

Área 2: El servicio de comunicación en las universidades: funciones, fuentes, tipología de noticias y de productos informativos. La comunicación interna y su influencia en la integración y el fortalecimiento de la identidad universitaria

Título: **Empleo y prácticas en las web de las universidades europeas**

Autora: Verónica Recanati, Universidad de Macerata, Italia.

Correo e.: [smemo78@yahoo.it](mailto:smemo78@yahoo.it)

Palabras clave: TIC, comunicación universitaria, orientación laboral, búsqueda de empleo, comunicación *on line*.

Resumen:

La comunicación universitaria se ha vuelto más importante y fundamental en estos últimos 10 años, y el desarrollo de Internet ha transformado vertiginosamente la relación universitaria con la información.

La función de Internet y de la comunicación *on line* de los servicios universitarios ocupa una posición muy importante, y entre los diferentes ámbitos que se promueven está la orientación profesional/laboral. La búsqueda de empleo ocupa una posición muy importante, y en esta investigación se confrontará la comunicación en este ámbito en cinco Universidades Europeas, para ver cómo cambia la estrategia de información y divulgación en la web de los servicios en contextos sociales diferentes.

Universidades: Granada, Siena, Poitiers, Würzburg y Oxford.

Abstract:

**TÍTULO: Job opportunities and work experience on the European Universities websites.**

University communication has become more important and fundamental in the last ten years and the Internet development has rapidly changed university information provision.

Internet and the on line communication of all university services have a central role now and career guidance has become one of the most useful services offered by the University.

The aim of this research is to analyze the communication about job opportunities and work experience in five European Universities and to compare their strategy of online information provision and communication in different social backgrounds.

Universities: Granada, Siena, Poitiers, Würzburg and Oxford.

**KEYWORDS:** ICT, university communication, career guidance, job opportunity, communication on line.

## **1.- Internet y la comunicación “on line” en el sistema universitario: Cambios y su utilización para divulgar información y servicios universitarios**

El desarrollo de Internet en los últimos años ha transformado vertiginosamente la relación universitaria con la información.

Con esta evolución tecnológica la sociedad de la información ha dado un gran salto adelante y, desde hace casi una década, su explosión ha generado profundas transformaciones sociales y culturales que han causado crecientes procesos de cambio organizativo y nuevas herramientas para la nueva economía.

Las empresas, las organizaciones y las entidades públicas y privadas, han modificado su modo de relación tradicional a partir del nuevo concepto de red. Además, la incursión de las TIC, Tecnologías de la Información y la Comunicación, están modificando radicalmente el contexto y la forma en la que tienen lugar las relaciones sociales y los intercambios.

Esta revolución no ha pasado desapercibida a las instituciones universitarias que, como parte integrante de la sociedad, también han participado en este proceso, aunque su introducción se haya realizado de forma más lenta que en otros sectores.

El sistema universitario, por lo tanto, se está transformando profundamente: su organización, estructura y comunicación es diferente de como era en el pasado.

Los nuevos portales universitarios han surgido como plataformas de servicios, dirigidos a comunidades virtuales que han ido apareciendo en el ciberespacio y se han desarrollado espacios universitarios virtuales para prestar servicios y dotar de recursos a los estudiantes.

Además de estos cambios, las Universidades han empezado a utilizar los nuevos instrumentos de comunicación, junto a la publicidad y a las herramientas de marketing, en la competencia con las Entidades Públicas y Privadas, intentando “promover” y “vender” on line sus productos, ofertas, servicios y actividades, e intentando buscar nuevos clientes en la red a través de la comunicación en la web.

## **2.- La realidad de Internet en las universidades europeas**

La realidad de Internet en las Universidades Europeas es amplia, diversificada y corresponde a la realidad cultural y sociológica de cada zona geográfica.

En el Norte de Europa el porcentaje de conexión de las Universidades a la red mundial es el más alto del mundo, con un record que supera el 90% en Finlandia. Las iniciativas pedagógica y de comunicación en la web son numerosas y se suman a muchos programas nacionales e internacionales de cada Universidad.

