

- Desarrollo de alianzas estratégicas con empresas de diferentes sectores. Considero que la Universidad debe estar presente en las empresas, en la búsqueda de objetivos comunes que permitan sinergizar las potencialidades de cada uno.
- Desarrollo de un ecosistema empresarial-universitario de retroalimentación permanente. Según el Banco Interamericano de Desarrollo “es una comunidad de negocios con organizaciones e individuos que interactúan para producir bienes y servicios de valor para clientes, que son a su vez parte del mismo ecosistema de negocios. Incluye proveedores, productores líderes, competidores, entre otros”.
- Organización de un ciclo de charlas en empresas.
- Invitación a las empresas para participar de los diferentes eventos que organiza la Universidad.
- Organizar una feria de talentos al estilo Puro Diseño. Muchos emprendedores están en la búsqueda permanente de algún sistema que los contenga y la Universidad que ya cumple gran parte de este rol, lo puede potenciar abriendo sus puertas al mercado.
- Desarrollo de un programa de Beneficios Alumni. Hay muchos modelos de beneficios en los que podemos pensar y desarrollar. Considero relevante enfocar este tema en la necesidad del egresado para que vuelva a la Universidad.

Talento y Empleabilidad

Rosa María Curcho

¿Saben por qué muchas empresas eligen un alumno de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo? Desde el primer día los estudiantes ven la proyección profesional, estrategias y acciones superadoras. La Facultad ofrece al estudiante la construcción de resiliencia, desarrollando capacidades para lograr un futuro productivo. Aquí se trabaja el talento de cada uno. El talento es inteligencia, es aptitud. Somos reconocidos como una de las mejores universidades de Diseño. El rating, entre otros indicadores, realiza una encuesta internacional sobre las instituciones por área disciplinar. Consulta a pares académicos respecto del prestigio y reconocimiento pedagógico y a empleadores respecto a la calidad de la formación profesional de los egresados. Ambos resultados generan dos índices: reconocimiento académico y de empleabilidad. Nuestros alumnos convierten el conocimiento en comportamiento. Aprenden a comunicar. Del aula al foro es un claro ejemplo de ello, donde cada estudiante se involucra personalmente en la presentación, exposición y defensa de su mejor trabajo frente a nuevos públicos. Este ranking se encuentra diseñado para mejorar el diálogo que tenemos sobre la misión de las universidades, y permitirle a los estudiantes poder realizar comparaciones globales más informadas. El sistema educativo de esta institución hace que cada estudiante pueda encontrar sus cualidades personales. Aquí se educa para identificar, reconocer y desarrollar talentos.

Además, nuestros alumnos tienen competencias como la autogestión: tienen la capacidad de organizar su plan de estudio desde el primer día, la proactividad y perseverancia que les permite modificar la realidad encontrando soluciones innovadoras y la capacidad de aplicar métodos, técnicas y tecnología, entre otras.

Se trabaja la comunicación oral y escrita, pensamiento creativo, resolución de problemas, trabajo en equipo, pensamiento crítico, compromiso ético, planificación en contextos internacionales, aprendizaje autónomo, adaptación a nuevas situaciones, iniciativa, motivación por la calidad.

Los resultados indican que las universidades no pueden depender únicamente de su reputación. También necesitan mostrar que se encuentran comprometidas en tener métodos de enseñanza novedosos, entablar relaciones con las empresas, y ofrecer oportunidades a sus estudiantes para conocer y contactar futuros empleadores. Por eso en la Facultad de Diseño y Comunicación seguimos cultivando el talento!!!

Una Mirada al futuro de DyC

José María Doldan

El fin último de los alumnos que llegan a nuestra institución para instruirse, es lograr con la titulación una herramienta para sostenerse en la vida, tanto desde su profunda formación académica para los que inician la profesión liberal, como los que buscan capacitación para aspirar a la relación de dependencia, en estudios, empresas o en el Estado.

Es por esto, y en forma muy acertada que la Consultora QS del Reino Unido consulta a los evaluadores (entre otros ítems) sobre dos parámetros fundamentales de su valoración que determinan la calidad de la institución: por un lado el reconocimiento académico externo y por otro lado a la empleabilidad que logran los alumnos una vez egresados y titulados.

El Foro

Percibo al Foro como un lugar de encuentro, un lugar de cruces de conocimientos y saberes de distintas carreras y distintos niveles de formación. Exposición es exhibición, es mostrar una producción, pero es también escuchar una apreciación sobre la misma. Si se permite traslucir una creación, una producción, se debe permitir una opinión sobre la misma.

Pienso que este espacio es fundamental y de avanzada ya que lleva a generar los conocimientos integrados y transversales, que son los que se buscan hoy en día en el mercado laboral. Valga por ejemplo: publicista con conocimientos de psicología, diseñador con énfasis en publicidad, etc. Las preguntas al expositor, desde otras disciplinas, propician un producto que debe traspasar en forma transversal estas disciplinas.

Viendo los efectos colaterales, yo diría mejor, los beneficios colaterales, se puede observar que serán muy beneficiados los estudiantes de las asignaturas iniciales de la Facultad, ya que el alumno se enriquecerá viendo

los trabajos avanzados de la carrera. Los alumnos van a visualizar el horizonte hacia el cual caminan. El Foro va a producir un importante “derrame”, de arriba hacia abajo en los ciclos de las carreras.

