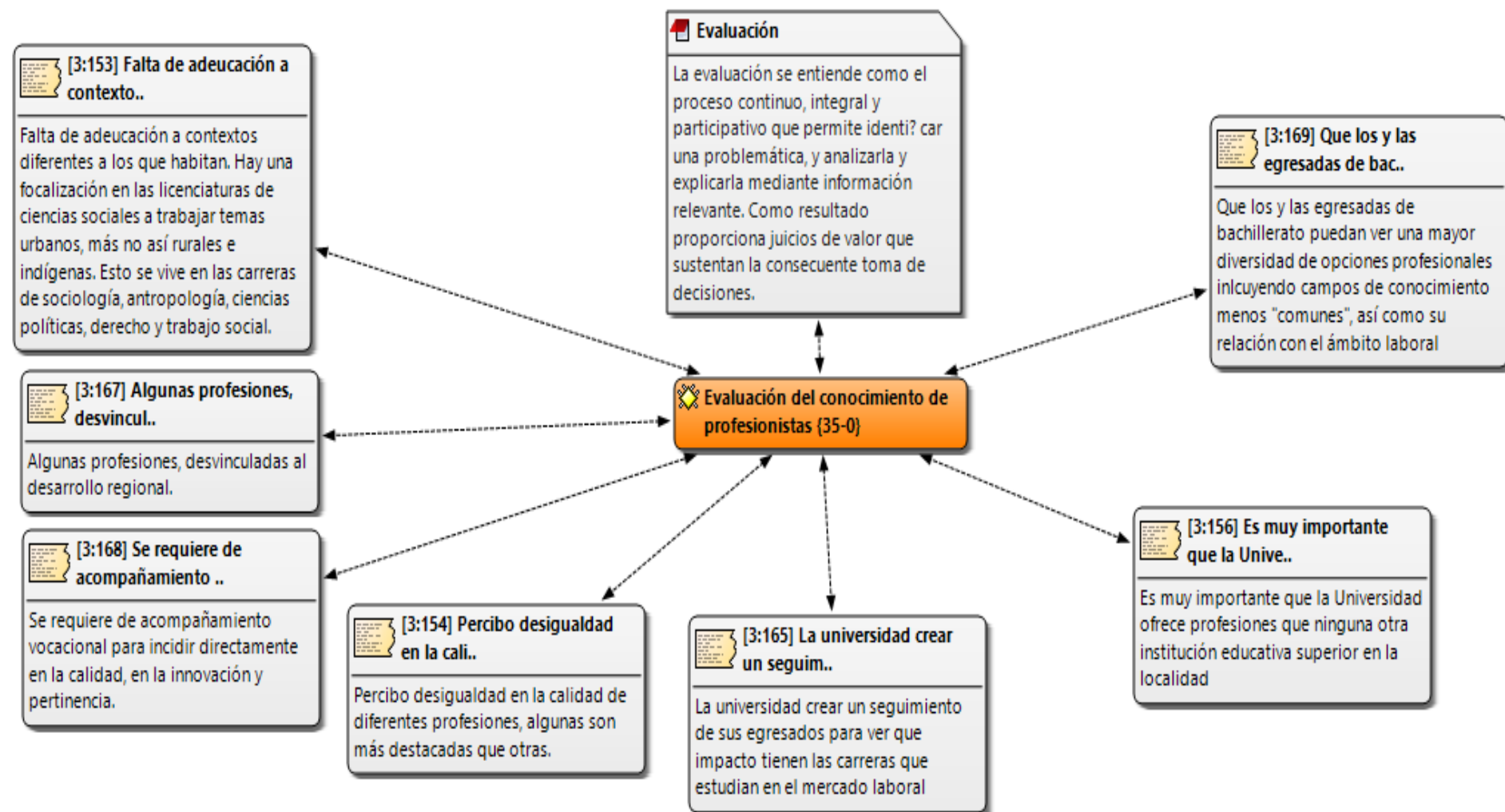


Briefing para Medios

Tema Importante	Evaluación del conocimiento de profesionistas
Noes	Baja competencia y actualización, atrasados en modelos de aprendizaje y producción, poco profesionalismo, poca innovación, enseñanza tradicional, egresados con poca tolerancia a las necesidades y exigencias del sector privado, desconocimiento de la realidad del estado en que viven, conocimientos que requieren ser llevados al terreno de la realidad. Excepcionales profesores, pero deficiencias en el ejercicio y aplicación de conocimientos, forman escritores o investigadores pero no profesionales, falta equilibrio entre practica y teoría.
Síes	Mayor competencia y actualización, innovar en modelos de aprendizaje y producción, mayor profesionalismo, egresados con tolerancia a las necesidades y exigencias del sector privado, conocimiento de la realidad del estado en que viven, conocimientos que requieren ser llevados al terreno de la realidad. Excepcionales profesores, pero deficiencias en el ejercicio y aplicación de conocimientos, forman escritores, investigadores y profesionales, equilibrio entre practica y teoría.
Posicionamiento	Universidad orientada al desarrollo científico e innovador, pragmático y aplicado así como a las necesidades y exigencia de los diferentes sectores.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara orienta a sus profesionistas al desarrollo científico, innovador, pragmático y aplicado así como a las necesidades y exigencia de los diferentes sectores.



Sector Social: Falta acompañamiento vocacional para incidir directamente en la calidad, innovación y pertinencia, falta que la UdeG de seguimiento sobre el impacto de sus egresados en el mercado laboral, falta de adecuación a contextos diferentes, desvinculados del desarrollo regional, profesiones con desigual calidad,.



Briefing para Medios

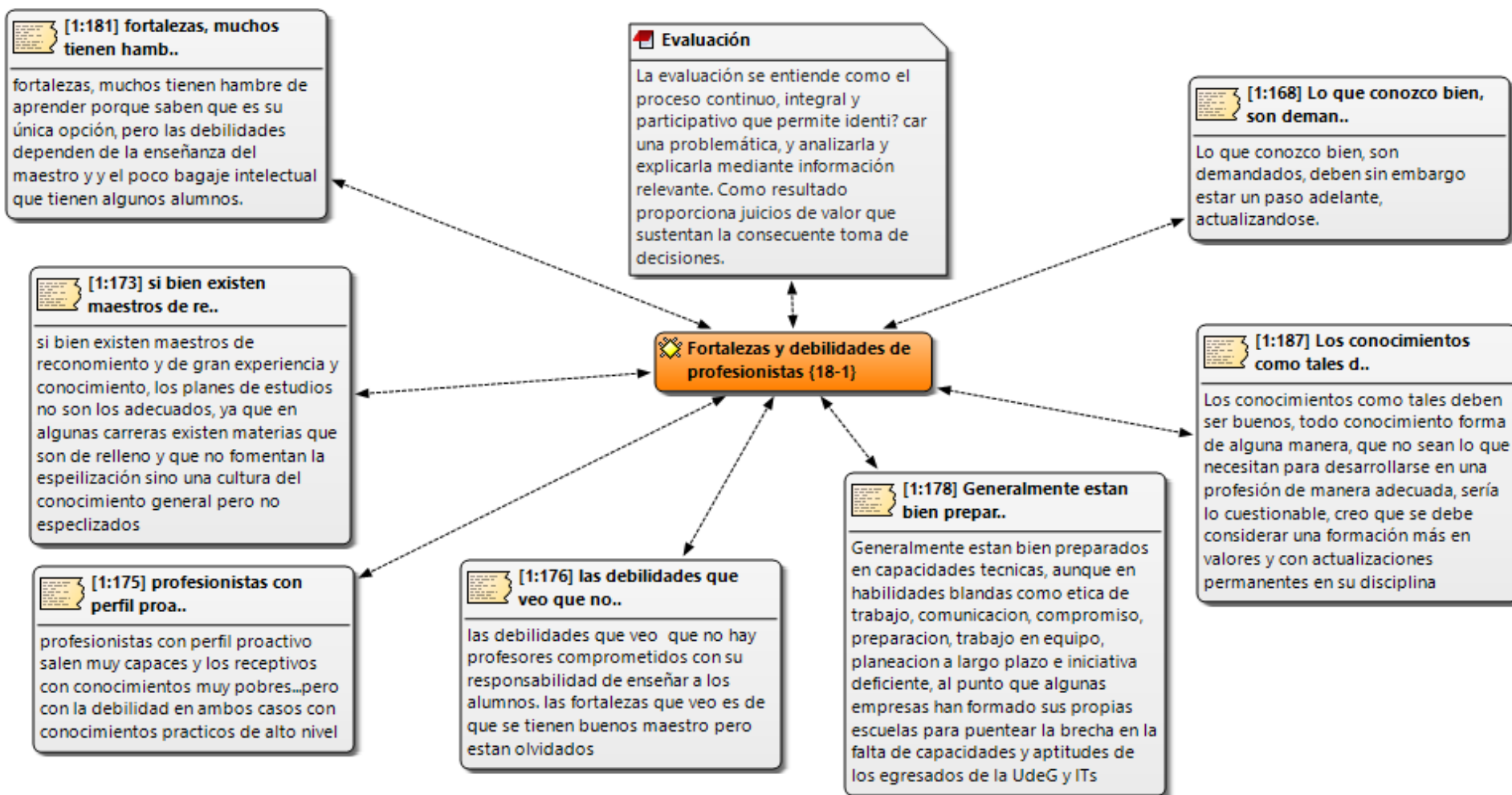
Tema Importante	Evaluación del conocimiento de profesionistas
Noes	Falta acompañamiento vocacional para incidir directamente en la calidad, innovación y pertinencia, falta que la UdeG de seguimiento sobre el impacto de sus egresados en el mercado laboral, falta de adecuación a contextos diferentes, desvinculados del desarrollo regional, profesiones con desigual calidad,.
Síes	Acompañamiento, seguimiento y valoración continua a estudiantes y egresados sobre sus conocimientos, capacidades y destrezas.
Posicionamiento	Universidad que acompaña, da seguimiento y valoración continua a estudiantes y egresados sobre sus conocimientos, capacidades, destrezas y aplicaciones.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara acompaña, da seguimiento y valoración continua a estudiantes y profesionistas sobre sus conocimientos, capacidades, destrezas y practica profesional..



- 2.14 Fortalezas y debilidades de profesionistas
- ¿Cuáles considera que son sus principales fortalezas y debilidades?



Sector Económico: Los planes de estudio son generales y no específicos, deficientes en habilidades blandas como ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, poco bagaje intelectual, poco conocimiento para formarse adecuadamente en una profesión.



Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalezas y debilidades de profesionistas
Noes	Poco conocimiento para formarse adecuadamente en una profesión,. los planes de estudio son generales y no específicos, deficientes en habilidades blandas como ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, poco bagaje intelectual.
Síes	Mayor conocimiento para formarse adecuadamente en una profesión,. los planes de estudio son generales y específicos, eficientes en habilidades blandas como ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, mayor bagaje intelectual.
Posicionamiento	Universidad para profesionistas, orientados a una ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, además de fuerte bagaje intelectual.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas del siglo XXI, eficientes, exitosos, orientados al logro profesional y la innovación.

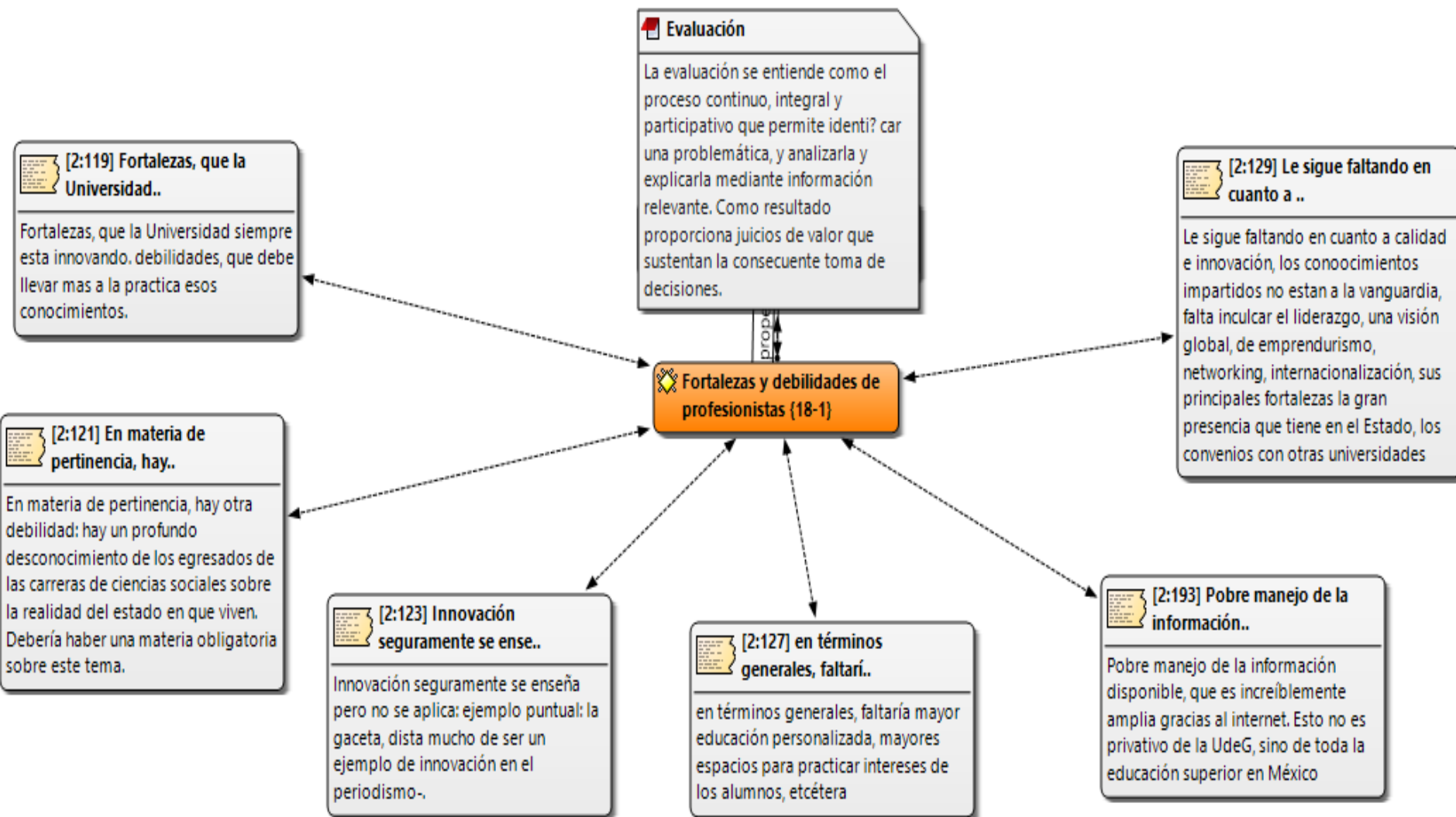


Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalezas y debilidades de profesionistas
Noes	Poco conocimiento para formarse adecuadamente en una profesión,. los planes de estudio son generales y no específicos, deficientes en habilidades blandas como ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, poco bagaje intelectual.
Síes	Mayor conocimiento para formarse adecuadamente en una profesión,. los planes de estudio son generales y específicos, eficientes en habilidades blandas como ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, mayor bagaje intelectual.
Posicionamiento	Universidad para profesionistas, orientados a una ética de trabajo, comunicación, compromiso, preparación, trabajo en equipo, planeación e iniciativa, además de fuerte bagaje intelectual.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas del siglo XXI, eficientes, exitosos, orientados al logro de calidad e innovación.



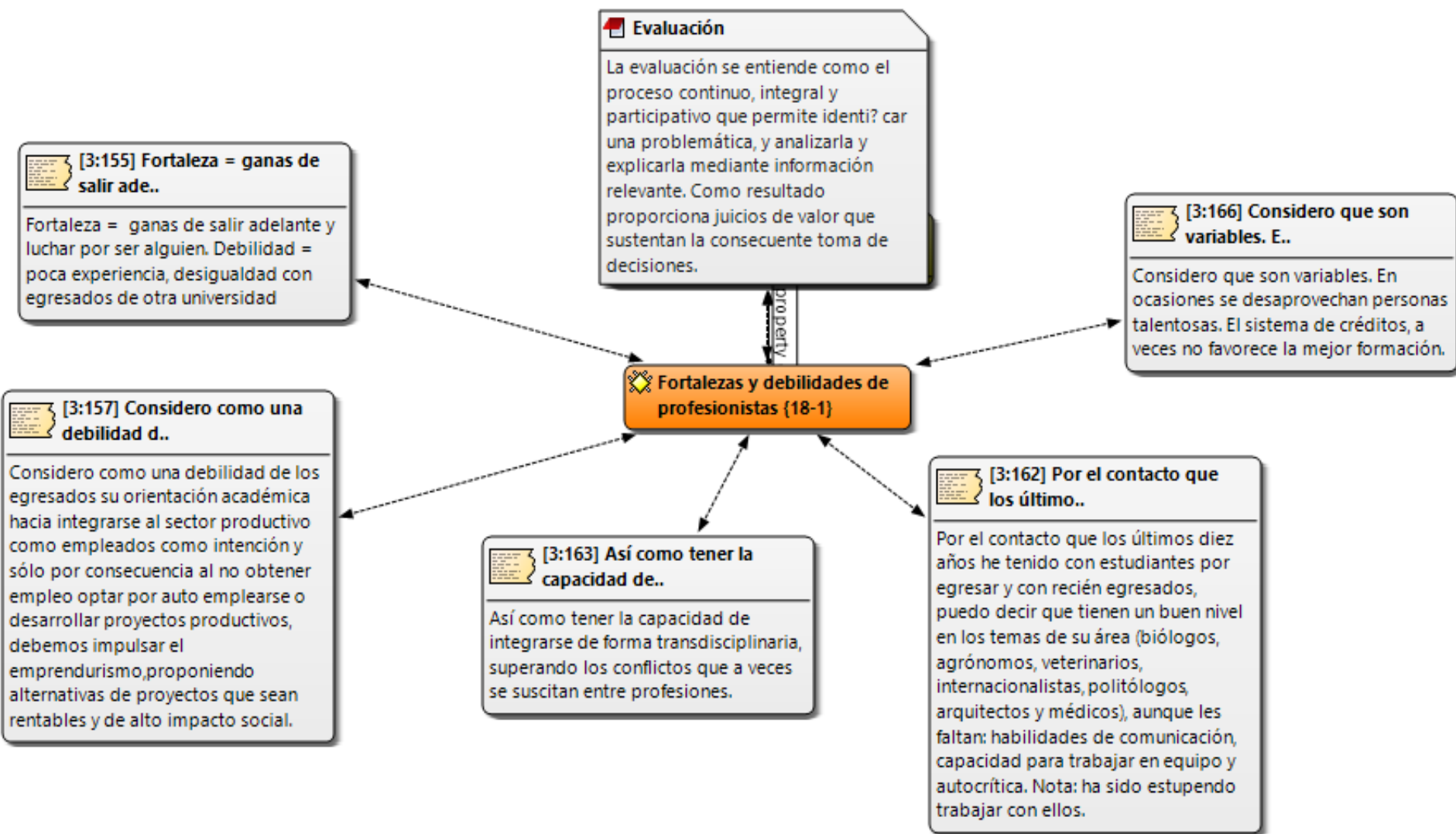
Sector Medios de Comunicación: Deben llevar a la practica los conocimientos y hay desconocimiento de la realidad del estado, innovación que se enseña pero no se aplica, falta mayor educación personalizada, pobre manejo de la información, falta liderazgo, visión global, emprendurismo, networking, internacionalización.



Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalezas y debilidades de profesionistas
Noes	Deben llevar a la practica los conocimientos y hay desconocimiento de la realidad del estado, innovación que se enseña pero no se aplica, falta mayor educación personalizada, pobre manejo de la información, falta liderazgo, visión global, emprendurismo, networking, internacionalización.
Síes	Conocedores de las mejores practicas profesionales e innovación aplicada,
Posicionamiento	Universidad para profesionistas, orientados a las industrias creativas y de comunicación global en Jalisco
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas orientados a las industrias creativas y de comunicación global en Jalisco

Sector Social: Poca experiencia y desigualdad con egresados de otras universidades, orientados a emplearse y no a emprender, dificultad para trabajar transdisciplinarmente y en equipo, faltan habilidades de comunicación y autocritica.



Briefing para Medios

Tema Importante	Fortalezas y debilidades de profesionistas
Noes	Poca experiencia y desigualdad con egresados de otras universidades, orientados a emplearse y no a emprender, dificultad para trabajar transdisciplinariamente y en equipo, faltan habilidades de comunicación y autocrítica.
Síes	Mayor experiencia y orientados al emprendimiento, orientados a emplearse con facilidad para trabajar transdisciplinariamente y en equipo, con habilidades de comunicación y autocrítica.
Posicionamiento	Universidad para profesionistas orientados al emprendimiento con facilidades para trabajar transdisciplinariamente y en equipo, con habilidades de comunicación y autocrítica.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas y emprendedores del siglo XXI, con experiencia, eficientes, exitosos, orientados al logro de la calidad y la innovación.

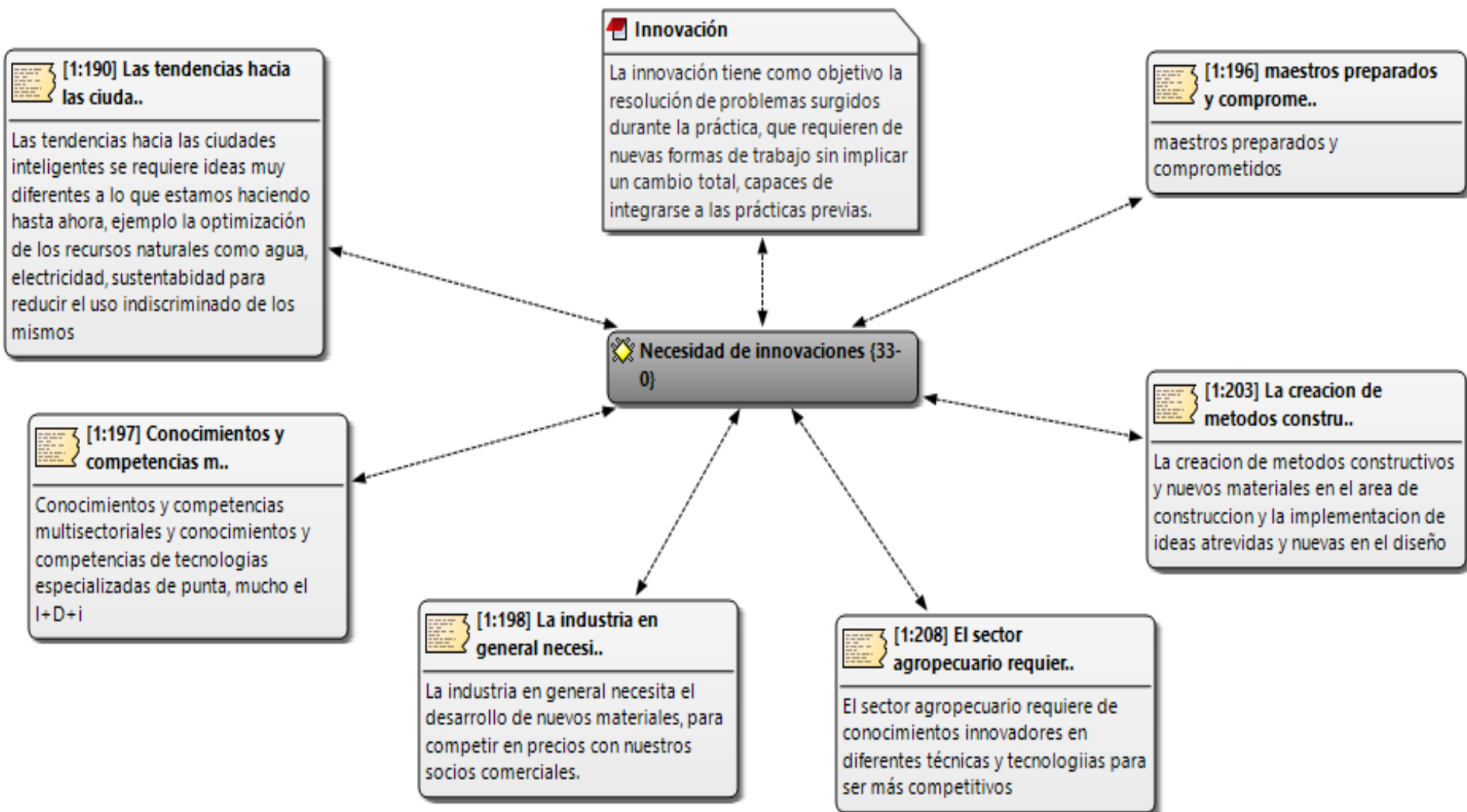


2.15 Necesidades de innovación

¿Qué tipos de conocimientos y competencias innovadoras necesitan las organizaciones actualmente?



Sector Económico: Nuevas tecnologías de punta para ciudades inteligentes, para los diferentes sectores, nuevos materiales, I+D+I, maestros preparados y comprometidos, nuevos diseños.

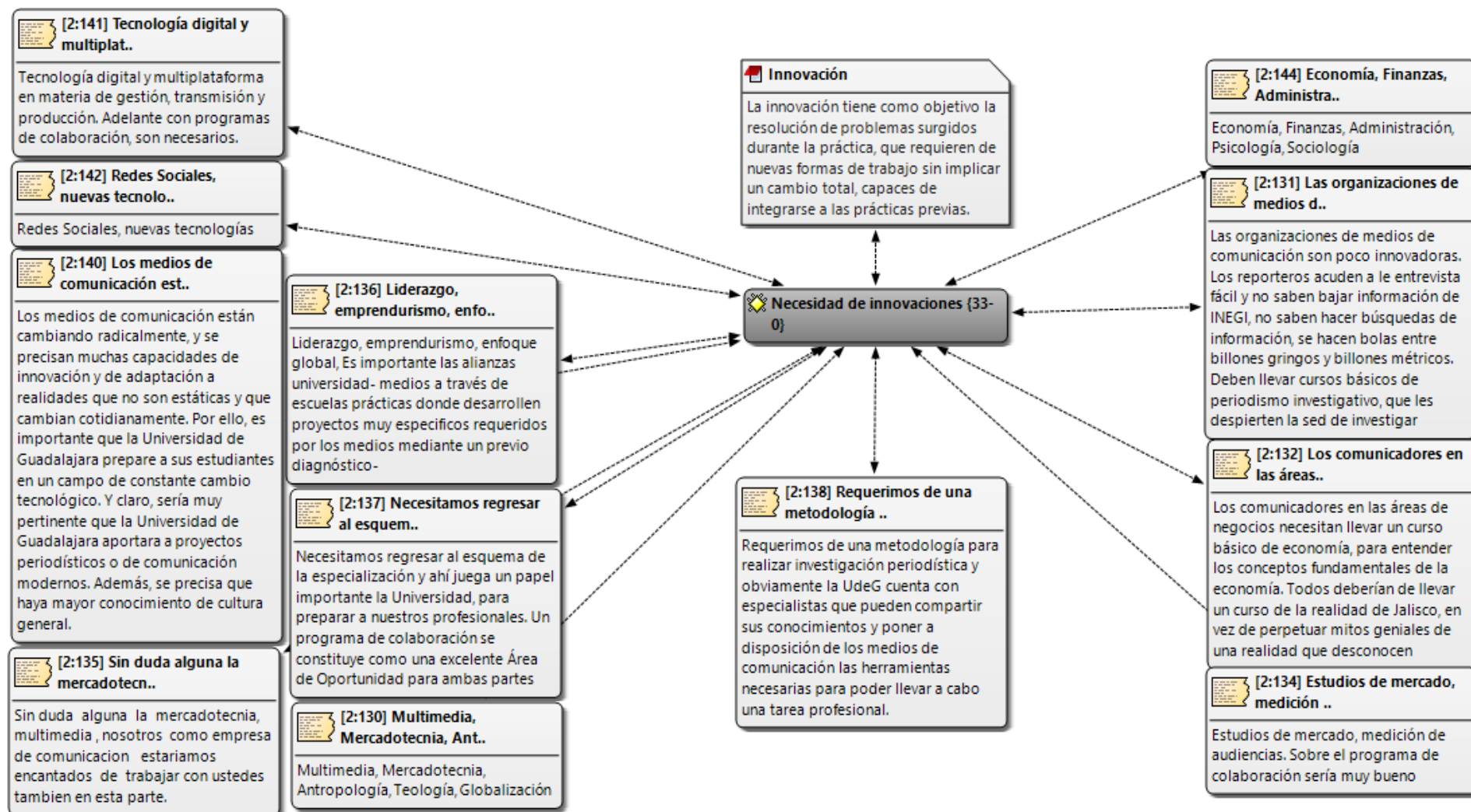


Briefing para Medios

Tema Importante	Necesidades de innovación
Noes	Nuevas tecnologías de punta para ciudades inteligentes y creativas, para los diferentes sectores, nuevos materiales, nuevos diseños I+D+I y con maestros preparados y comprometidos,
Síes	Nuevas tecnologías de punta para ciudades inteligentes y creativas, para los diferentes sectores, nuevos materiales, nuevos diseños I+D+I y con maestros preparados y comprometidos,
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas y emprendedores del siglo XXI, con nuevas tecnologías de punta para ciudades inteligentes y creativas, para los diferentes sectores, con nuevos materiales y nuevos diseños
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma los profesionistas y emprendedores del siglo XXI, con nuevas tecnologías de punta para ciudades inteligentes y creativas, para los diferentes sectores, con nuevos materiales y nuevos diseños.



Sector Medios de Comunicación: Los medios de comunicación están cambiando radicalmente, y se precisan muchas capacidades de innovación y de adaptación a realidades que no son estáticas y que cambian cotidianamente. Por ello, es importante que la Universidad de Guadalajara prepare a sus estudiantes en un campo de constante cambio tecnológico. Y claro, sería muy pertinente que la Universidad de Guadalajara aportara a proyectos periodísticos o de comunicación modernos, tecnología digital y multiplataforma en materia de gestión, transmisión y producción, mercadotecnia, redes sociales y regresar al esquema de la especialización.

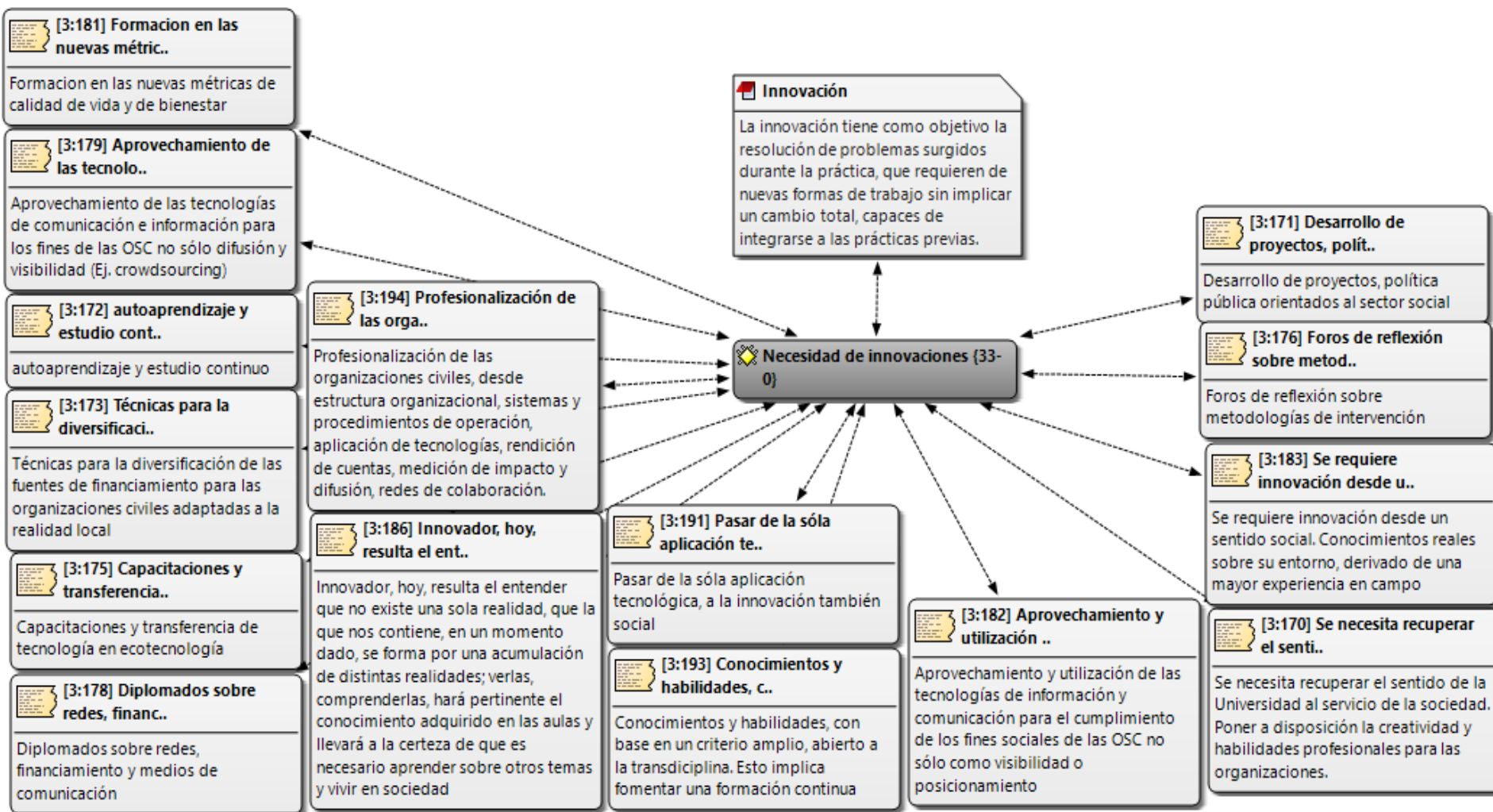


Briefing para Medios

Tema Importante	Necesidades de innovación
Noes	Los medios de comunicación están cambiando radicalmente, y se precisan muchas capacidades de innovación y de adaptación a realidades que no son estáticas y que cambian cotidianamente. Por ello, es importante que la Universidad de Guadalajara prepare a sus estudiantes en un campo de constante cambio tecnológico. Y claro, sería muy pertinente que la Universidad de Guadalajara aportara a proyectos periodísticos o de comunicación modernos, tecnología digital y multiplataforma. En materia de gestión, transmisión y producción, mercadotecnia, redes sociales además de regresar al esquema de la especialización.
Síes	Los medios de comunicación están cambiando radicalmente, y se precisan muchas capacidades de innovación y de adaptación a realidades que no son estáticas y que cambian cotidianamente. Por ello, es importante que la Universidad de Guadalajara prepare a sus estudiantes en un campo de constante cambio tecnológico. Y claro, sería muy pertinente que la Universidad de Guadalajara aportara a proyectos periodísticos o de comunicación modernos, tecnología digital y multiplataforma. En materia de gestión, transmisión y producción, mercadotecnia, redes sociales además de regresar al esquema de la especialización.
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara forma profesionistas que se adaptan y ajustan a diferentes campos que están cambiando radical y constantemente.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma profesionistas que se adaptan y ajustan a diferentes campos que están cambiando radical y constantemente.



Sector Social: Nuevas métricas de calidad de vida y bienestar social, tecnologías de comunicación e información para gestión y planeación de las Osc. Autoaprendizaje, técnicas de diversificación de fuentes de financiamiento. Transferencia de eco tecnologías, medios de comunicación en red, innovación social y creatividad para las Osc



Briefing para Medios

Tema Importante	Necesidades de innovación
Noes	Se requieren nuevas métricas de calidad de vida y bienestar social, tecnologías de comunicación e información para gestión y planeación de las Organizaciones de la sociedad civil. Autoaprendizaje, técnicas de diversificación de fuentes de financiamiento. Transferencia de eco tecnologías, medios de comunicación en red, innovación social y creatividad para las Osc
Síes	Se requieren nuevas métricas de calidad de vida y bienestar social, tecnologías de comunicación e información para gestión y planeación de las Organizaciones de la sociedad civil. Autoaprendizaje, técnicas de diversificación de fuentes de financiamiento. Transferencia de eco tecnologías, medios de comunicación en red, innovación social y creatividad para las Osc
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara forma profesionistas que se adaptan y ajustan a diferentes campos que están cambiando radical y constantemente en donde se ocupan nuevas métricas de calidad de vida y bienestar social, tecnologías de comunicación e información para gestión y planeación de las Organizaciones.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara forma profesionistas que se adaptan y ajustan a diferentes campos que están cambiando radical y constantemente en donde se ocupan nuevas métricas de calidad de vida y bienestar social, tecnologías de comunicación e información para gestión y planeación de las Organizaciones.

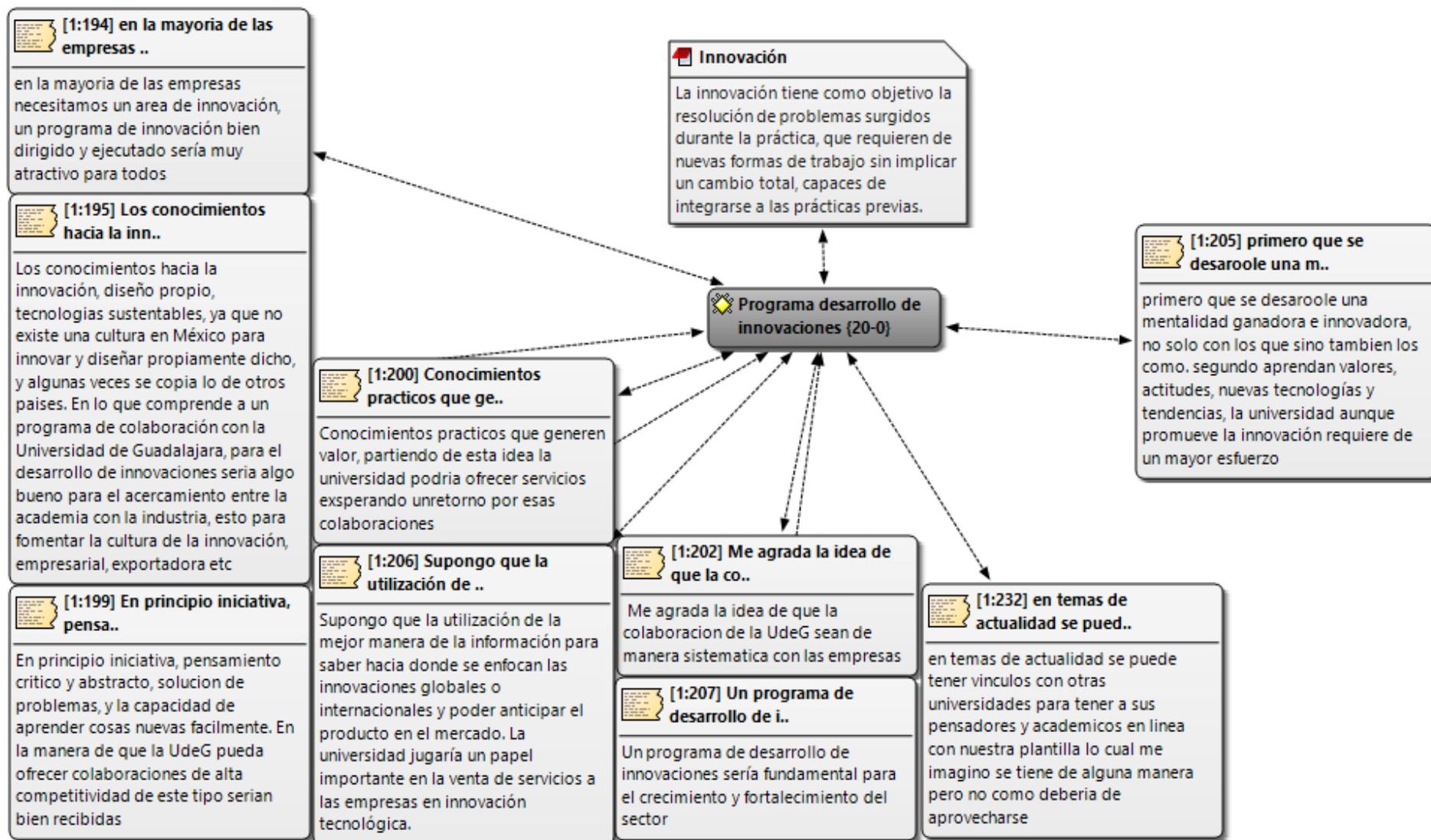


2.16 Programa de desarrollo de innovaciones

¿Qué opina de un programa de colaboración con la Universidad de Guadalajara para conjuntamente desarrollar innovaciones?