En el **Reino Unido** y en **Alemania** se puede hablar de “bulimia de Internet”<sup>1</sup>, estos países son los más avanzados en el proceso de convergencia, y gozan de unos sistemas universitarios bien organizados: la comunicación en la web es fundamental y representa un gran recurso para los estudiantes, que pueden buscar la mayoría de las informaciones en la web.

**España** es uno de los países con menor tasa de ordenador con conexión a Internet por habitante, sin embargo las nuevas tecnologías en el sistema universitario han sido también objeto de estudio, y dos son los cambios que se han efectuado: la creación de campus virtuales paralelos a la red física de centros presenciales y la constitución de universidades completamente virtuales. Así, más de la mitad de las universidades españolas (52%) tienen algún tipo de oferta a través de Internet, la dotación de hardware ha mejorado en los últimos años y el aparato de comunicaciones y redes ofrece uno de los aspectos más avanzados de las TIC, con redes en general modernas y con suficiente ancho de banda.<sup>2</sup> Además, en el ámbito de la administración se han ampliado los servicios que las universidades ofrecen a través de la red, simplificando muchas de las tareas burocráticas que el personal se ve obligado a desempeñar.

El presupuesto anual de las universidades españolas para la comunicación en la web es de 800.000 euros y de 200.000 euros para el mantenimiento y gestión de las redes, esto justifica que las redes de comunicación disponible sean modernas y avanzadas, con capacidades y funcionalidades superiores a las de otras instituciones y empresas, pero aún es necesaria una continua modernización tecnológica para mejorar la oferta y poder competir con las universidades europeas más avanzadas y desarrolladas.

La Sociedad de la Información está comportando profundas transformaciones también en **Italia**. Las nuevas tecnologías de información y la comunicación facilitan la “globalización” de la educación, pero las Universidades más tradicionales parecen sufrir una cierta confusión ante la rapidez con que se producen estos cambios.

El 100% de las Universidades italianas tiene actividades de comunicación y en el 98% de los Ateneos hay una estructura ad hoc donde se desarrollan estas actividades, pero la utilización de *new media* para difundir informaciones y para comunicar es muy reciente y necesita ser desarrollada.

Recientemente se han publicado los resultados de un estudio sobre el uso actual y potencial de las TIC en el ámbito organizativo por parte de las Universidades Europeas.

En base a los datos de esta investigación se pueden dividir las instituciones en cuatro grupos<sup>3</sup>:

1. **Universidades punteras** (18%): Máxima utilización de las nuevas tecnologías y alto nivel de cooperación con otras Universidades e

instituciones educativas. España y el Reino Unido cuentan con la proporción más elevada de este grupo: 22% y 19% respectivamente;

2. **Universidades centradas en la cooperación** (33%): Gran implicación en la cooperación estratégica con Universidades locales y extranjeras y con otras instituciones educativas, buena integración de las TIC en la docencia pero uso limitado de servicios digitales. Alemania pertenece a este grupo con el porcentaje del 18%;
3. **Universidades autosuficientes** (36%): Gran nivel de integración y utilización de las TIC, pero mínimo grado de implicación en la cooperación estratégica con otras Universidades o instituciones. El 36% de las Universidades de este grupo pertenece al Reino Unido;
4. **Universidades escépticas** (15%): Uso limitado de servicios digitales, escasa integración de las TIC y baja proporción de cursos de e-learning. En Italia se encuentran las universidades de este grupo.

La investigación afirma que en todas las Universidades Europeas es posible acceder a Internet y nueve de cada diez cuentan con intranets que ofrecen información, pero solo cinco de cada diez ofrecen servicios digitales interactivos. Por lo tanto se dispone de la infraestructura y tecnologías necesarias, pero se requiere una implementación de los servicios regulares universitarios.<sup>4</sup>

Según la Asociación de Universidades Europeas, la introducción de las TIC en los centros europeos encuentra dos dificultades:

1. falta de una estrategia institucional para desarrollar esta tecnología,
2. resistencia del personal a introducir las TIC en el modelo pedagógico debido a la falta de información y de incentivos.