La optimización del producto

Desde el año 2018 existen tres nuevas instancias de evaluación: la del Medio tiempo, el Portfolio y el Examen Final. La puesta en marcha del Programa de Proyección Profesional, le va, no solo a transparentar lo actuado en el aula, sino a optimizar la producción del alumnado, que más allá del seguimiento semanal y constante del cuerpo docente, tiene en estas tres evaluaciones, importantes apreciaciones y correcciones que encumbran considerablemente la producción expuesta por el estudiante.

Pienso que en el Examen Final, el docente titular de la asignatura es el garante de que el alumno haya incorporado al proyecto final los consejos y apreciaciones hechas en el Medio Tiempo y en el Portfolio. Creo que estas rectificaciones o incorporaciones, deben ser también un parámetro de evaluación, ya que aquí se valoraría la capacidad del alumno de aceptar la crítica pertinente.

Visibilidad y protagonismo

Un acierto que considero fundamental es el rol tendiente a la emancipación del estudiante en el armado, selección y exposición de su producción. Es aquí donde el alumno cobra autonomía, autoestima, y a su vez, autocrítica. Y en la defensa de sus trabajos en forma vehemente, y frente a un público heterogéneo, es donde adquiere seguridad y se allana el camino hacia su empleabilidad.

Es la crítica del público heterogéneo del que hablamos, lo que aproxima al estudiante a las problemáticas profesionales actuales, contribuyendo a su formación profesional, y que seguramente el estudiante sabrá integrar a sus productos expuestos.

Es este público heterogéneo el que genera este juego ficcional de la vida profesional. Las preguntas y apreciaciones (incluso las que nos parecen poco pertinentes) son en definitiva, las que el estudiante recibirá en su profesión. La presencia cruzada de estudiantes me parece altamente positiva, las asignaturas coordinadas y la colaboración de otros estudiantes de otros años, e incluso de otras carreras, enriquecen el producto y la reflexión general.

Ya se dijo que es muy rica esta población heterogénea, pero me parece que falta la pata empresarial, que es quien en definitiva, otorga la empleabilidad al egresado. Propongo incluir en el Foro a invitados especiales que vengan del mundo de la empresa, siempre pertinentes a la problemática que se trata.

La incorporación de la pata empresarial puede aportar también a los estudiantes un tema difícil de abordar, y que se menciona poco en la Facultad, que es la manera de comercializar ese producto intangible que es el conocimiento del estudiante. Lo que el alumno sabe, se vende y lo compran, y esa transacción hay que saber hacerla.

La apertura de las cátedras es altamente positiva, ya que saca al docente titular del lugar de “poder”, como el evaluador excluyente del alumno, y lleva la valoración de la producción a un espacio amplio, social, diverso y con “otras” miradas y apreciaciones. Propongo acen-

tuar y profundizar este estilo de evaluación compartida a otros niveles de las carreras.

Es importante continuar con la visibilidad de la producción de los estudiantes, llegar al “afuera” de la Facultad. Ese afuera es hoy en día nacional e internacional. Hay que fortalecer los blogs y redes sociales, incrementar los videos, renovar constantemente el website y el periódico, difundir los libros, las muestras y las entregas de premios. No decaer en este esfuerzo, sostenerlo e incluso incrementarlo. El hecho que el estudiante tenga presencia junto a su producto y lo defienda es altamente positivo, ya que se hace cargo de sus aciertos y eventualmente, de sus falencias.

En escena

Aquí, en el estrado, en la escena, el estudiante es el protagonista, y en su afán de jerarquizar su propuesta, defenderla vehemente y que la misma sea comprendida por los asistentes, va a desarrollar dotes histriónicas que luego serán fundamentales en la vida profesional. La vida profesional es también una escena.

Desde el Consejo

Es muy gratificante que en el nivel de la máxima conducción de la Facultad de Diseño y Comunicación, se escuche, se acepte y se “ponga en acto” la palabra del Consejo Asesor Académico, ya que muchas de las propuestas que conforman el Foro 2018 fueron sugeridas y recomendadas por el Consejo Asesor Académico en las reuniones del año 2017. Pienso que el Foro 2018 va a tener gran éxito, va a ser un nuevo lucimiento para la Institución y será un evento de gran beneficio para los estudiantes. Ese es mi mayor deseo desde el Consejo Asesor Académico como integrante del mismo.

Preparación. Presentación. Proyección. Reflexiones para continuar trabajando en la calidad profesional de nuestros egresados

Marcela Jacobo

El escenario en el que se encuentra actualmente la Facultad de Diseño y Comunicación, con un notable mejoramiento en el ranking internacional accediendo al puesto 26 según el informe realizado por QS (Quacquarelli Symonds) en la evaluación de las universidades, según su disciplina (Arte y Diseño), nos indica que las acciones que se han ido tomando hasta el momento están por un muy buen camino en un creciente reconocimiento internacional.

El reconocimiento de los empleadores a la calidad de la formación de los egresados fue el motor del notable mejoramiento del posicionamiento de la Facultad de Diseño y Comunicación en el Ranking 2018.

La UP está en la búsqueda permanente de estrategias para el mejoramiento de la calidad del egresado para garantizar su inserción en un mercado laboral que está en continuo movimiento cambiando su perfil debido a los cambios tecnológicos y socio demográficos que se producen a nivel mundial.