Sector Económico: Se necesitan programas de innovación y serían fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento de los sectores. Conocimientos prácticos que generen valor, información innovadora, pero primero es necesario que se desarrolle una mentalidad ganadora e innovadora no solo con los “que” sino también los “como”, la universidad aunque promueve la innovación requiere de un mayor esfuerzo.

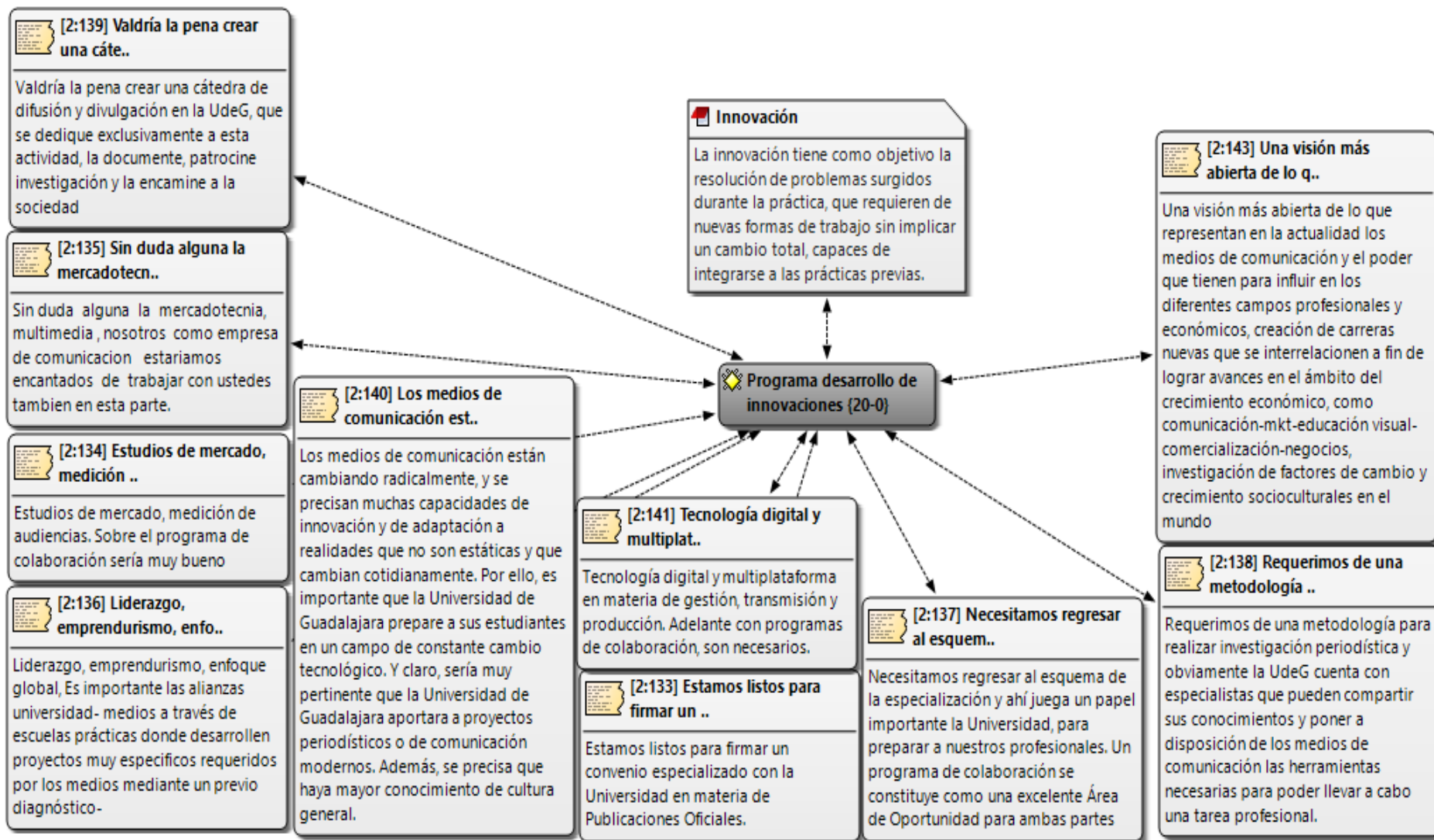


Briefing para Medios

Tema Importante	Programa de desarrollo de innovaciones
Noes	Se necesitan programas de innovación y serian fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento de los sectores. Conocimientos prácticos que generen valor, información innovadora, pero primero es necesario que se desarrolle una mentalidad ganadora e innovadora no solo con los “que” sino también los “como”, la universidad aunque promueve la innovación requiere de un mayor esfuerzo.
Síes	Programas de innovación, fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento de los sectores. Conocimientos prácticos que generen valor, información innovadora, con una mentalidad ganadora e innovadora, con los “que” y con los “como”, además de un mayor esfuerzo.
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara promueve Programas de Innovación, fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento de los sectores.
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara promueve Programas de Innovación, fundamentales para el crecimiento y fortalecimiento de los sectores, con conocimientos prácticos que generen valor, información innovadora, con una mentalidad ganadora, con los “que” y con los “como”, además de un gran esfuerzo



Sector Medios de Comunicación: Tecnología digital y multiplataforma en materia de gestión, transmisión y producción, capacidades de innovación y adaptación a realidades cambiantes, escuelas practicas para proyectos específicos, catedra de difusión y divulgación de la innovación, metodologías para investigación periodística. Poder, innovación y medios de comunicación

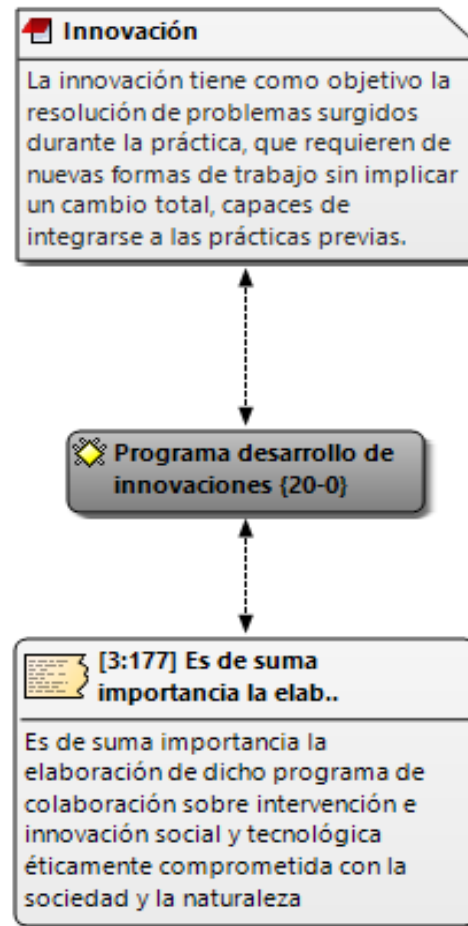


Briefing para Medios

Tema Importante	Programa de desarrollo de innovaciones
Noes	Tecnología digital y multiplataforma en materia de gestión, transmisión y producción, capacidades de innovación y adaptación a realidades cambiantes, escuelas practicas para proyectos específicos, catedra de difusión y divulgación de la innovación, metodologías para investigación periodística. Poder, innovación y medios de comunicación
Síes	Tecnología digital y multiplataforma en materia de gestión, transmisión y producción, capacidades de innovación y adaptación a realidades cambiantes, escuelas practicas para proyectos específicos, catedra de difusión y divulgación de la innovación, metodologías para investigación periodística. Poder, innovación y medios de comunicación
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara promueve Programas y Cátedras de Divulgación y Difusión de innovaciones
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara promueve Programas y Cátedras de Divulgación y Difusión de innovaciones para los diferentes sectores de Jalisco



Sector Social: Es de suma importancia la elaboración de dicho programa de colaboración sobre intervención e innovación social y tecnológica éticamente comprometida con la sociedad y la naturaleza



Sector Social T

[5:51] lo innovador y resultara que n..

lo innovador y resultara que no existe una sola realidad que los estudiante se den cuenta que no existe una sola realidad que la que nos contiene en un momento preciso es nuestra vida es una afiliación de distintas realidades quizás tantas como las que en ese momento sean nuestros interlocutores así que verlas, comprenderlas para pertinente el conocimiento adquirido en las aulas llevada de que no va a estar de que hay que seguir aprendiendo y hará mucho más sencillo vivir en sociedad así que innovador será decirle a los estudiantes "no estás en un club exclusivo y hay otro clubes exclusivos" eso me gusta a mí de la sociedad civil que cada que alguien nos congregate nos sentamos cada quién andamos con nuestra hebra y sin embargo encontramos puntos de comunicación muy importantes cuando no actuamos en la lógica de partidos políticos o de clubs exclusivos o del de nos reservarnos el derecho de admisión.

Innovación

La innovación tiene como objetivo la resolución de problemas surgidos durante la práctica, que requieren de nuevas formas de trabajo sin implicar un cambio total, capaces de integrarse a las prácticas previas.

Programa desarrollo de innovaciones {23-1}

[5:49] por ejemplo ahorita no sé un c...

por ejemplo ahorita no sé un comedor para migrantes no se pensaría que podríamos innovar de ningún tipo pero ahorita se generaron unas paredes verdes por ejemplo cuestión de sembrado de hortalizas de cuestiones urbanas o por ejemplo la cuestión de los calentadores solares para el agua, la cuestión del filtro para a no comprar agua de garrafón sino comprar filtros, la optimización por ejemplo de procesos de que generan los ingenieros industriales para poder realizar los stocks de la ropa de la comida, todas esas cuestiones a veces la gente piensa que nos son necesarias en una organización inclusive cuestiones por ejemplo de nosotros como organización siempre pensando en maneras creativas de poder presentar la realidad de no una manera de victimización sino de una manera creativa de poder fomentar diferentes relaciones entre unos y otros entonces se han generado por ejemplo proyectos de documental que ahorita esta iniciando un proyecto de un documental de poblaciones callejeras donde podríamos pensar que la migrantes de relacionan con las diferente poblaciones callejeras pero si eso tiene que ver con la innovación y creatividad

Briefing para Medios

Tema Importante	Programa de desarrollo de innovaciones
Noes	Es de suma importancia la elaboración de dicho programa de colaboración sobre intervención e innovación social y tecnológica éticamente comprometida con la sociedad y la naturaleza.
Síes	Programas de colaboración sobre intervención-innovación social y tecnológica, éticamente comprometida con la sociedad y la naturaleza
Posicionamiento	La Universidad de Guadalajara promueve Programas de colaboración sobre intervención-innovación sectorial y tecnológica, éticamente comprometida con la sociedad y la naturaleza
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara promueve Programas de colaboración sobre intervención-innovación sectorial y tecnológica, éticamente comprometida con la sociedad y la naturaleza

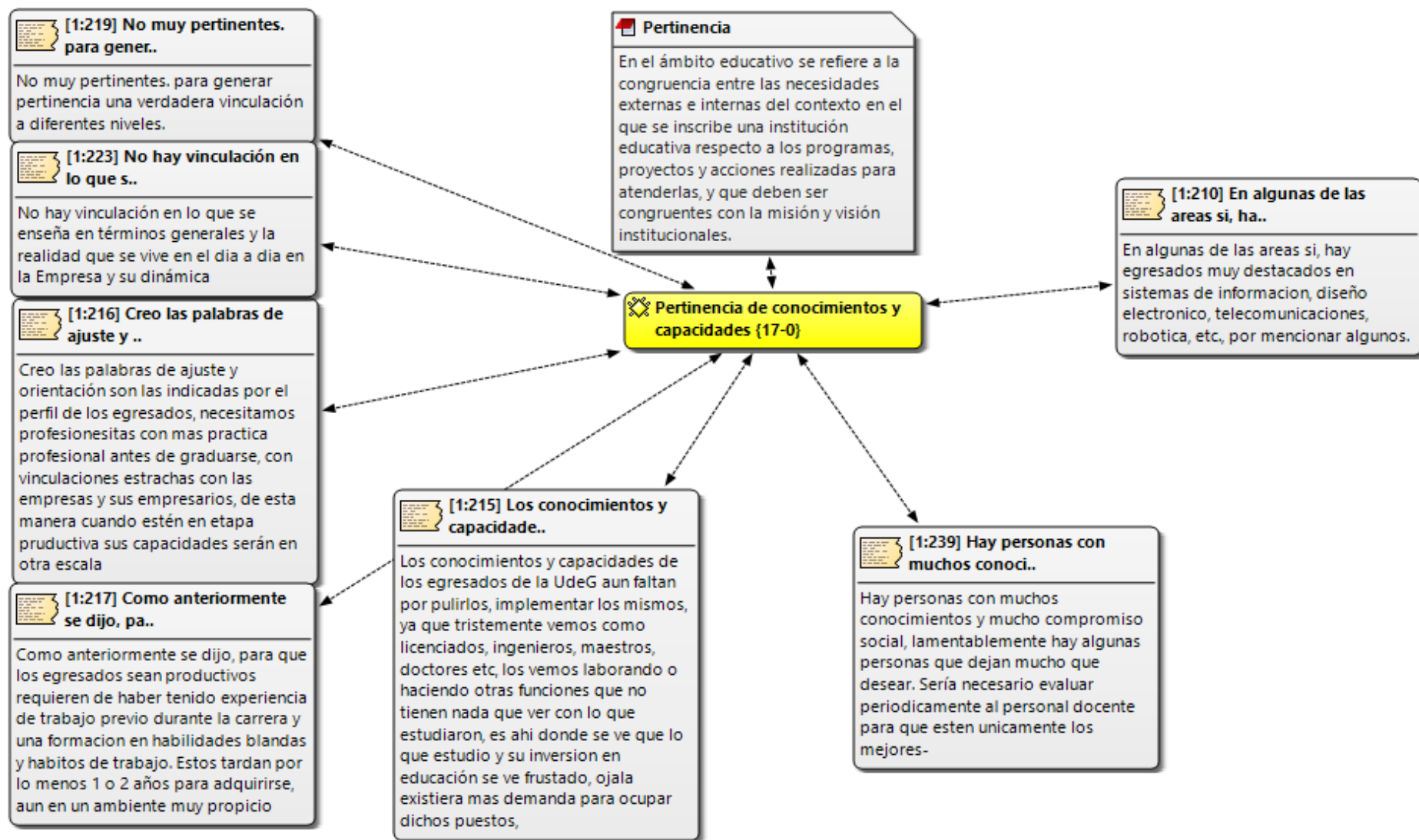


2.17 Pertinencia de conocimientos y capacidades

¿Los conocimientos y capacidades de los egresados de la Universidad de Guadalajara han resultado pertinentes en las organizaciones sociales o requieren de mayor ajuste y orientación?



Sector Económico: Necesidad de mayor vinculación a diferentes niveles, en experiencias de trabajo, practicas profesionales, servicio social, lo que se enseña. Se requieren hábitos de trabajo. conocimientos y capacidades pulidas, mas practica y conocer la realidad que se vive en la empresa.



Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia de conocimientos y capacidades
Noes	Necesidad de mayor vinculación a diferentes niveles, en experiencias de trabajo, practicas profesionales, servicio social, lo que se enseña. Se requieren hábitos de trabajo. conocimientos y capacidades pulidas, mas practica y conocer la realidad que se vive en la empresa.
Síes	Mayor vinculación a diferentes niveles, en experiencias de trabajo, practicas profesionales, servicio social, lo que se enseña. Se requieren hábitos de trabajo. conocimientos y capacidades pulidas, mas practica y conocer la realidad que se vive en la empresa.
Posicionamiento	Se promueve la vinculación y congruencia entre lo que se enseña y las experiencias de trabajo a través de las practicas profesionales y el servicio social, facilitando hábitos de trabajo
Concepto campaña	La Universidad de Guadalajara promueve la vinculación y congruencia entre lo que se enseña y las experiencias de trabajo a través de las practicas profesionales y el servicio social, facilitando hábitos de trabajo

Sector Medios de Comunicación: Falta capacidad de análisis y síntesis de información, excelentes en lo teórico, falta enfatizar lo práctico, la mayoría cursa una carrera por espíritu de sobrevivencia y gusto, hace falta liderazgo e innovación, controles más estrictos de ingreso y egreso, falta multidisciplinariedad.

Pertinencia

En el ámbito educativo se refiere a la congruencia entre las necesidades externas e internas del contexto en el que se inscribe una institución educativa respecto a los programas, proyectos y acciones realizadas para atenderlas, y que deben ser congruentes con la misión y visión institucionales.

Pertinencia de conocimientos y capacidades {17-0}

[2:147] Falta capacidad de análisis y s..

Falta capacidad de análisis y síntesis de la información.

[2:145] Salvo excepcionales casos de e..

Salvo excepcionales casos de egresados forjados por su propia convicción, la mayoría cursa una carrera con espíritu de sobrevivencia y gusto, que por vocación y convicción profesional

[2:159] Sí, pero no en todas las Áreas..

Sí, pero no en todas las Áreas. Tenemos excelentes abogados, contadores públicos, administradores e ingenieros. Pero todavía pocos casos de éxito en la práctica diaria de los Medios de Comunicación Electrónicos. Se les prepara excelente en lo teórico, falta enfatizar en lo práctico

[2:156] Si han resultado pertinentes, ..

Si han resultado pertinentes, las personas egresadas de la Universidad que laboran con nosotros muestran grandes cualidades pero hace falta liderazgo e innovación en el ADN del egresado

[2:165] Son amplias las licenciaturas ..

Son amplias las licenciaturas que requiere un medio de comunicación: administración, ingeniería, comunicación, diseño, psicología, etc. No en todas han resultado pertinentes. Equilibrar la práctica con la teoría. Controles más estrictos para ingreso y egreso

[2:148] En la nuestra no. habra que fo..

En la nuestra no. habra que formar especialistas juntos

[2:149] Hay que enfatizar la multidiscipl..