Así, aunque las Universidades han desarrollado muchos proyectos, cursos, servicios virtuales y actividades en la web, hace falta un esquema de desarrollo de las TIC en la enseñanza, en la investigación y en la comunicación.

### **3.- Empleo y prácticas: Cuáles son los servicios de las universidades europeas y su comunicación “on line”**

En el sistema educativo la orientación profesional/laboral y la búsqueda de empleo son elementos esenciales y en las últimas décadas se ha producido un gran incremento en las posibilidades de elección de los alumnos durante sus estudios universitarios. Este aumento de posibilidades de elección ha ocasionado la proliferación de servicios de orientación con el objetivo de asesorar y facilitar la toma de decisiones de los universitarios tanto en el ámbito académico como en el profesional.

Las universidades conscientes de esta situación han puesto en marcha desde hace unos años, servicios de asesoramiento y orientación laboral, bolsas de empleo o departamentos que gestionan prácticas empresariales u ofertas de trabajo.

La función de Internet y de la comunicación *on line* de los servicios que conciernen al ámbito de empleo y prácticas, ocupa una posición muy importante y en las Universidades están naciendo nuevos portales que ponen en contacto a los estudiantes con el mercado laboral y con las prácticas que las empresas ofrecen. En las Universidades Europeas la situación de la comunicación en la web de estos servicios, es amplia, diversificada y corresponde a la realidad cultural y sociológica de cada país.

En esta investigación se analizarán los sitios Web de cinco Universidades Europeas: Granada, Siena, Poitiers, Würzburg y Oxford, con el objetivo de ver cómo se comunican los servicios y cómo cambia la comunicación en contextos sociales diferentes.

### 3.1.- España: Universidad de Granada: [www.ugr.es](http://www.ugr.es) → <http://empleo.ugr>

El servicio de orientación universitaria en España es heterogéneo y poco estructurado, los estudiantes no están satisfechos de la comunicación en la web y tal vez encuentran algunas dificultades para acceder a los servicios de información/orientación a través de la Web.

Sin embargo, la mayoría de las universidades utiliza la comunicación *on line* para divulgar información, y desde hace unos años han surgido nuevos portales universitarios para prestar servicios y dotar de nuevos recursos a los estudiantes.

En la Universidad de Granada el **Centro de Promoción de Empleo y Prácticas (CPEP)**, pone a disposición de los universitarios un servicio de orientación profesional para la formación en procesos de selección y asesoramiento para la incorporación al mercado laboral, y ofrece también los servicios de su Agencia de Colocación para la intermediación laboral.

Desde el año 1999 el Centro dispone de su propio portal donde los estudiantes pueden buscar información y ponerse en contacto con el mundo del trabajo, pero la comunicación resulta desorganizada, insuficiente y la mayoría de los universitarios no conocen los servicios que dispone el Centro.

Sin embargo, en previsión hay la creación de un nuevo portal, más interactivo y completo<sup>5</sup> y desde hace unos meses se ha puesto en marcha un plan de comunicación con el objetivo de aumentar la visibilidad del Centro, y la consideración de la importancia de sus actividades.

**Tav 1.** Análisis, puntos fuertes y débiles del portal actual

| Puntos fuertes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Puntos débiles                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Múltiples enlaces del Centro en la pagina principal de la Universidad de Granada.</li> <li>➤ Programa <b>ICARO*</b> para prácticas (inscripción estudiantes y empresas <i>on line</i>).</li> <li>➤ Programa Argo, Leonardo da Vinci, Becas Faro (programas de prácticas transnacionales, solicitud vía Internet).</li> <li>➤ Posibilidad de ver ofertas de empleo en Internet.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ No hay comunicación constante y continua de las actividades del Centro.</li> <li>➤ Mayoría de las páginas estáticas.</li> <li>➤ Sitio Web no está actualizado.</li> <li>➤ La descripción de las actividades no está clara y la comunicación no es exhaustiva.</li> <li>➤ No hay servicio de boletín de noticias diaria para los estudiantes.</li> </ul> |

\* Objetivo del programa **ICARO** es posibilitar que los alumnos de la Universidad de Granada realicen prácticas en las empresas, la administración pública, entidades de todo tipo y en la propia Universidad. Desde noviembre de 2004, las solicitudes tanto de los estudiantes como de las empresas se hacen vía Internet, proceso que representa una novedad en la universidad española.



**Fig.1** Homepage del sitio Web del *Centro de Promoción de Empleo y Prácticas* de la Universidad de Granada: <http://empleo.ugr.es>

**3.2.- Italia: Universidad de Siena: [www.unisi.it](http://www.unisi.it)**

La Universidad de Siena es una de las instituciones más antiguas de Italia, su fundación remonta al año 1.240; actualmente cuenta con 21.500 estudiantes y 9 facultades.

La institución italiana disfruta de las TIC y de Internet desde 1998 y entre las universidades europeas, objeto de esta investigación, sólo la Universidad de Oxford le precede (su sitio Web nació en el 1996).

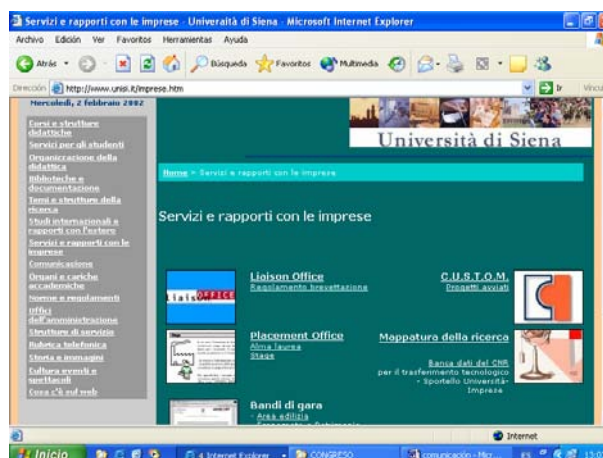
La comunicación a través de Internet de todas las actividades y servicios universitarios es coordinada por el **Ufficio Comunicazione on line**, departamento que se ocupa específicamente de este ámbito.

En la página principal del sitio se sitúa el enlace con el área Servizi per gli studenti, donde se encuentra el **Placement office**: oficina de empleo y prácticas de la universidad.

Su comunicación *on line* resulta bien organizada, es posible conocer vía Internet información sobre solicitud de becas, prácticas, horarios de la oficina, contactos, nuevos programas en el ámbito de la experiencia laboral.

Los aspectos de la comunicación que es necesario subrayar son:

- Sitio actualizado cada día.
- Horario semanal del Placement Office (cada variación es señalada en la pagina web).
- Posibilidad de reservar una cita *on line*.
- Área News actualizada cada semana (solicitud, fecha limite, documentos necesarios, requisitos).
- Información sobre las prácticas.
- Todas las páginas están disponibles en italiano, inglés y francés.
- La comunicación vía mail con los responsables del Placement Office es bastante rápida.



**Fig.2** Página web del sitio Web de la Universidad de Siena, donde hay el link con el *Placement Office*: [www.unisi.it/impresa.htm](http://www.unisi.it/impresa.htm)

### **3.3.- Francia: Universidad de Poitiers:** <http://www.univ-poitiers.fr>

La Universidad de Poitiers es una de las instituciones más antiguas de Francia y goza de una óptima reputación. Actualmente cuenta con cerca de 24.000 estudiantes, más de 2.300 empleados y agrupa todas las carreras en 14 facultades, institutos y escuelas, y expide más de 500 diplomas nacionales.

Entre los servicios que la Universidad de Poitiers ofrece destaca la ayuda en la búsqueda de prácticas y la ayuda a la inserción profesional: *l'aide à la recherche de stage* y *l'aide à l'insertion professionnelle*.