Hay que enfatizar la multidisciplinariedad.

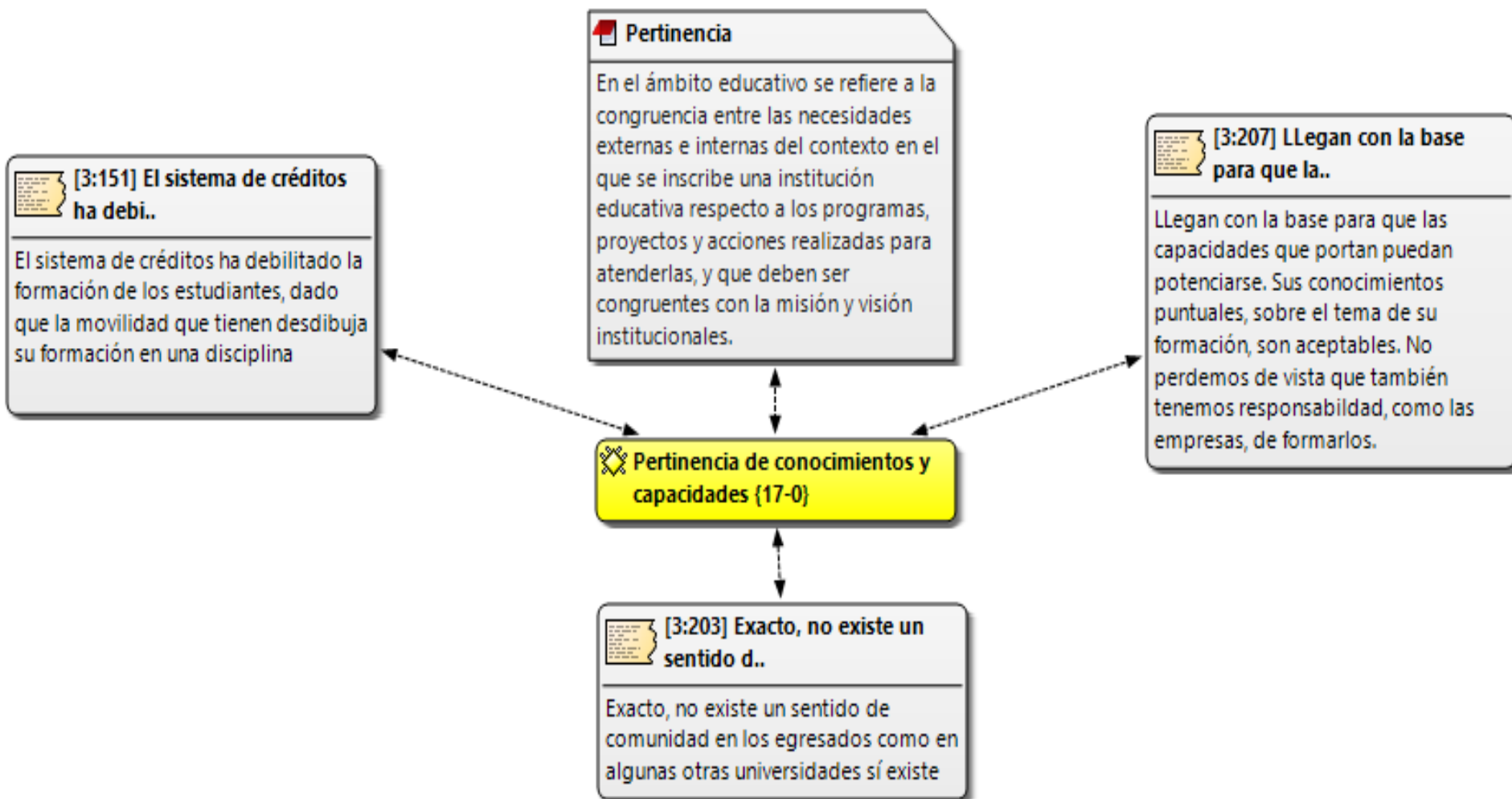


Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia de conocimientos y capacidades
Noes	Falta capacidad de análisis y síntesis de información, excelentes en lo teórico, falta enfatizar lo practico, la mayoría cursa una carrera por espíritu de sobrevivencia y gusto, hace falta liderazgo e innovación, controles mas estrictos de ingreso y egreso, falta multidisciplinaredad.
Síes	Mayor capacidad de análisis y síntesis de información, excelentes en lo teórico, falta enfatizar lo practico, la mayoría cursa una carrera por espíritu de sobrevivencia y gusto, hace falta liderazgo e innovación, controles mas estrictos de ingreso y egreso, falta multidisciplinaredad.
Posicionamiento	En una sociedad de la información y la comunicación, el papel de la Universidad es promoverla, analizarla y hacerla visible hacia los demás sectores y de manera practica.
Concepto campaña	En una sociedad de la información y la comunicación, el papel de la Universidad de Guadalajara es promoverla, analizarla y hacerla visible hacia los demás sectores, de manera practica y aplicada.



Sector Social: También las empresas tienen responsabilidad en la formación de los egresados, los sectores y la universidad deben generar proyectos conjuntos para lograr pertinencia de conocimientos y capacidades.
el sistema de créditos desdibuja su formación disciplinar, no existe sentido de comunidad en los egresados.



Sector Social T

[5:53] Yo creo que hay un divorcio to..

Yo creo que hay un divorcio total con las organizaciones en dos aspectos, el primero es que llegan a una organización donde no hay recursos para poderles pagar y la otra es que como los estudios como la manera de estudiar es no es generar tu propia información sino lo que te dan a estudiar cuando llegan a la organización quisieran que tuviéramos la información para ellos tener un proyecto de estudio y eso no existe, o sea llegan por ejemplo algunos de nosotros de economía y nos dicen "cuál es el impacto económico de la gente de la diversidad en nuestra sociedad" pues tienes que elaborarlo y estudiarlo porque hay 200 años sin información de algún tipo entonces e¿, no hay una vinculación, hay un divorcio total, heredado de un mal plan de estudios que le ayude a encontrar y generar su propia información

[5:48] as organizaciones de la sociedad..

as organizaciones de la sociedad civil o al menos no se sí por ejemplo en la nuestra tenemos sí perfiles muy diversos pero que han tardado mucho en poderse integrar de una manera un poquito más operativa práctica comprometida y a largo plazo en la organización porque los perfiles sobre todo de los estudiante y egresados se acercan a nosotros por cuestiones humanitarias y por cuestiones meramente asistenciales y no creen que su conocimiento y habilidad puedan ser dispuestas a las organizaciones entonces se necesita que desde la formación les pueda ampliar el panorama de las capacidades tanto personales como profesionales y poderla poner a disposición de la organización

Pertinencia

En el ámbito educativo se refiere a la congruencia entre las necesidades externas e internas del contexto en el que se inscribe una institución educativa respecto a los programas, proyectos y acciones realizadas para atenderlas, y que deben ser congruentes con la misión y visión institucionales.

Pertinencia de conocimientos y capacidades (23-1)

[5:54] cuando llegan con nosotros le..

cuando llegan con nosotros llegan no expertos en ... sino que llegan porque ya tenemos el problema en liberar a alguien que está preso, violación de algún derecho y entonces ya llegas a actuar no llegas a experimentar a ver qué se puede hacer, no, ya tiene que saber que está haciendo y lo que se les hace increíble es que nosotros no somos gente de derecho ni legisladores ni abogados y tenemos que estar contestando porque no tenemos capacidad para contratar un abogado, entonces dices bueno pues aquí como es una realidad que se topan que no para ellos no existe

[5:52] la capacidad que tengan para g..

la capacidad que tengan para generar proyectos, me parece que ahorita hay todo un paradigma de los proyectos pero que uno lo deja como ah" el procurados de fondos y me parece que luego pasa que choca mucho eso entre la realidad del estudio y la realidad practica que uno vive en los empleos de las organizaciones de la sociedad civil dista mucho de una capacidad que podamos tener de visualizar un proyecto que tenga un objetivo, que tenga una temporalidad que tenga un presupuesto que podamos saber cómo evaluarlo inclusive y eso es una cuestión también muy integral

[5:45] la pertinencia de los conoci..

la pertinencia de los conocimientos de los egresados con el mercado laboral creo que debemos trabajar tanto lo que somos las empresas, ver el sector productivo en cuanto a acercarnos a la universidad, llevar nuestra necesidades específicas de conocimiento de los egresados para que realmente resuelvan problemáticas del sector productivo porque estamos generando demasiados egresados y la problemática son las oportunidades reales de empleo y viceversa también nuestro compromiso como empresas recomendar a la universidad como pueden realmente proponer alternativa de cambio a los estudiantes

Briefing para Medios

Tema Importante	Pertinencia de conocimientos y capacidades
Noes	También las empresas tienen responsabilidad en la formación de los egresados, los sectores y la universidad deben generar proyectos conjuntos para lograr pertinencia de conocimientos y capacidades. el sistema de créditos desdibuja su formación disciplinar, no existe sentido de comunidad en los egresados.
Síes	Los sectores y la universidad deben generar proyectos conjuntos para lograr pertinencia de conocimientos y capacidades, también las empresas tienen responsabilidad en la formación de los egresados,
Posicionamiento	La congruencia entre conocimientos y capacidades es una actividad conjunta que la Universidad combina con la sociedad.
Concepto campaña	La congruencia entre conocimientos y capacidades es una actividad conjunta que la Universidad de Guadalajara combina y convenía con la sociedad.

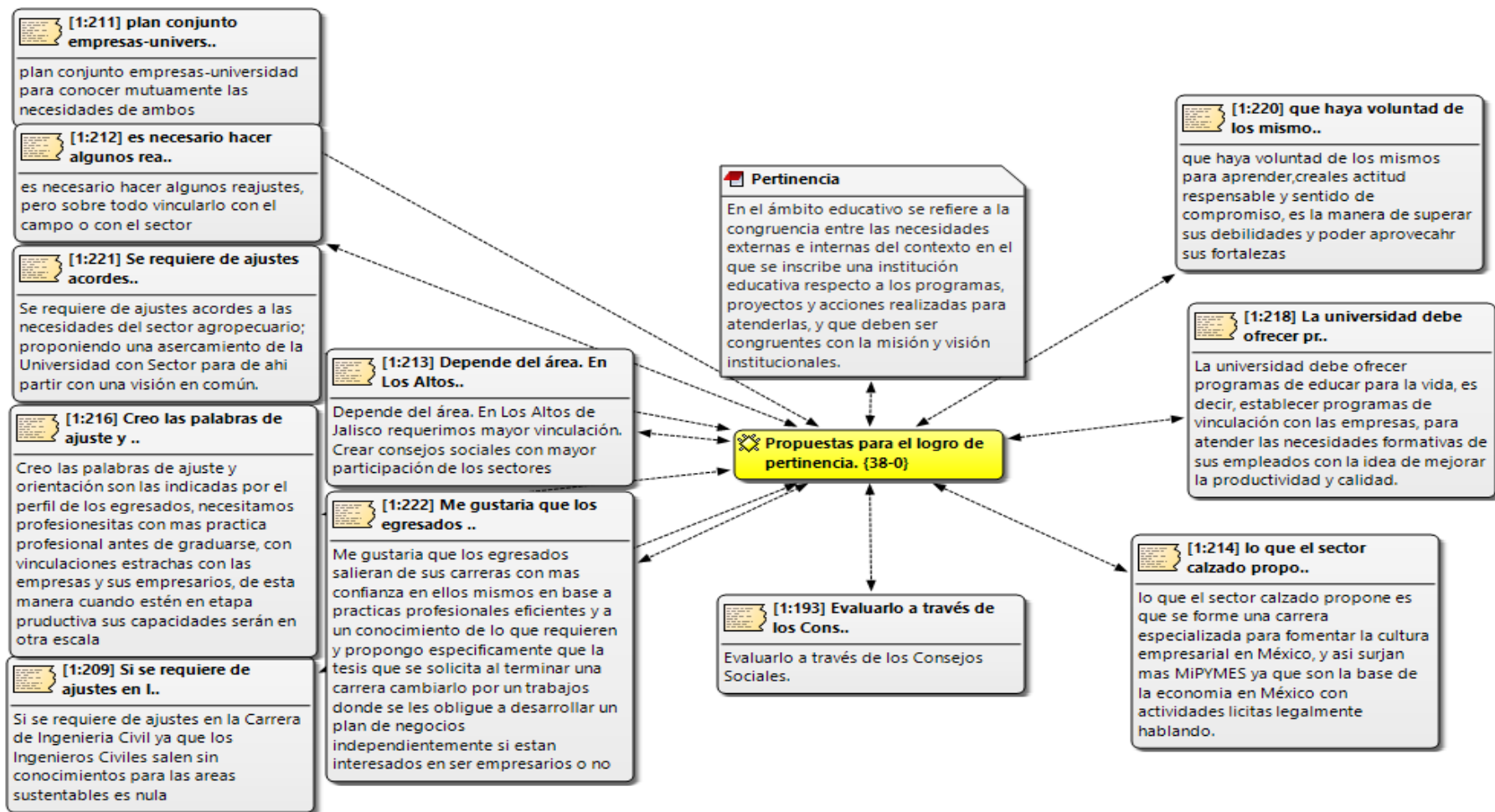


2.18 Propuestas para el logro de pertinencia

¿Qué nos propone para lograrlo?



Sector Económico: Planes conjuntos Universidad-Empresa, necesidad de ajustes para la vinculación, aprovechar la figura de los consejos sociales para valorar el logro, solicitar planes de negocios a cambio de tesis, educación para la vida y continua para vincular con empresas

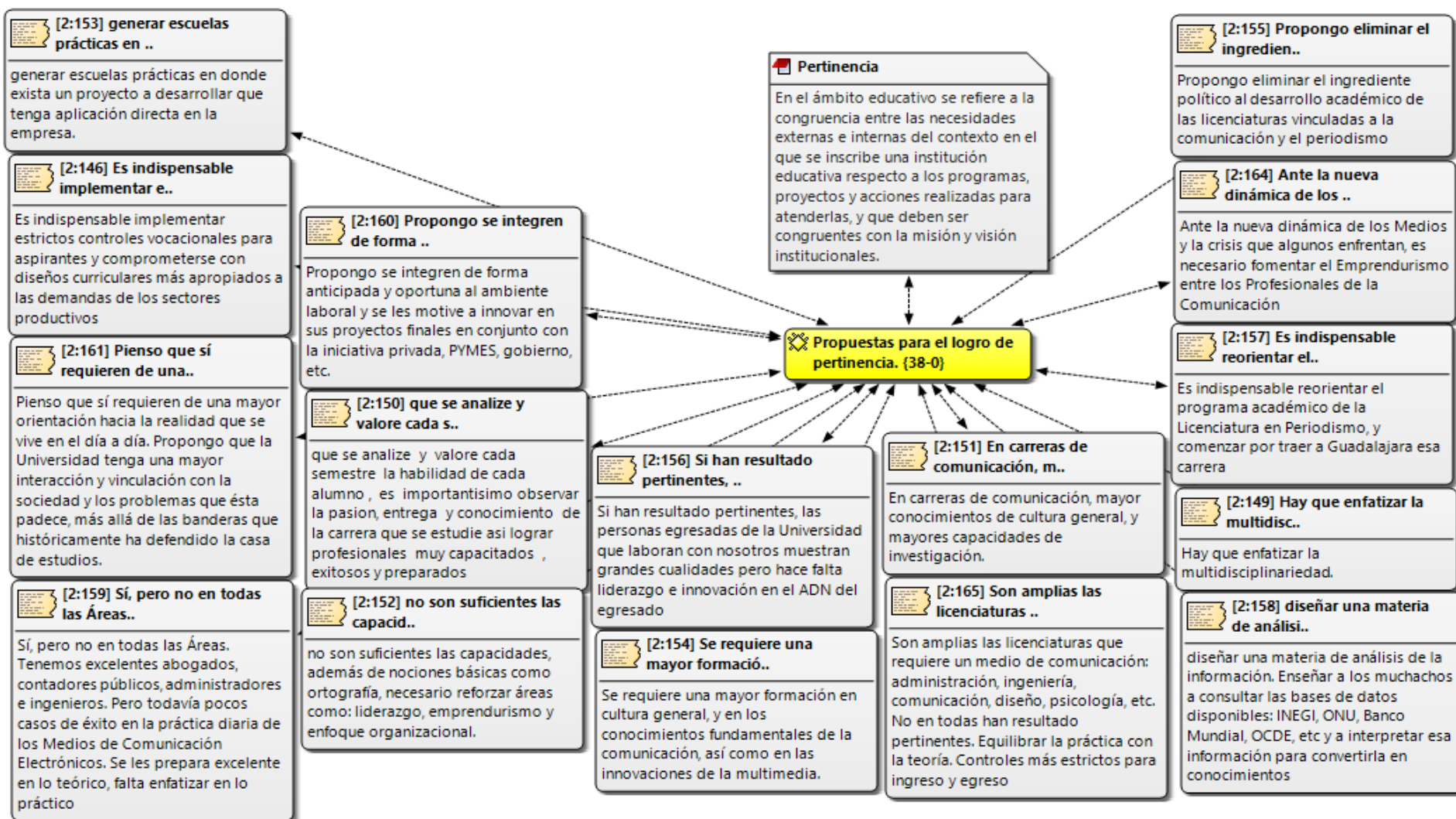


Briefing para Medios

Tema Importante	Propuestas para el logro de pertinencia.
Noes	Planes conjuntos Universidad-Empresa, necesidad de ajustes para la vinculación, aprovechar la figura de los consejos sociales para valorar el logro, solicitar planes de negocios a cambio de tesis, educación continua para la vida y para vincular con empresas
Síes	Planes conjuntos Universidad-Empresa, necesidad de ajustes para la vinculación, aprovechar la figura de los consejos sociales para valorar el logro, solicitar planes de negocios a cambio de tesis, educación continua para la vida y para vincular con empresas
Posicionamiento	La congruencia entre conocimientos y capacidades es una actividad conjunta que la Universidad combina con la sociedad.
Concepto campaña	La congruencia entre conocimientos y capacidades es una actividad conjunta que la Universidad de Guadalajara combina y convenía con la sociedad, no solo a través de servicio social y practicas profesionales.



Sector Medios de Comunicación: Escuelas prácticas y aplicadas, controles vocacionales para aspirantes, interacción y vinculación social, enfatizar lo práctico, integrar de manera anticipada el ambiente laboral, eliminar el ingrediente político al desarrollo académico, fomentar emprendurismo, formar en innovaciones en multimedia, análisis de información, liderazgo y enfoque organizacional.