El Centro que se ocupa de estos servicios es **Le Centre universitaire de relations avec les entreprises (CURE)**, oficina que pone en contacto a las empresas con los titulados universitarios que buscan trabajo y prácticas. Además, la universidad ofrece a los estudiantes los servicios de la **IFEP: Interfaces faculté-entreprises**, para información socio-laboral, reclutamiento de candidatos, información sobre el mercado de trabajo y ayuda para la confección de los currículos.

La comunicación en la web en este ámbito resulta, en cierta medida, desorganizada y dispersa, en efecto, en la página principal del sitio Web se localizan más enlaces sobre los servicios de orientación profesional, por lo cual el usuario está desorientado frente a la gran cantidad de inputs informativos.

Durante este proceso de análisis han surgido dificultades en la búsqueda, en la medida en que el itinerario a seguir en las páginas web no estaba claro; esta problemática encontrada no es sólo una dificultad metodológica, sino una dificultad con la cual se van a encontrar los alumnos al momento de localizar estos servicios. Además, han surgido obstáculos debido al idioma: el sitio se encuentra disponible en inglés y en español, pero las páginas traducidas son limitadas y el área de empleo y prácticas está sólo en francés.

Con la información obtenida se subrayan las siguientes características:

- La comunicación en la web es unidireccional y la mayoría de las páginas son estáticas.
- El sitio web es descriptivo: en la página se sitúa la presentación del Centro CURE y la descripción de sus servicios, a través de un enlace se puede acceder a una lista de las prácticas con los contactos de las empresas que las ofrecen.
- La Universidad ofrece un buen servicio *on line*: **Servicios en ligne**, donde los estudiantes pueden buscar informaciones, registrarse y dejar sus currículos.
- Falta un servicio de boletín de noticias diaria: "newsletters".
- El portal está actualizado y cada semana se añaden nuevas ofertas de prácticas y de empleo.



- Es fácil encontrar contactos, dirección y correos de las oficinas que ofrecen servicios en el ámbito de empleo y prácticas, pero la comunicación a través de correo electrónico es bastante lenta.



**Fig.3** Página Web de *Le Centre universitaire de relations avec les entreprises*: (CURE)

[www.univ-poitiers.fr/entreprises.htm](http://www.univ-poitiers.fr/entreprises/cure.htm)

### 3.4.- Alemania: Universidad de Würzburg: [www.uni-wuerzburg.de](http://www.uni-wuerzburg.de)

Alemania, uno de los países más avanzados en el proceso de convergencia, cuenta con sistemas universitarios bien organizados, y los estudiantes están satisfechos de la comunicación que obtienen a través de la web.

Sin embargo, no todas las universidades disponen de servicios *on line* en el ámbito de empleo y prácticas, y la Universidad de Würzburg es una de ellas. Esta universidad alemana, famosa por su historia y tradición, no dispone de un centro que se ocupe específicamente de la orientación laboral, sino del **Zentrale Studienberatung**, oficina de información para estudiantes.

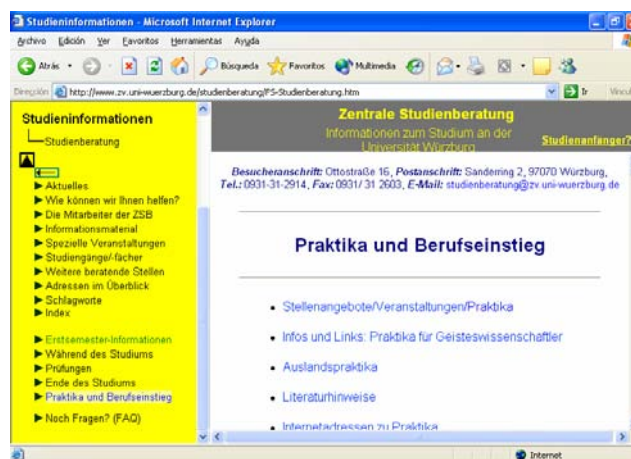
Este centro colabora con la Agencia de Colocación Nacional e informa a los universitarios sobre las oportunidades de empleo y prácticas.