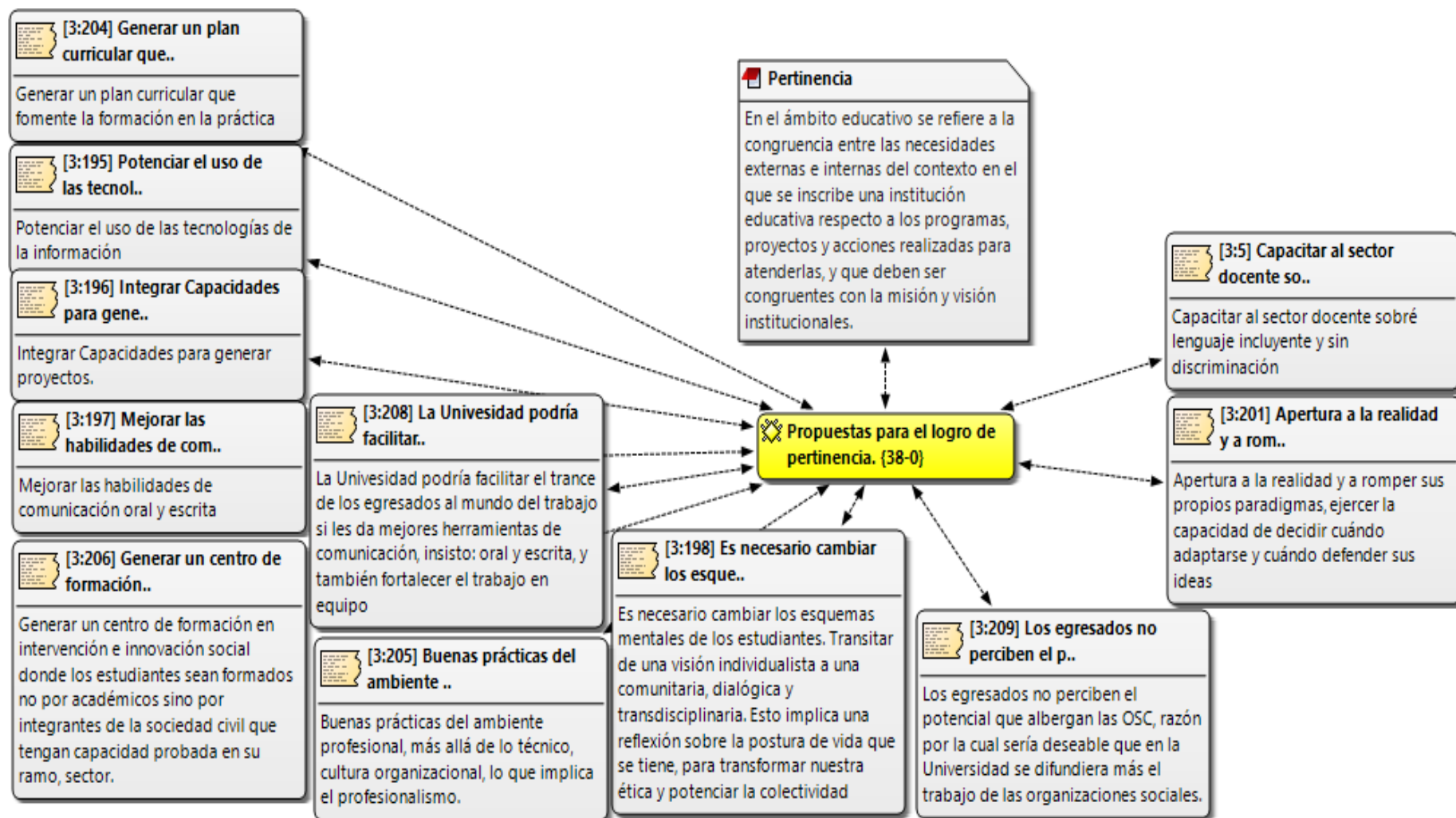


Briefing para Medios

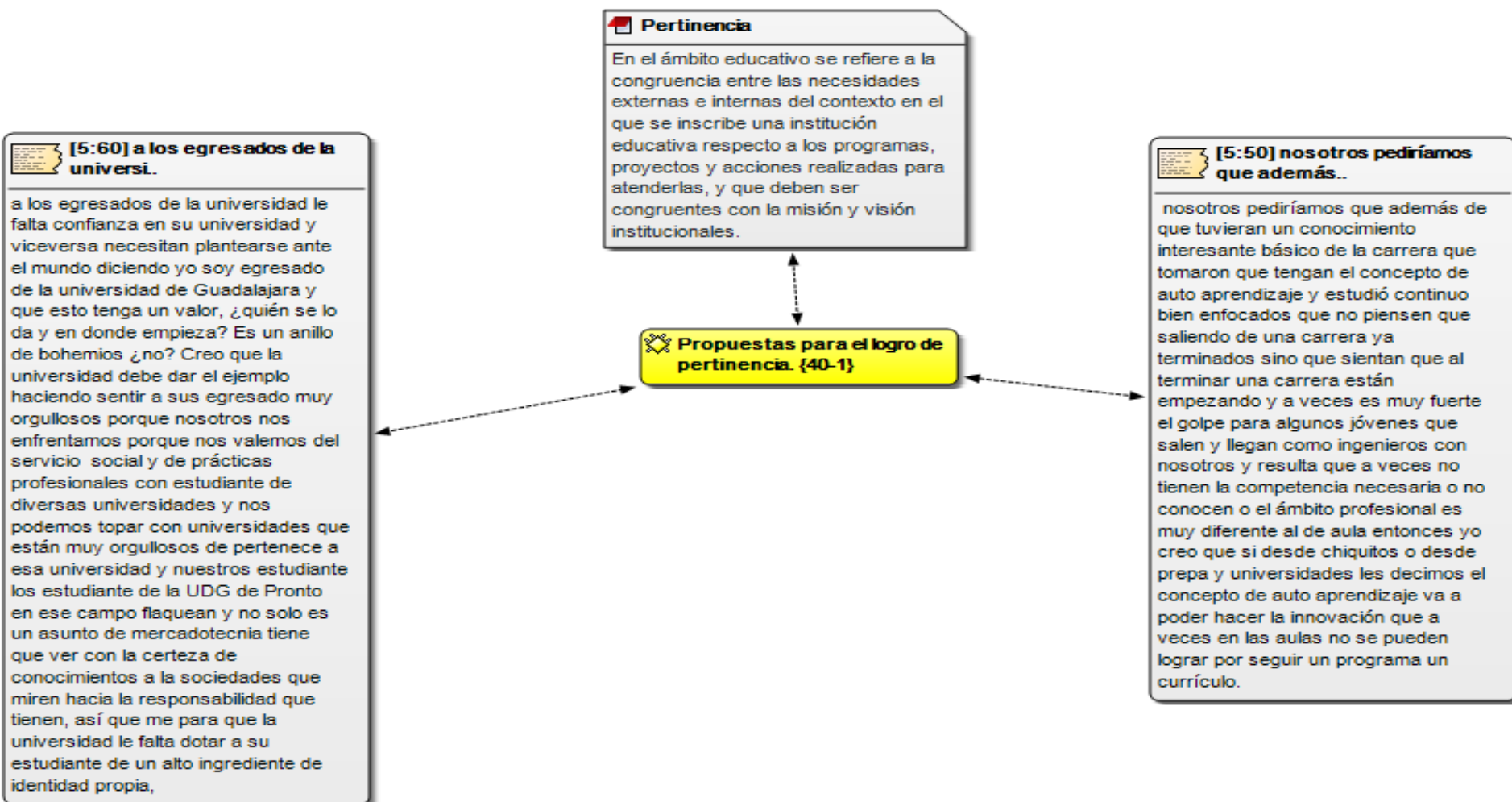
Tema Importante	Propuestas para el logro de pertinencia.
Noes	Escuelas practicas y aplicadas, controles vocacionales para aspirantes, interacción y vinculación social, enfatizar lo practico, integrar de manera anticipada el ambiente laboral, eliminar el ingrediente político al desarrollo académico, fomentar emprendurismo, formar en innovaciones en multimedia, análisis de información, liderazgo y enfoque organizacional.
Síes	Escuelas practicas y aplicadas, controles vocacionales para aspirantes, interacción y vinculación social, enfatizar lo practico, integrar de manera anticipada el ambiente laboral, eliminar el ingrediente político al desarrollo académico, fomentar emprendurismo, formar en innovaciones en multimedia, análisis de información, liderazgo y enfoque organizacional.
Posicionamiento	La congruencia y el logro de la pertinencia requieren de anticipar los ambientes laborales al interior de la Universidad
Concepto campaña	El logro de la pertinencia requiere de la anticipación de ambientes laborales al interior de la Universidad de Guadalajara.



Sector Social: Planes curriculares que fomenten la formación en la práctica, generar un centro de formación e intervención e innovación social formado por integrantes de la sociedad civil que tengan capacidad probada en su sector. Buenas prácticas del ambiente profesional, apertura a la realidad.



Sector Social T



Briefing para Medios

Tema Importante	Propuestas para el logro de pertinencia.
Noes	Planes curriculares que fomenten la formación en la practica, generar un centro de formación e intervención e innovación social formado por integrantes de la sociedad civil que tengan capacidad probada en su sector. Buenas practicas del ambiente profesional, apertura a la realidad.
Síes	Planes curriculares que fomenten la formación en la practica, generar un centro de formación e intervención e innovación social formado por integrantes de la sociedad civil que tengan capacidad probada en su sector. Buenas practicas del ambiente profesional, apertura a la realidad.
Posicionamiento	La congruencia entre conocimientos y capacidades es una actividad conjunta que la Universidad combina y convenia con la sociedad.
Concepto campaña	Planes curriculares que fomenten la formación en la practica, generar un centro de intervención e innovación social formado por integrantes de la sociedad civil que tengan capacidad probada en su sector con buenas practicas del ambiente profesional y apertura a la realidad.

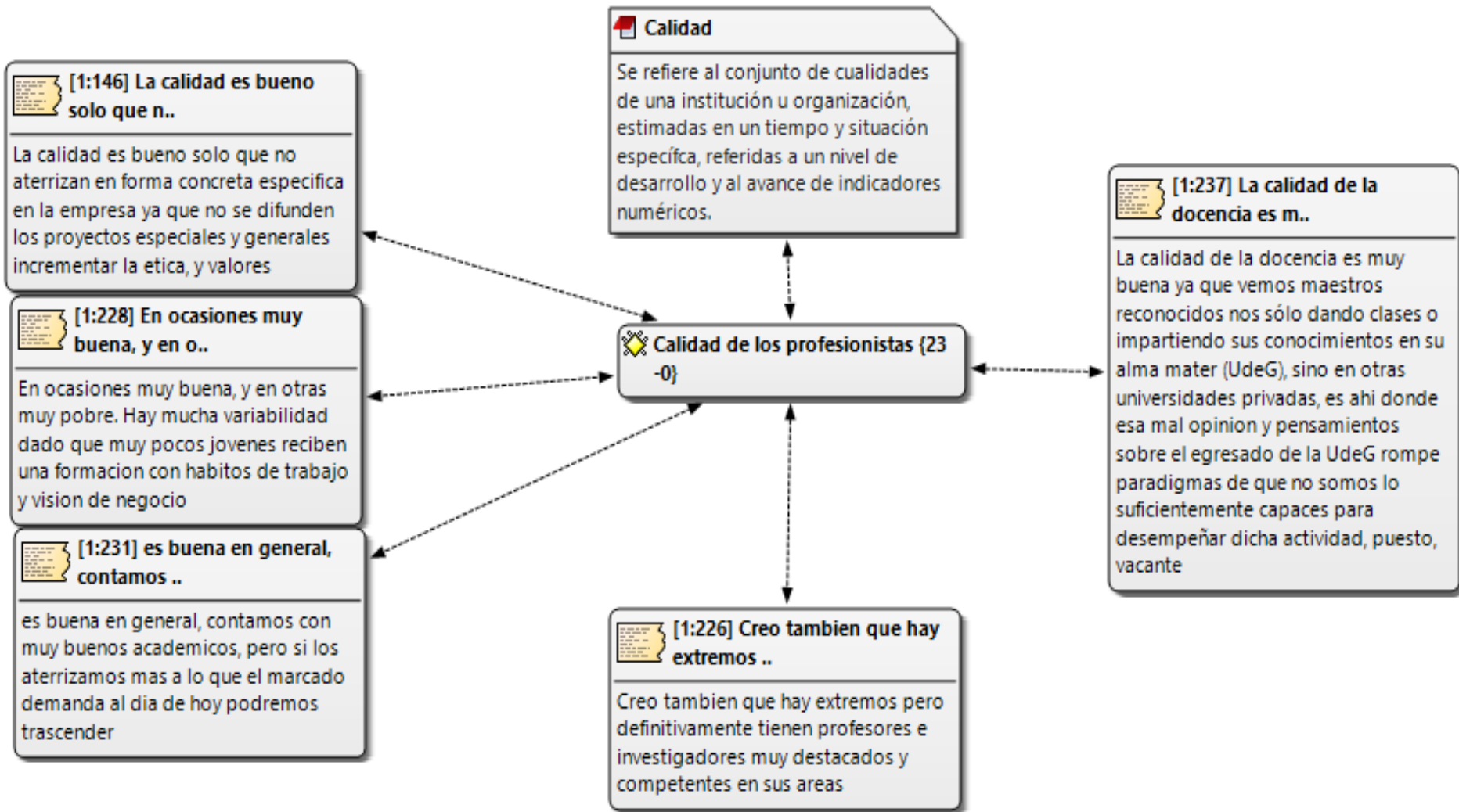


2.19 Calidad de los profesionistas

¿La Calidad de los profesionistas, investigadores y consultores de la Universidad de Guadalajara satisface sus expectativas?



Sector Económico: Buena calidad en general, pero no aterrizan en forma concreta y específica en las empresas ni en lo que el mercado demanda, les falta hábitos de trabajo y visión de negocios. La universidad requiere realizar una investigación de las necesidades sectoriales o regionales y darles respuestas, para tener profesionistas de calidad



Sector Económico T

[7:16] Cuando hablamos de calidad de ..

Cuando hablamos de calidad de los profesionistas pues a veces los empresarios las relacionamos con las respuestas de que tenemos en nuestra empresa o en nuestro sector productivo, sin embargo existen muchas, otras orientaciones o necesidades, esto es ¿verdad? Necesidades desde el punto de vista de investigación, necesidades desde el punto de vista de difusión, hablando de las necesidades del sector productivo es necesario aquí que la universidad pueda ajustar esa respuesta con la creación de institutos de investigación específicos donde Jalisco tiene una necesidad productiva donde sobresale la fortaleza, por ejemplo, si hablo del sector plásticos, hay una necesidad de investigar muy profundamente en plásticos, hay que crear un núcleo de investigación en ese sector para dar respuesta a ese puntual ¿por qué? porque las necesidades también de la universidad es también formativa de docencia y para poder dar respuesta a esas necesidades, por ejemplo, de la ciudad digital, de Tlaquepaque en cuestión de la cerámica, de la industria tequilera para el sector regional de aquí tequilero y yo hablo para la industria de plástico, entonces es necesario crear específicamente esos centros de investigación por las necesidades regionales de Jalisco y donde haya esa fortaleza de desarrollo que estuvo o se desarrolló por esfuerzos del sector empresarial como el caso de la avicultura, el caso de la producción de leche, se ha desarrollado por una necesidad, hay que impulsar hay que dar una respuesta específica.

Calidad

Se refiere al conjunto de cualidades de una institución u organización, estimadas en un tiempo y situación específica, referidas a un nivel de desarrollo y al avance de indicadores numéricos.

Calidad de los profesionistas {25 -0}

[7:11] yo quiero platicarles una hist..

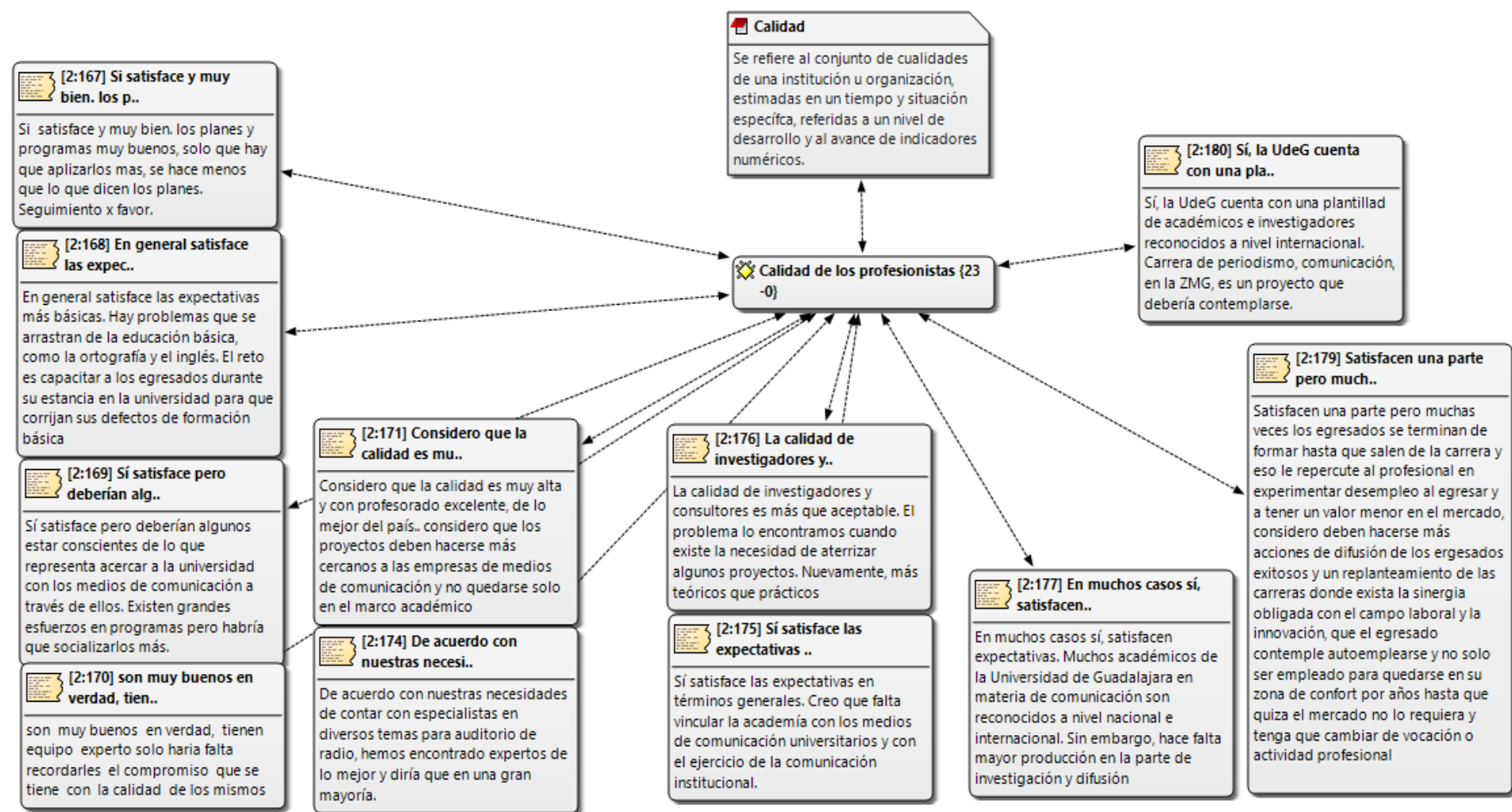
yo quiero platicarles una historia de éxito que he tenido con alumnos del CUCEA este, curiosamente ya ven que los anuncios del periódico en ocasiones anteriores digamos de 2 tres años hacia atrás decían "de todas las universidades menos UDG" y por ahí algunos de mis alumnos y digo mis alumnos porque estoy orgullosa de ello, algunos de mis alumnos se atrevieron aunque aun cuando decía el anuncio no UDG fueron y dijeron "permítanme, sin que me paguen, hacer una prueba" se quedaron y de hecho esa empresa pone solamente egresados UDG, que también son fortalezas que también no toda es mala.

Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los profesionistas.
Noes	Buena calidad en general, pero no aterrizan en forma concreta y especifica en las empresas ni en lo que el mercado demanda, les falta hábitos de trabajo y visión de negocios. La universidad requiere realizar una investigación de las necesidades sectoriales o regionales y darles respuestas, para tener profesionistas de calidad
Síes	Buena calidad en general, pero no aterrizan en forma concreta y especifica en las empresas ni en lo que el mercado demanda, les falta hábitos de trabajo y visión de negocios. La universidad requiere realizar una investigación de las necesidades sectoriales o regionales y darles respuestas, para tener profesionistas de calidad
Posicionamiento	Los profesionistas de calidad son los que conocen las necesidades y problemas de los sectores y las regiones y están preparados para dar soluciones.
Concepto campaña	Los profesionistas de calidad, que forma la Universidad de Guadalajara, son los que conocen las necesidades y problemas de los sectores y las regiones y están preparados para dar soluciones.



Sector Medios de Comunicación: Excelentes académicos, de gran calidad, planes y programas muy buenos, solo que hay que aplicarlos mas, se hace menos que lo que dicen los planes. Necesario socializar el compromiso con la calidad, los proyectos deben hacerse mas cercanos a las empresas de comunicación y no quedar solo en el marco académico. Mas teórico que prácticos, poca vinculación, falta mayor producción en difusión e investigación Dar a conocer a los egresados exitosos.

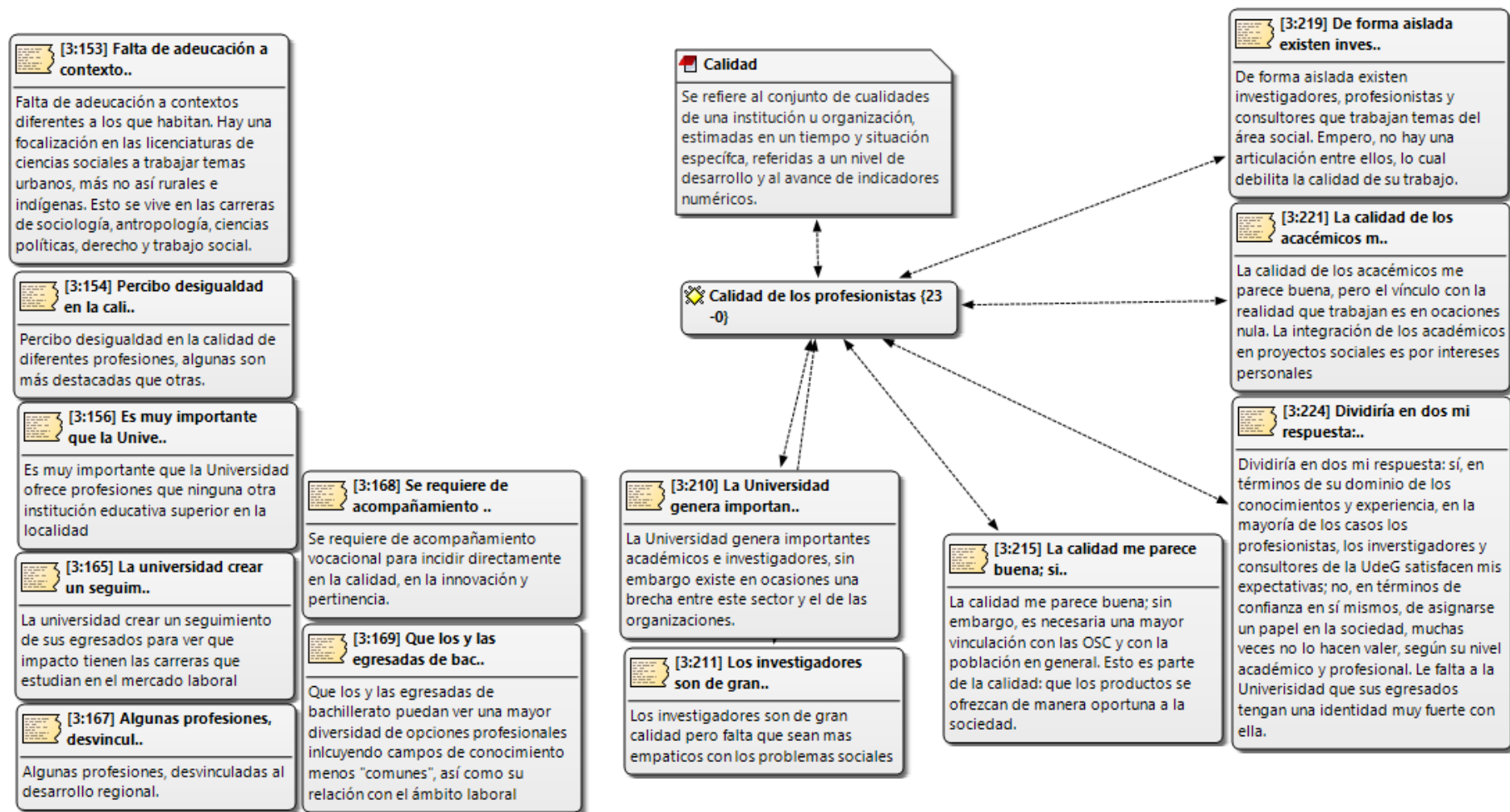


Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los profesionistas.
Noes	Excelentes académicos, de gran calidad, planes y programas muy buenos, solo que hay que aplicarlos mas, se hace menos que lo que dicen los planes. Necesario socializar el compromiso con la calidad, los proyectos deben hacerse mas cercanos a las empresas de comunicación y no quedar solo en el marco académico. Mas teórico que prácticos, poca vinculación, falta mayor producción en difusión e investigación Dar a conocer a los egresados exitosos.
Síes	Excelentes académicos, de gran calidad, planes y programas muy buenos, solo que hay que aplicarlos mas, se hace menos que lo que dicen los planes. Necesario socializar el compromiso con la calidad, los proyectos deben hacerse mas cercanos a las empresas de comunicación y no quedar solo en el marco académico. Mas teórico que prácticos, poca vinculación, falta mayor producción en difusión e investigación Dar a conocer a los egresados exitosos.
Posicionamiento	Los profesionistas de calidad son los que conocen las necesidades y problemas de los sectores y las regiones y están preparados para dar soluciones.
Concepto campaña	Los profesionistas de calidad, que forma la Universidad de Guadalajara, son los que conocen las necesidades y problemas de los sectores y las regiones y están preparados para dar soluciones de manera ¡Tenemos ejemplos de éxito!



Sector Social: Muy buena calidad pero falta adecuación a contextos diferentes a los que habitan, desvinculados al desarrollo regional, se requiere acompañamiento vocacional, brecha entre sectores académicos y de las organizaciones, falta mayor empatía con los problemas sociales, es necesaria una mayor vinculación con las Osc y la población en general, no hay articulación, a los egresados les falta autoconfianza e identidad con la Udg



Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los profesionistas.
Noes	Muy buena calidad pero falta adecuación a contextos diferentes a los que habitan, desvinculados al desarrollo regional, se requiere acompañamiento vocacional, brecha entre sectores académicos y de las organizaciones, falta mayor empatía con los problemas sociales, es necesaria una mayor vinculación con las Osc y la población en general, no hay articulación, a los egresados les falta autoconfianza e identidad con la Udg
Síes	Muy buena calidad pero falta adecuación a contextos diferentes a los que habitan, desvinculados al desarrollo regional, se requiere acompañamiento vocacional, brecha entre sectores académicos y de las organizaciones, falta mayor empatía con los problemas sociales, es necesaria una mayor vinculación con las Osc y la población en general, no hay articulación, a los egresados les falta autoconfianza e identidad con la Udg
Posicionamiento	La calidad tiene que ver con la confianza e identidad de nuestros profesionistas con la Universidad de Guadalajara
Concepto campaña	La calidad de los profesionistas de la Universidad de Guadalajara tiene que ver con la confianza en sus conocimientos y la identidad con nuestra institución, .

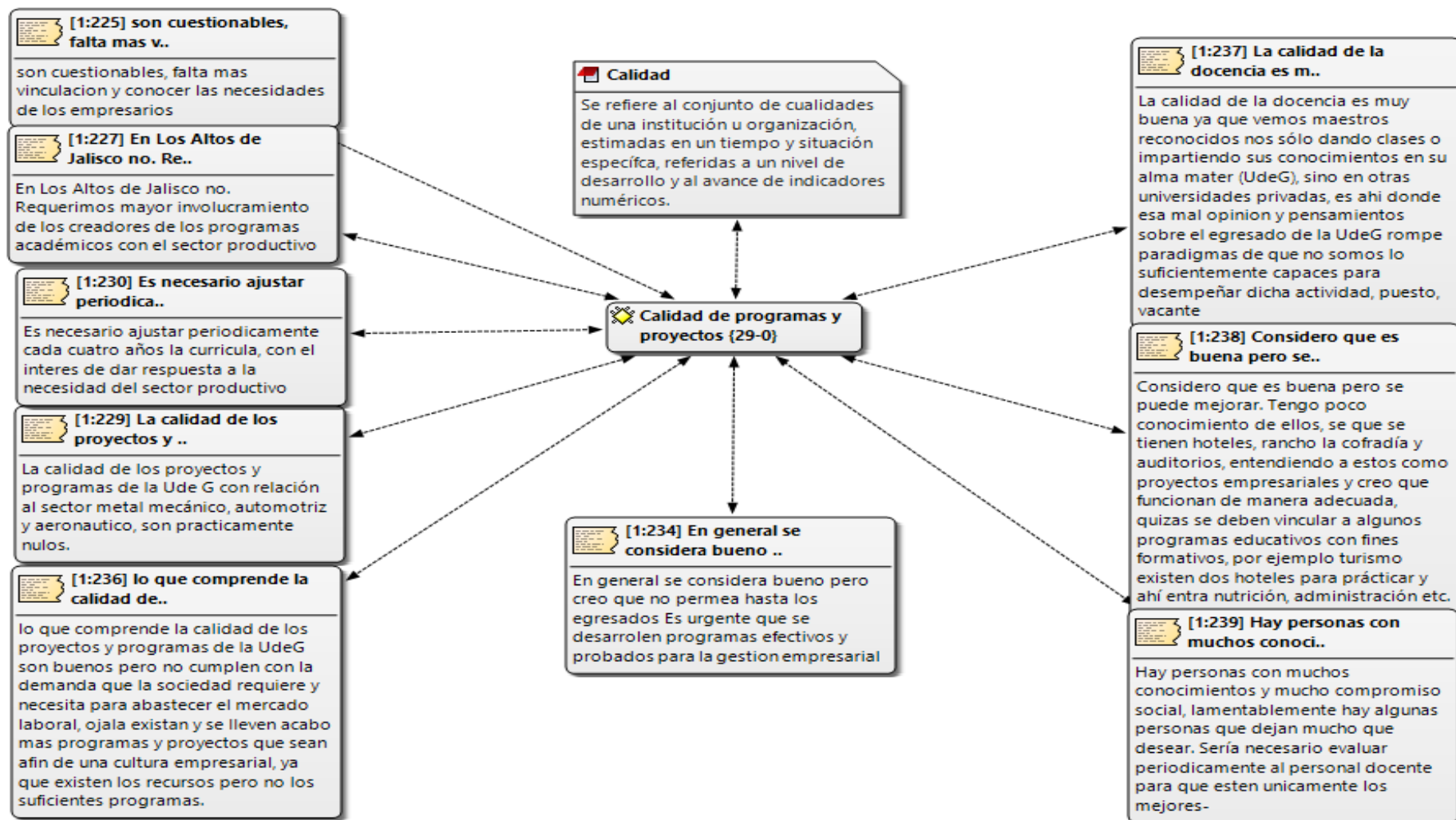


2.20 Calidad de programas y proyectos

¿Cuál es su opinión respecto a la Calidad de los proyectos y programas de la Universidad de Guadalajara en el área social?



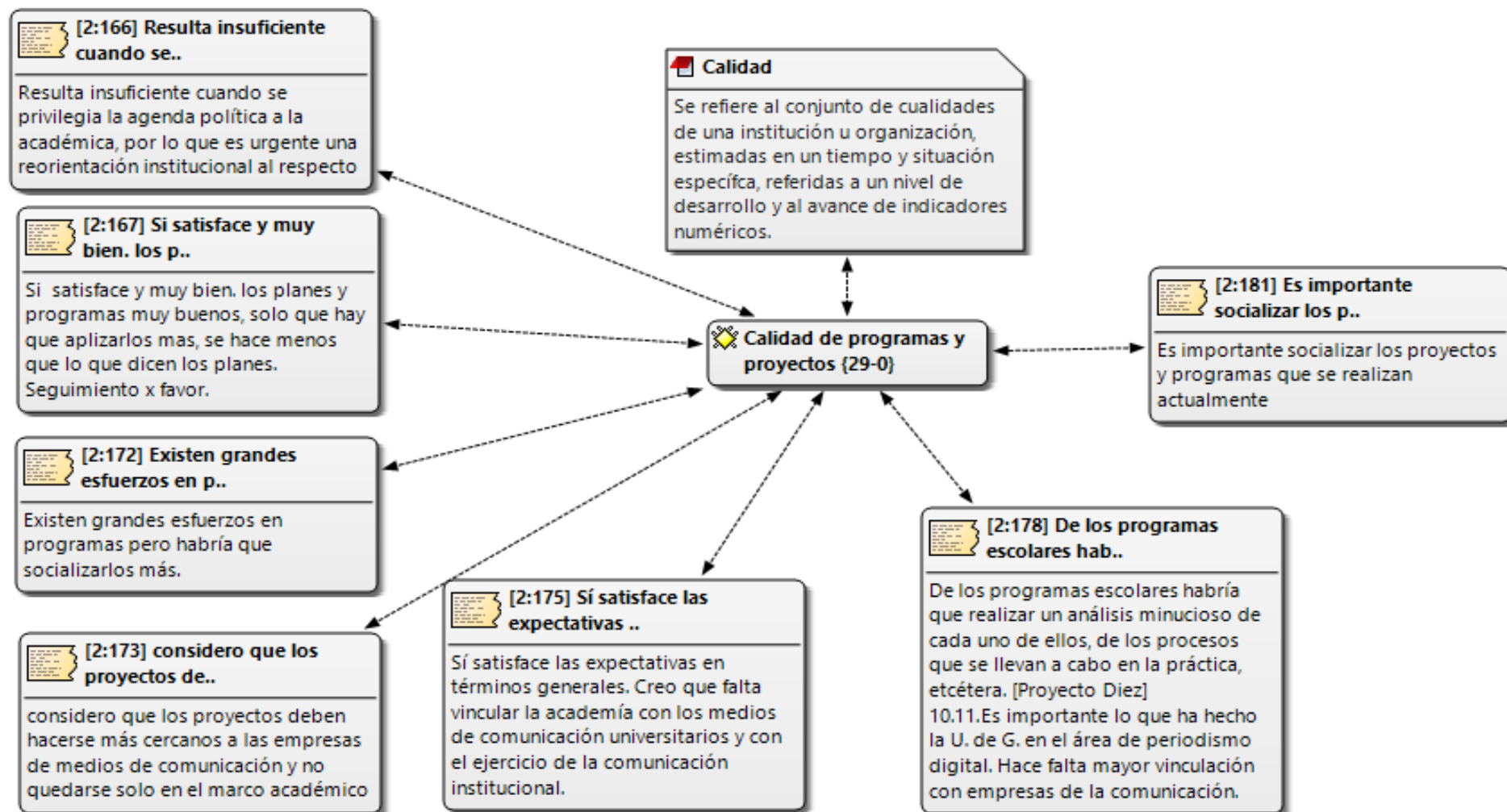
Sector Económico: Es urgente que se desarrollen programas efectivos y probados para la gestión y los sectores productivos, en algunos sectores son prácticamente nulos, no cumplen con la demanda de la sociedad, falta vinculación y es necesario ajustar periódicamente la curricula, la calidad de la docencia es buena pero con excepciones.



Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los programas y proyectos
Noes	Es urgente que se desarrollen programas efectivos y probados para la gestión y los sectores productivos, en algunos sectores son prácticamente nulos, no cumplen con la demanda de la sociedad, falta vinculación y es necesario ajustar periódicamente la curricula, la calidad de la docencia es buena pero con excepciones.
Síes	Es urgente que se desarrollen programas efectivos y probados para la gestión y los sectores productivos, en algunos sectores son prácticamente nulos, no cumplen con la demanda de la sociedad, falta vinculación y es necesario ajustar periódicamente la curricula, la calidad de la docencia es buena pero con excepciones.
Posicionamiento	La calidad de los programas y proyectos para la gestión de los sectores productivos debe ser probada y efectiva, ajustandose periódicamente y respondiendo a su demanda.
Concepto campaña	La calidad de los programas y proyectos debe responder a la demanda de los diversos sectores de la sociedad.

Sector Medios de Comunicación: Resulta insuficiente cuando se privilegia la agenda política a la académica, urgente una reorientación institucional. Falta vincular la academia con los medios de comunicación universitaria y con el ejercicio de la comunicación institucional, importante socializar proyectos y programas que se realizan.

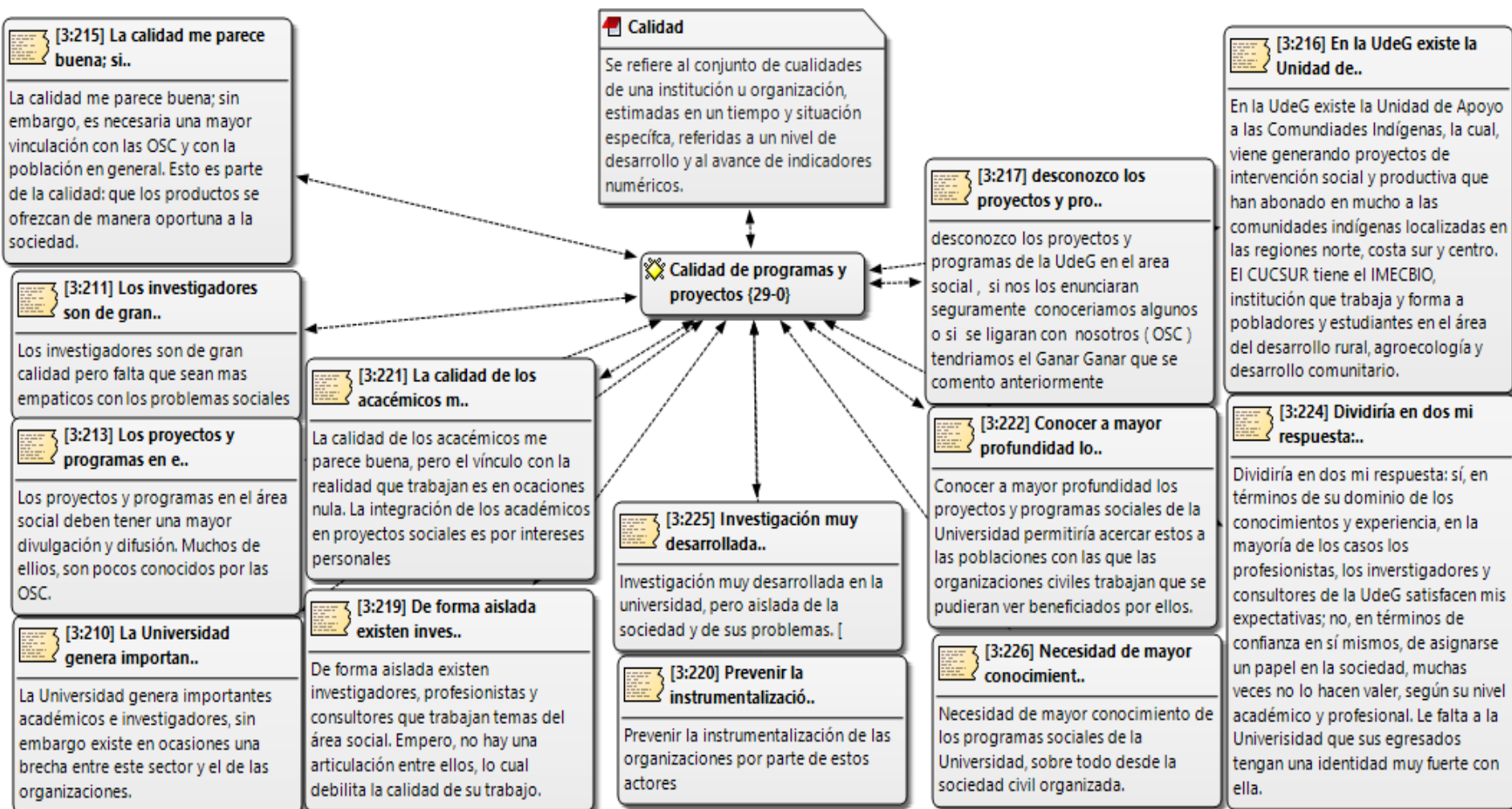


Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los programas y proyectos
Noes	Resulta insuficiente cuando se privilegia la agenda política a la académica, urgente una reorientación institucional. Falta vincular la academia con los medios de comunicación universitaria y con el ejercicio de la comunicación institucional, importante socializar proyectos y programas que se realizan.
Síes	Resulta insuficiente cuando se privilegia la agenda política a la académica, urgente una reorientación institucional. Falta vincular la academia con los medios de comunicación universitaria y con el ejercicio de la comunicación institucional, importante socializar proyectos y programas que se realizan.
Posicionamiento	La calidad de los programas y proyectos de la Universidad de Guadalajara requieren reorientarse institucionalmente, privilegiando la agenda académica y de formación profesional vinculada con la sectores sociales.
Concepto campaña	La calidad de los programas y proyectos de la Universidad de Guadalajara requieren reorientarse institucionalmente, privilegiando la agenda académica y de formación profesional vinculada con la sectores sociales.