En el sitio web de la Universidad de Würzburg se sitúa la página web del Zentrale Studienberatung, pero su búsqueda resulta difícil, por lo que es necesario recorrer cinco enlaces distintos antes de visualizarla:

Gymnasiasten (servicios universitarios) → [Studien- und Prüfungsinformationen](#) (informaciones para estudiantes) → [Studienberatung](#) (orientación para estudiantes) → [Praktika und Berufseinstieg](#) (prácticas y empleo).

En estas páginas es posible ver las ofertas de prácticas de algunas empresas, ponerse en contacto con ellas, también están disponibles correos y direcciones; sin

embargo, la comunicación Universidad-Estudiante resulta limitada y caracterizada por una falta de servicios *on line*: base de datos de los universitarios, gestión de los CV, lista de prácticas, etc.



**Fig.4** Página Web del sitio de la Universidad de Würzburg: área empleo y prácticas: [www.zv.uni-wuerzburg.de/studienberatung/FS-Studienberatung.htm](http://www.zv.uni-wuerzburg.de/studienberatung/FS-Studienberatung.htm)

### 3.5.- Inglaterra: Universidad de Oxford: [www.ox.ac.uk](http://www.ox.ac.uk)

En el contexto inglés se puede hablar de heterogeneidad de los servicios de orientación profesional/laboral de las universidades, debido a la larga tradición de su organización, complejidad, diversidad y autonomía de sus universidades.

La Universidad de Oxford es la más antigua de Inglaterra (1096) y una de las mejores en el mundo, su comunicación en la web refleja su organización interna.

El servicio de información y orientación vocacional o profesional que dispone la universidad es el **Career Service**, servicio de consulta, asistencia e intermediación laboral, que ofrece a los estudiantes una asistencia completa y eficiente. Oxford es la primera universidad que ha participado en el proceso de innovación tecnológica y que ha utilizado los nuevos medios de comunicación, en efecto, su sitio web nació en 1996, y en el transcurso de los años se ha ido renovando y adaptando a las nuevas exigencias de la sociedad universitaria.

El Career Service representa la tipología de orientación universitaria de los países del norte de Europa y del sistema estadounidense, sus servicios atienden tres dimensiones: profesional, académica y personal-pedagógica.

Los servicios de orientación y de asesoramiento a los estudiantes se convierten en el punto de enlace básico entre los universitarios y la sociedad, y un gran porcentaje de los graduados de Oxford consigue una óptima posición laboral a través de la intermediación del Career Service.

Durante esta investigación se ha contactado vía correo electrónico y telefónicamente, con los responsables del área de empleo y práctica de los distintos centros universitarios, y la mayoría de la información ha llegado de la Universidad de Oxford, en corto tiempo y en forma exhaustiva.

En base a los datos analizados, las características de la comunicación en la web en el ámbito de empleo y prácticas son:

- Página principal actualizada automáticamente.
- Áreas estáticas y no actualizadas regularmente, son las páginas donde hay información y descripción de los servicios del Career Service.
- Base de datos de eventos, congresos, ferias de empleo y jornadas, actualizada cada día.
- Base de datos con las ofertas de empleo y prácticas, actualizada cada día.
- Comunicación *on line* con el horario de la oficina, eventos y seminarios, en colaboración con las empresas que ofrecen práctica y formación.
- Área para usuarios donde los estudiantes pueden introducir sus datos, CV, y donde pueden elegir el área de su empleo (*Career Choice*).
- Cada semana visitan el sitio web 2.500 estudiantes, registrados previamente.
- 200.000 páginas visitadas cada semana.
- Boletín de noticias semanal “*newsletters*”, que se envían a más de 9.000 estudiantes registrados.