Sector Social: Buena y excelente calidad de programas y proyectos, pero necesario se ofrezcan de manera oportuna a la sociedad, con mayor cercanía, mayor difusión y divulgación, mas articulada, menos aislada de la sociedad pues debilita su calidad. Prevenir la instrumentalización de las organizaciones sociales por parte de estos actores



Briefing para Medios

Tema Importante	Calidad de los programas y proyectos
Noes	Necesario se ofrezcan de manera oportuna a la sociedad, con mayor cercanía, mayor difusión y divulgación, mas articulada, menos aislada de la sociedad pues debilita su calidad. Prevenir la instrumentalización de las organizaciones sociales por parte de estos actores, por otra parte también se considera que es buena y excelente la calidad de programas y proyectos,
Síes	Buena y excelente calidad de programas y proyectos, pero necesario se ofrezcan de manera oportuna a la sociedad, con mayor cercanía, mayor difusión y divulgación, mas articulada, menos aislada de la sociedad pues debilita su calidad. Prevenir la instrumentalización de las organizaciones sociales por parte de estos actores
Posicionamiento	La calidad de los programas y proyectos de la Universidad de Guadalajara deben prevenir la instrumentalización de las organizaciones y sectores sociales, presentándose de manera oportuna, con mayor cercanía, difusión y divulgación, mas articulada, menos aislada de la sociedad.
Concepto campaña	La calidad de los programas y proyectos de la Universidad de Guadalajara deben prevenir la instrumentalización de las organizaciones y sectores sociales, presentándose de manera oportuna, con mayor cercanía, difusión y divulgación, mas articulada, menos aislada de la sociedad.

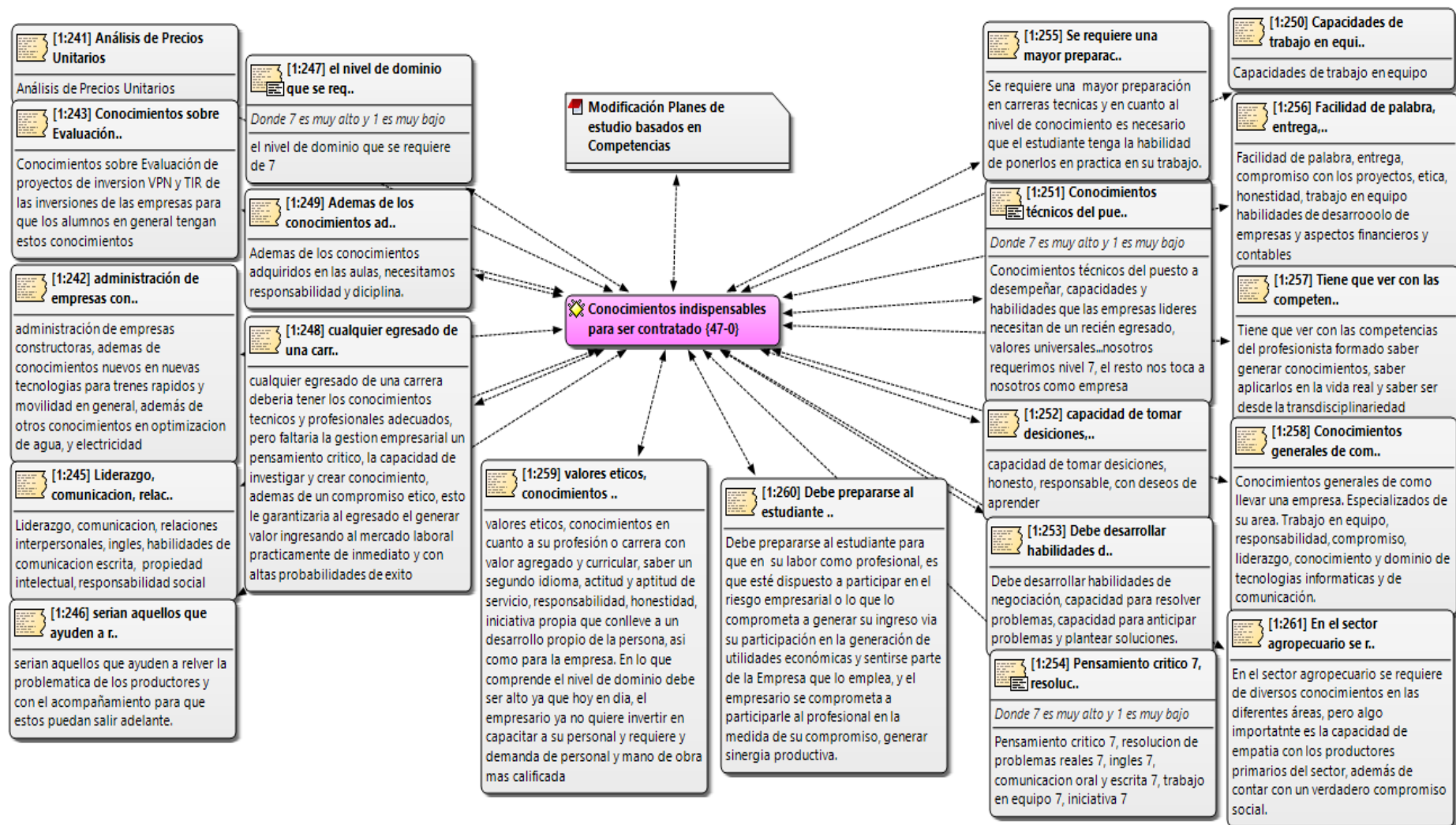


2.21 Conocimientos indispensables para ser contratado

Señale los conocimientos, capacidades y habilidades, que considera indispensables en un profesional, para ser contratado en su organización o sector.



Sector Económico: Evaluación de proyectos de inversión VPN, TIR, análisis de precios unitarios, tecnologías multimedia, generación de valor inmediato, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, se solicita un muy alto nivel de dominio de conocimientos y capacidades orientado al sector empresarial. Capacidades de negociación, comunicación, trabajo en equipo, compromiso, responsabilidad y saber ser desde la transdisciplinariedad.

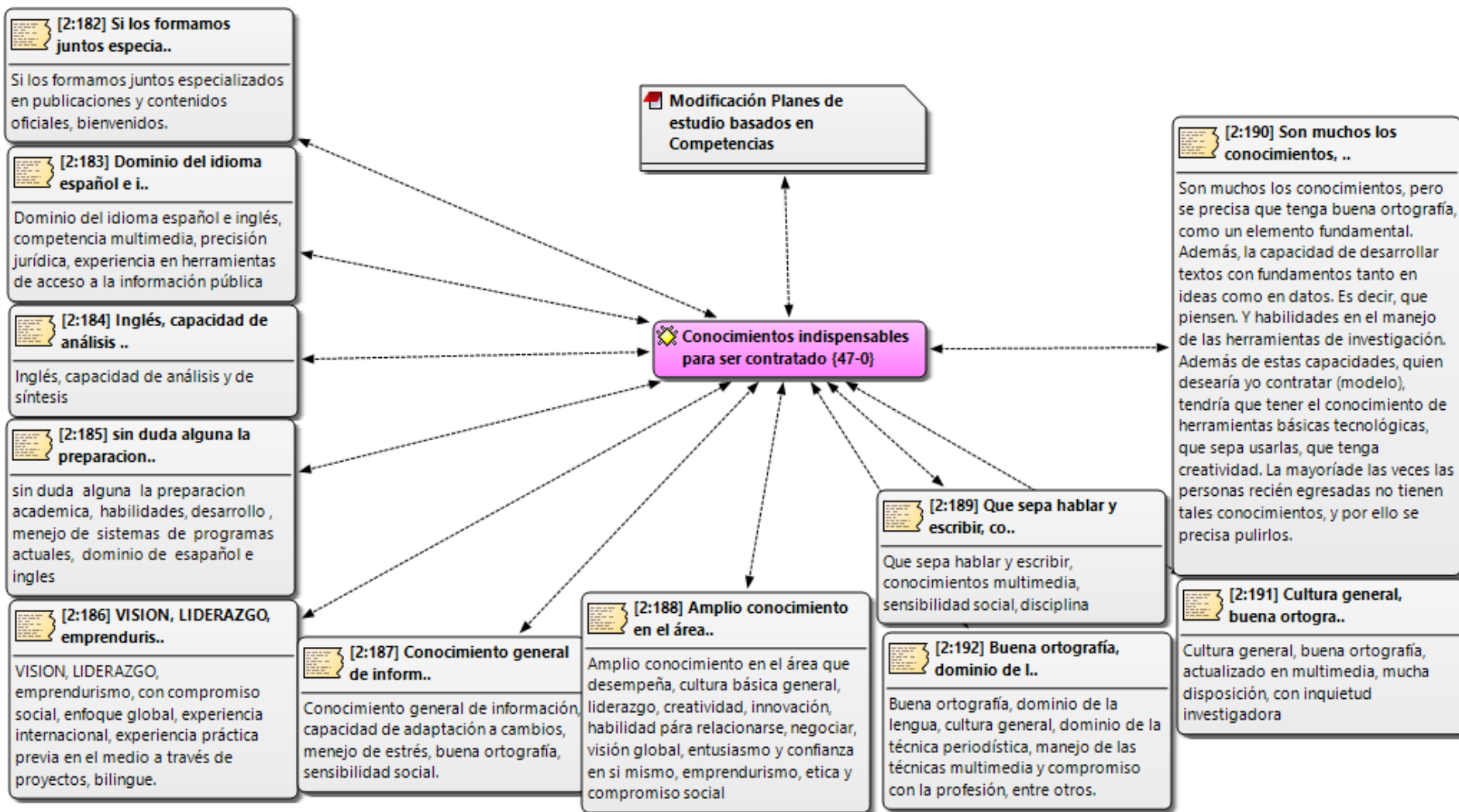


Briefing para Medios

Tema Importante	Conocimientos indispensables para ser contratados
Noes	Evaluación de proyectos de inversión VPN, TIR, análisis de precios unitarios, tecnologías multimedia, generación de valor inmediato, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, se solicita un muy alto nivel de dominio de conocimientos y capacidades orientado al sector empresarial. Capacidades de negociación, comunicación, trabajo en equipo, compromiso, responsabilidad y saber ser desde la transdisciplinariedad.
Síes	Evaluación de proyectos de inversión VPN, TIR, análisis de precios unitarios, tecnologías multimedia, generación de valor inmediato, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, se solicita un muy alto nivel de dominio de conocimientos y capacidades orientado al sector empresarial. Capacidades de negociación, comunicación, trabajo en equipo, compromiso, responsabilidad y saber ser desde la transdisciplinariedad.
Posicionamiento	Evaluación de proyectos de inversión VPN, TIR, análisis de precios unitarios, tecnologías multimedia, generación de valor inmediato, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, se solicita un muy alto nivel de dominio de conocimientos y capacidades orientado al sector empresarial. Capacidades de negociación, comunicación, trabajo en equipo, compromiso, responsabilidad y saber ser desde la transdisciplinariedad.



Sector Medios de comunicación: Formación conjunta y especializada con los sectores de medios de comunicación, dominio de idiomas, español, buena ortografía, cultura básica general, experiencia internacional, capacidad de análisis y síntesis, visión global y liderazgo, manejo de tics, entusiasmo y confianza en si mismos, creatividad e innovación, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, actualizados en multimedia, con disposición y disciplina, emprendurismo y ética, capacidad de adaptación a cambios y manejo de stress.

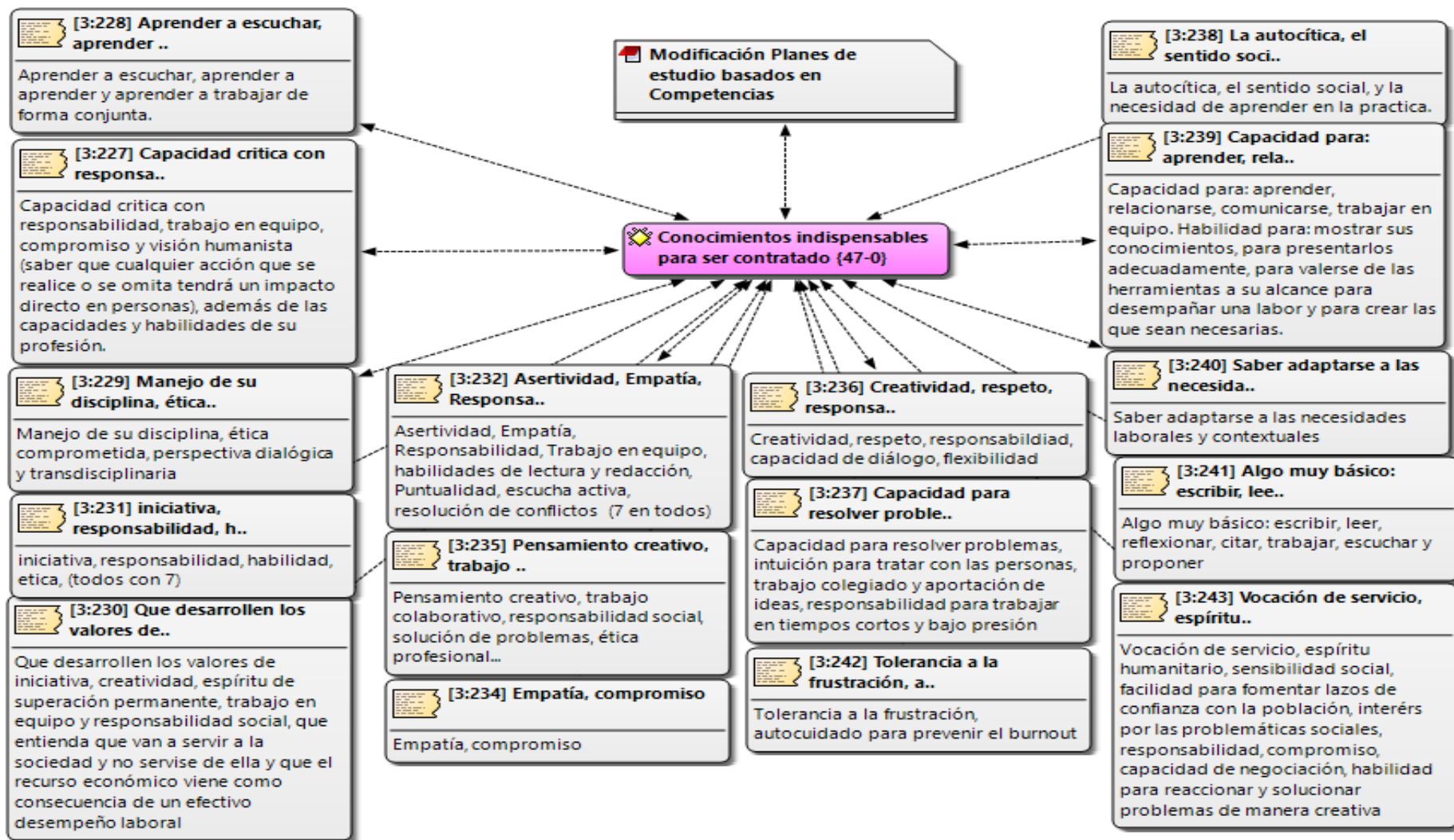


Briefing para Medios

Tema Importante	Conocimientos indispensables para ser contratados
Noes	Formación conjunta y especializada con los sectores de medios de comunicación, dominio de idiomas, español, buena ortografía, cultura básica general, experiencia internacional, capacidad de análisis y síntesis, visión global y liderazgo, manejo de tics, entusiasmo y confianza en si mismos, creatividad e innovación, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, actualizados en multimedia, con disposición y disciplina, emprendurismo y ética, capacidad de adaptación a cambios y manejo de stress.
Síes	Formación conjunta y especializada con los sectores de medios de comunicación, dominio de idiomas, español, buena ortografía, cultura básica general, experiencia internacional, capacidad de análisis y síntesis, visión global y liderazgo, manejo de tics, entusiasmo y confianza en si mismos, creatividad e innovación, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, actualizados en multimedia, con disposición y disciplina, emprendurismo y ética, capacidad de adaptación a cambios y manejo de stress.
Posicionamiento	Formación conjunta y especializada con los sectores de medios de comunicación, dominio de idiomas, español, buena ortografía, cultura básica general, experiencia internacional, capacidad de análisis y síntesis, visión global y liderazgo, manejo de tics, entusiasmo y confianza en si mismos, creatividad e innovación, Se requieren conocimientos técnicos y específicos ligados a generales, actualizados en multimedia, con disposición y disciplina, emprendurismo y ética, capacidad de adaptación a cambios y manejo de stress.



Sector Social: Vocación de servicio, espíritu humanitario, pero además capacidad profesional, sensibilidad social, facilidad para fomentar lazos de confianza con la población, interés por las problemáticas sociales, responsabilidad, compromiso, capacidad de negociación, habilidad para reaccionar y solucionar problemas de manera creativa, saber adaptarse a necesidades laborales y contextuales, respeto, flexibilidad, capacidad de diálogo, trabajo en equipo y de forma transdisciplinaria, iniciativa, puntualidad, escucha activa, aportación de ideas, habilidad para mostrar sus trabajos, conocimientos y crear los que necesite, trabajar en tiempos cortos y bajo presión, autocuidado para prevenir el burnout



Briefing para Medios

Tema Importante	Conocimientos indispensables para ser contratados
Noes	Vocación de servicio, espíritu humanitario, pero además capacidad profesional, sensibilidad social, facilidad para fomentar lazos de confianza con la población, interés por las problemáticas sociales, responsabilidad, compromiso, capacidad de negociación, habilidad para reaccionar y solucionar problemas de manera creativa, saber adaptarse a necesidades laborales y contextuales, respeto, flexibilidad, capacidad de dialogo, trabajo en equipo y de forma transdisciplinaria, iniciativa, puntualidad, escucha activa, aportación de ideas, habilidad para mostrar sus trabajos, conocimientos y crear los que necesite, trabajar en tiempos cortos y bajo presión, autocuidado para prevenir el burnout
Síes	Vocación de servicio, espíritu humanitario, pero además capacidad profesional, sensibilidad social, facilidad para fomentar lazos de confianza con la población, interés por las problemáticas sociales, responsabilidad, compromiso, capacidad de negociación, habilidad para reaccionar y solucionar problemas de manera creativa, saber adaptarse a necesidades laborales y contextuales, respeto, flexibilidad, capacidad de dialogo, trabajo en equipo y de forma transdisciplinaria, iniciativa, puntualidad, escucha activa, aportación de ideas, habilidad para mostrar sus trabajos, conocimientos y crear los que necesite, trabajar en tiempos cortos y bajo presión, autocuidado para prevenir el burnout
Posicionamiento	Vocación de servicio, espíritu humanitario, pero además capacidad profesional, sensibilidad social, facilidad para fomentar lazos de confianza con la población, interés por las problemáticas sociales, responsabilidad, compromiso, capacidad de negociación, habilidad para reaccionar y solucionar problemas de manera creativa, saber adaptarse a necesidades laborales y contextuales, respeto, flexibilidad, capacidad de dialogo, trabajo en equipo y de forma transdisciplinaria, iniciativa, puntualidad, escucha activa, aportación de ideas, habilidad para mostrar sus trabajos, conocimientos y crear los que necesite, trabajar en tiempos cortos y bajo presión, autocuidado para prevenir el burnout



2.22 Valoración de Conocimientos, Competencias

- ¿Cuál es el nivel de dominio que su sector requiere de egresados universitarios en los siguientes conocimientos y competencias?

Donde 7 es muy alto y 1 es muy bajo.

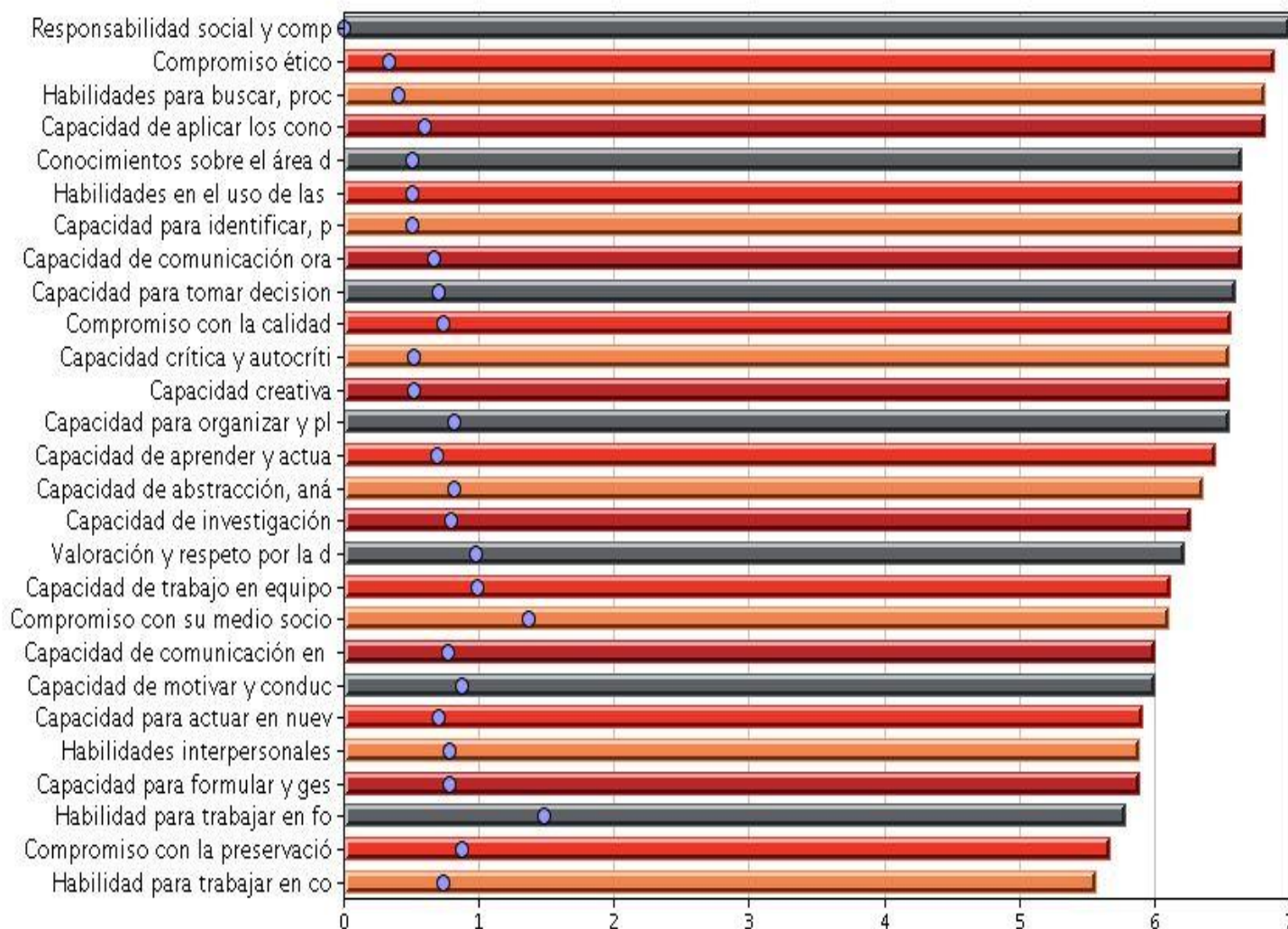
Gráfica y Matrices.



Sector Medios de Comunicación

Total del Promedio de Votación para el Criterio: Likert

Total del Promedio de Votación: Seleccionar un valor.



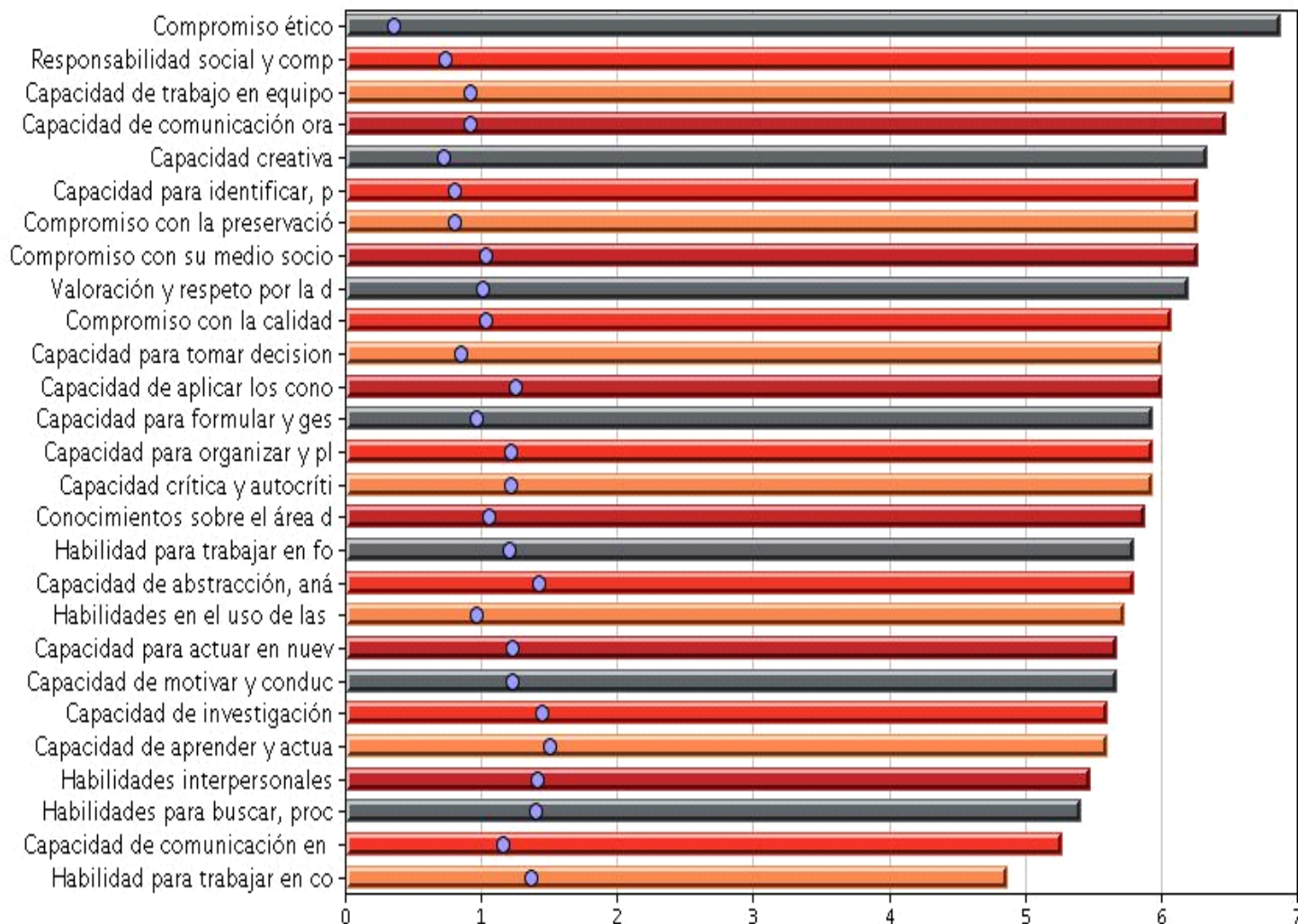
		Distribución de Votos										
#	Elementos de Votación	1	2	3	4	5	6	7	Promedio de Anotación	Total	STD	Votos
1.	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis	-	-	-	-	2	3	6	6,36	70,00	0,81	11
2.	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	-	-	-	-	1	-	10	6,82	75,00	0,60	11
3.	Capacidad para organizar y planificar el tiempo	-	-	-	-	2	1	8	6,55	72,00	0,82	11
4.	Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión	-	-	-	-	-	4	7	6,64	73,00	0,50	11
5.	Responsabilidad social y compromiso ciudadano	-	-	-	-	-	-	11	7,00	77,00	0,00	11
6.	Capacidad de comunicación oral y escrita	-	-	-	-	1	2	8	6,64	73,00	0,67	11
7.	Capacidad de comunicación en un segundo idioma	-	-	-	-	3	5	3	6,00	66,00	0,77	11
8.	Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación	-	-	-	-	-	4	7	6,64	73,00	0,50	11
9.	Capacidad de investigación	-	-	-	-	2	4	5	6,27	69,00	0,79	11
10.	Capacidad de aprender y actualización permanentemente	-	-	-	-	1	4	6	6,45	71,00	0,69	11
11.	Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas	-	-	-	-	-	2	9	6,82	75,00	0,40	11
12.	Capacidad crítica y autocrítica	-	-	-	-	-	5	6	6,55	72,00	0,52	11
13.	Capacidad para actuar en nuevas situaciones	-	-	-	-	3	6	2	5,91	65,00	0,70	11
14.	Capacidad creativa	-	-	-	-	-	5	6	6,55	72,00	0,52	11
15.	Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	-	-	-	-	-	4	7	6,64	73,00	0,50	11
16.	Capacidad para tomar decisiones	-	-	-	-	1	2	7	6,60	66,00	0,70	10
17.	Capacidad de trabajo en equipo	-	-	-	-	3	1	4	6,12	49,00	0,99	8
18.	Habilidades interpersonales	-	-	-	-	3	4	2	5,89	53,00	0,78	9
19.	Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes	-	-	-	-	3	3	3	6,00	54,00	0,87	9
20.	Compromiso con la preservación del medio ambiente	-	-	-	-	5	2	2	5,67	51,00	0,87	9
21.	Compromiso con su medio socio-cultural	-	-	1	-	1	2	5	6,11	55,00	1,36	9
22.	Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad	-	-	-	1	-	4	4	6,22	56,00	0,97	9
23.	Habilidad para trabajar en contextos internacionales	-	-	-	1	2	6	-	5,56	50,00	0,73	9
24.	Habilidad para trabajar en forma autónoma	-	-	1	1	1	2	4	5,78	52,00	1,48	9
25.	Capacidad para formular y gestionar proyectos	-	-	-	-	3	4	2	5,89	53,00	0,78	9
26.	Compromiso ético	-	-	-	-	-	1	8	6,89	62,00	0,33	9
27.	Compromiso con la calidad	-	-	-	-	1	2	6	6,56	59,00	0,73	9



Sector Social

Total del Promedio de Votación para el Criterio: Likert

Total del Promedio de Votación: Seleccionar un valor.



#	Elementos de Votación	Distribución de Votos							Promedio de Anotación	Total	STD	Votos
		1	2	3	4	5	6	7				
1.	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis	-	-	2	1	1	5	6	5,80	87,00	1,42	15
2.	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	-	-	1	1	2	4	7	6,00	90,00	1,25	15
3.	Capacidad para organizar y planificar el tiempo	-	-	1	1	2	5	6	5,93	89,00	1,22	15
4.	Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión	-	-	-	2	3	5	5	5,87	88,00	1,06	15
5.	Responsabilidad social y compromiso ciudadano	-	-	-	-	2	3	10	6,53	98,00	0,74	15
6.	Capacidad de comunicación oral y escrita	-	-	-	1	1	3	10	6,47	97,00	0,92	15
7.	Capacidad de comunicación en un segundo idioma	-	-	-	5	4	3	3	5,27	79,00	1,16	15
8.	Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación	-	-	-	2	3	7	3	5,73	86,00	0,96	15
9.	Capacidad de investigación	-	1	-	2	3	4	5	5,60	84,00	1,45	15
10.	Capacidad de aprender y actualización permanentemente	-	1	-	3	1	5	5	5,60	84,00	1,50	15
11.	Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas	-	-	1	4	3	2	5	5,40	81,00	1,40	15
12.	Capacidad crítica y autocrítica	-	-	-	3	2	3	7	5,93	89,00	1,22	15
13.	Capacidad para actuar en nuevas situaciones	-	-	1	1	5	3	5	5,67	85,00	1,23	15
14.	Capacidad creativa	-	-	-	-	2	6	7	6,33	95,00	0,72	15
15.	Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	-	-	-	-	3	5	7	6,27	94,00	0,80	15
16.	Capacidad para tomar decisiones	-	-	-	-	5	5	5	6,00	90,00	0,85	15
17.	Capacidad de trabajo en equipo	-	-	-	1	1	2	11	6,53	98,00	0,92	15
18.	Habilidades interpersonales	-	-	2	2	2	5	4	5,47	82,00	1,41	15
19.	Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes	-	-	1	2	2	6	4	5,67	85,00	1,23	15
20.	Compromiso con la preservación del medio ambiente	-	-	-	-	3	5	7	6,27	94,00	0,80	15
21.	Compromiso con su medio socio-cultural	-	-	-	2	-	5	8	6,27	94,00	1,03	15
22.	Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad	-	-	-	1	3	3	8	6,20	93,00	1,01	15
23.	Habilidad para trabajar en contextos internacionales	1	-	1	1	7	5	-	4,87	73,00	1,36	15
24.	Habilidad para trabajar en forma autónoma	-	-	-	3	3	3	6	5,80	87,00	1,21	15
25.	Capacidad para formular y gestionar proyectos	-	-	-	1	4	5	5	5,93	89,00	0,96	15
26.	Compromiso ético	-	-	-	-	-	2	13	6,87	103,00	0,35	15
27.	Compromiso con la calidad	-	-	-	1	4	3	7	6,07	91,00	1,03	15



FICHA TECNICA

Grupo 1	Sector Económico
Fecha de realización	Jueves 28 de noviembre 2013
Lugar de realización	Sala de Juntas de la Vicerrectoría Ejecutiva, Piso 7, del Edificio de Rectoría General. Avenida Juárez 976, Universidad de Guadalajara
Horario	9:45 a 13 horas
Duración aproximada	Dos horas y media
Numero de participantes	19, 1 mujer y 18 hombres
Composición	Lideres y representantes de cámaras y asociaciones empresariales, 18 hombres y 1 mujer
Facilitador	Carlos Sedano



FICHA TECNICA

Grupo 2	Sector Medios de Comunicación
Fecha de realización	Miércoles 11 de Diciembre 2013
Lugar de realización	Sala de Juntas de la Vicerrectoría Ejecutiva, Piso 7, del Edificio de Rectoría General. Avenida Juárez 976, Universidad de Guadalajara
Horario	9:45 a 13 horas
Duración aproximada	Dos horas y media
Numero de participantes	12 participantes, 5 mujeres y 7 hombres
Composición	Representantes de Medios de Comunicación multimedia radio, televisión, periódicos y Difusión científica de Conacyt
Facilitador	Carlos Sedano



FICHA TECNICA

Grupo 3	Sector Social
Fecha de realización	Viernes 13 de Diciembre 2013
Lugar de realización	Sala de Juntas de la Vicerrectoría Ejecutiva, Piso 7, del Edificio de Rectoría General. Avenida Juárez 976, Universidad de Guadalajara
Horario	9:45 a 13 horas
Duración aproximada	Dos horas y media
Numero de participantes	15 participantes, 5 mujeres y 10 hombres
Composición	Lideres y representantes de Organizaciones de la Sociedad Civil
Facilitador	Carlos Sedano



Documentos, videos, transcripciones, noticias y fotografías.

CORDOVA, P. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Empresarial (29 Noviembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Videograbación], 157 min, sonido, color.

CORDOVA, P. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Medios de Comunicación (11 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Videograbación], 152 min, sonido, color.

CORDOVA, P. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Social (13 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Videograbación], 159 min, sonido, color.

LOPEZ, L. y GONZALEZ, A. Empresarios opinan sobre lo que se requiere de UdeG. Noticias UdeG, p. 1 obtenido el 30 de Noviembre de 2013 [Noticia y fotografías] en <http://www.udg.mx/noticias/empresarios-opinan-lo-que-se-requiere-udeg>

LOPEZ, L. y GONZALEZ, A. Medios de comunicación opinan sobre lo que se requiere de UdeG. Noticias UdeG, p. 1 obtenido el 11 de Diciembre de 2013 [Noticia y fotografías] en <http://www.udg.mx/noticias/medios-comunicacion-opinan-lo-que-se-requiere-udeg>

LOPEZ, L. y GONZALEZ, A. Considera UdeG lo que el sector social requiere de la institución. Noticias UdeG, p. 1 obtenido el 13 de Diciembre de 2013 [Noticia y fotografías] en <http://www.udg.mx/noticias/considera-udeg-lo-que-el-sector-social-requiere-la-institucion>

LOPEZ, L. La UdeG consulta su rumbo a la sociedad. Noticias UdeG, p. 1 obtenido el 6 de Enero de 2014 [Noticia] en http://www.gaceta.udg.mx/G_notas1.php?id=15055

MARTINEZ, A. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Empresarial (29 Noviembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Transcripción] 41 p.

MARTINEZ, A. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Medios de Comunicación (11 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Transcripción] 37 p.

MARTINEZ, A. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Social (13 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Transcripción] 48 p.

SEDANO, C. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Empresarial (29 Noviembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Documento] 17 p.

SEDANO, C. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Medios de Comunicación (11 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Documento] 17 p.

SEDANO, C. Grupo de Enfoque para la Actualización del Plan de Desarrollo Institucional Visión 2030 PDI. Sector Social (13 Diciembre 2013, Guadalajara, Jalisco, México) Universidad de Guadalajara-COPLADI, 2013. [Documento] 18 p.