**Fig.5** Página Web del Career Service de la Universidad de Oxford: [www.careers.ox.ac.uk/](http://www.careers.ox.ac.uk/)

## Tav.2 Comparación comunicación on line de las 5 Universidades

|                                             | Granada                                                 | Siena                                                                | Poitiers                                                                                                 | Wurzburg                                                                                                                                           | Oxford                                                           |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| <b>Sitio web</b>                            | <a href="http://www.ugr.es">www.ugr.es</a>              | <a href="http://www.unisi.it">www.unisi.it</a>                       | <a href="http://www.univ-poitiers.fr">www.univ-poitiers.fr</a>                                           | <a href="http://www.uni-wuerzburg.de">www.uni-wuerzburg.de</a>                                                                                     | <a href="http://www.ox.ac.uk">www.ox.ac.uk</a>                   |
| <b>Página web de empleo y práctica</b>      | <a href="http://empleo.ugr.es">http://empleo.ugr.es</a> | <a href="http://www.unisi.it/placement/">www.unisi.it/placement/</a> | <a href="http://www.univ-poitiers.fr/enterprises/cure.htm">www.univ-poitiers.fr/enterprises/cure.htm</a> | <a href="http://www.zv.uni-wuerzburg.de/studienberatung/FS-Studienberatung.htm">www.zv.uni-wuerzburg.de/studienberatung/FS-Studienberatung.htm</a> | <a href="http://www.careers.ox.ac.uk/">www.careers.ox.ac.uk/</a> |
| <b>Año de creación del sitio Web</b>        | 1999<br>2000 (segunda versión)<br>2005 (nuevo sitio)    | 1998                                                                 | 1999<br>2003 (segunda versión)                                                                           | 2000                                                                                                                                               | 1996<br>2002 (segunda versión)                                   |
| <b>Actualización de páginas</b>             | Páginas estáticas; inserción novedades                  | Diaria                                                               | Páginas estáticas; actualización de las ofertas de prácticas y de empleo                                 | Páginas estáticas; actualización de las ofertas de prácticas                                                                                       | Diaria                                                           |
| <b>Número de universitarios registrados</b> | 2608                                                    | 20000                                                                | No dispone de este servicio                                                                              | No dispone de este servicio                                                                                                                        | 9000                                                             |
| <b>Número de empresas registradas</b>       | 1148                                                    | No dispone de este servicio                                          | No dispone de este servicio                                                                              | No dispone de este servicio                                                                                                                        | Varían cada año académico                                        |
| <b>Newsletters</b>                          | No                                                      | No                                                                   | No                                                                                                       | No                                                                                                                                                 | Si                                                               |
| <b>Número de visitantes</b>                 | 207.570 (desde abril 2004)                              | No dispone de este servicio                                          | No dispone de este servicio                                                                              | No dispone de este servicio                                                                                                                        | 2500 cada semana                                                 |
| <b>Idiomas de los sitios web</b>            | Español                                                 | Italiano, inglés, francés                                            | Francés, inglés                                                                                          | Alemán, inglés                                                                                                                                     | Inglés                                                           |

**Tav. 3** Servicios de orientación universitarios en la Unión Europea

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tipología</b>               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicios de <b>información y orientación vocacional o profesional</b>, vinculados al mundo del trabajo: <i>Career Service</i> (Oxford, Italia).</li> <li>2. Servicios de <b>orientación psicológica clínica y terapéutica</b>: ayuda individualizada en la resolución de problemas personales: <i>Counselling Centers</i> (Alemania).</li> <li>3. Oficinas que cumplen las funciones de <b>información sobre estudios</b>, o atienden problemas académicos.</li> </ol> |
| <b>Características comunes</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No siempre están presentes todos los tipos de servicios en la misma universidad.</li> <li>• Generalmente constituyen unidades separadas.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Situación en España</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de institucionalización heterogéneo.</li> <li>• Diversidad en la preparación profesional del personal.</li> <li>• Denominación: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Centros de Orientación e Información de Empleo</li> <li>2. Servicios de Orientación Universitaria</li> <li>3. Oficinas de Información al Estudiante</li> </ol> </li> </ul>                                                                                                               |

#### **4.- Conclusiones**

Durante la última década, el desarrollo de Internet y la evolución tecnológica han transformado la sociedad, llevando a una mejora cualitativa en la comunicación entre los servicios que disponen las universidades y los estudiantes.

Este avance en la tecnología de la información conlleva a que los servicios que prestan las universidades se vean ampliados en calidad y rapidez, a la hora de cubrir las necesidades que los estudiantes demandan.

En base al sistema de comunicación existente entre las universidades y los servicios que prestan a los usuarios, se desprende que hay una utilización de los nuevos medios para la comunicación interna y externa; cada universidad tiene su propio sitio web y utiliza Internet para difundir informaciones y mejorar sus servicios. Además, en los últimos años han surgido departamentos de comunicación, oficinas de relaciones públicas y centros que se ocupan específicamente de la comunicación externa e interna.

En el curso de esta investigación se concluye que la Universidad de Oxford goza de un óptimo sistema de comunicación en todas sus vertientes, que lleva a una fácil interconexión con el usuario que utiliza sus servicios. La comunicación vía e-mail, por ejemplo, es rápida, así como la información recibida es exhaustiva y completa.

Al contrario, en la Universidad de Poitiers, la falta de evolución en su sistema de comunicación conlleva a que el usuario no consiga suficiente información a la hora de realizar una búsqueda, relacionada con los tipos de prácticas que puede conseguir, o, simplemente, datos básicos de los servicios que presta. La falta de datos referentes a la universidad en esta investigación es debida a una comunicación vía e-mail deficiente y lenta.

Respecto al resto de universidades objeto del estudio, la Universidad de Siena está dotada de una oficina dedicada exclusivamente a la comunicación on line de todas las actividades, con lo que el contacto que se puede obtener es ágil y eficaz. Además, el Placement Office se ocupa de la gestión de las prácticas universitarias, y en su página web es posible reservar on line una cita con los responsables del centro.

La Universidad de Würzburg no dispone de un centro dedicado a la orientación laboral, sino de una oficina de información para estudiantes que colabora con la agencia de colocación nacional. Esta falla repercute en la comunicación existente, que resulta muy limitada con la consiguiente falta de servicios on line.

Por último, en lo que concierne a la Universidad de Granada, si se hace un análisis de su evolución en los últimos meses, se aprecia un avance en sus

programas de comunicación, como se puede observar con la introducción del Programa ICARO y de una casi total informatización del proceso.

Tras este análisis se desprende que la comunicación y las redes suponen un aspecto básico en el funcionamiento de las universidades, y las TIC serán el medio que contribuya a mejorar los servicios universitarios así como a la creación de valor. El avance en la Sociedad de la Información conlleva a que las universidades tomen conciencia de la importancia que significa una adecuada utilización, y de la continua modernización tecnológica.

## **Bibliografía**

<http://www.crue.org/pdf/Informe%20las%20TIC%20en%20el%20SUE.pdf>

<http://elearningeuropa.info>

[www.ugr.es](http://www.ugr.es)

<http://empleo.ugr.es>

[www.unisi.it](http://www.unisi.it)

[www.unisi.it/impres.htm](http://www.unisi.it/impres.htm)

<http://www.univ-poitiers.fr>

<http://www.univ-poitiers.fr/entreprises.htm>

[www.uni-wuerzburg.de](http://www.uni-wuerzburg.de)

[www.uni-wuerzburg.de/studenberatung/FS-Studenberatung.htm](http://www.uni-wuerzburg.de/studenberatung/FS-Studenberatung.htm)

[www.ox.ac.uk](http://www.ox.ac.uk)

[www.careers.ox.ac.uk/](http://www.careers.ox.ac.uk/)

## **Notas**

---

<sup>1</sup> Francois Marchessou, Jefe del Departamento de Tecnología Educativa en la Universidad de Poitiers.

<sup>2</sup> Datos del Primer Informe sobre la situación de las TIC en el Sistema Universitario Español (SUE), publicado en el sitio web: <http://www.crue.org/pdf/Informe%20las%20TIC%20en%20el%20SUE.pdf>

<sup>3</sup> Estudio "Virtual Models of European Universities" realizado durante los años 2002-2003 por la asesoría danesa *Ramboll Management* para la Dirección General de Educación de la Comisión Europea.

<sup>4</sup> <http://elearningeuropa.info>

<sup>5</sup> Información del Centro de Promoción de Empleo y Prácticas.