

INFORME DE SITUACIÓN ALUMNI MASTER EN GESTIÓN CULTURAL E INDUSTRIAS CREATIVAS.

Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH) (29/09/2022)

El Master en Gestión Cultural e Industrias Creativas cuenta con cinco promociones de egresados desde su creación en el curso académico 2017-18. La Universidad de Alcalá tiene una *Oficina AlumniUAH* que permite mantener el contacto entre la universidad con sus titulados, a través de diferentes actividades. Para mejorar las oportunidades de empleo de los egresados del Master, la Universidad de Alcalá dispone de una *Oficina de Empleabilidad* que se encarga de fomentar la empleabilidad, y promover y acompañar la carrera profesional de egresados y de los actuales estudiantes de la UAH. A través del Portal del *Career Center* los estudiantes y egresados pueden acceder a ofertas de empleo, a formación y a citas de orientación.

Asimismo, dentro del ámbito del Master en Gestión Cultural e Industrias Creativas, se cuenta en la actualidad con un Grupo abierto en LinkedIn para antiguos y actuales estudiantes del Master: *Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH)*. Con este grupo se pretende mejorar las oportunidades de inserción laboral de los egresados del Master, a través del desarrollo de esta red de contactos profesionales. Con la creación de este Grupo no sólo se pretende fomentar el networking interno entre antiguos y actuales estudiantes, sino también con terceras personas (profesores, profesionales), empresas e instituciones, todos ellos relacionados o vinculados con el sector cultural. Igualmente, el grupo también permite estar al tanto de información relativa a actividades de gestión cultural, oportunidades laborales y otro tipo de cuestiones de interés. Por último, con el Grupo se dispone de una información actualizada sobre la situación profesional y formativa de los egresados del Master, dado que cualquier modificación de la misma se refleja inmediatamente en su cuenta de LinkedIn.

El Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH). cuenta a fecha de 29 de septiembre de 2022 con 114 miembros. La mayor parte de los participantes son egresados del Master (véase Cuadro 1), que incluye también a algunos profesores del mismo. Más del 75% del total de los antiguos alumnos están en el Grupo. Otras actividades complementarias (debates, promociones, oferta de empleo) se han ido ampliando a lo largo del último curso, que permiten proporcionar información adicional, y dar una mayor difusión del Grupo.

- Egresados del Master: De los 106 antiguos alumnos que han cursado el Master se han localizado a 92 personas (el 87%), aceptando hasta la fecha participar en el Grupo 81 miembros (lo que representa el 76% del total de los antiguos alumnos (tasa de asociación) y el 88% de los antiguos estudiantes localizados (tasa de éxito de asociación)). De las 5 promociones existentes hasta la fecha, en todas ellas las tasas de localización de estudiantes han sido superiores al 70%, aunque son algo mayores en los últimos cursos. No existen diferencias importantes entre las tasas de asociación y las tasas de éxito de asociación, con la excepción del curso 2020-21 en el que los dos estudiantes matriculados participan en el Grupo. Estas tasas están influenciadas por la existencia de estudiantes de origen chino según el curso, dado que tienen mayores dificultades institucionales de acceso a la plataforma de LinkedIn.

Cuadro 1

PROMOCIÓN	NÚMERO PERSONAS	LOCALIZADOS EN LK	MIEMBROS GRUPO	% LOCALIZADOS (Tasa de localización)	% GRUPO (Tasa de asociación)	Tasa de éxito asociación
2017-2018	24	18	17	75,0	70,8	94,4
2018-2019	27	25	20	81,5	74,1	80,0
2019-2020	26	21	17	76,9	65,4	81,0
2020-2021	2	2	2	100,0	100,0	100,0
2021-2022	27	26	25	96,3	92,6	96,2
ESTUDIANTES EGRESADOS	106	92	81	83,0	76,4	88,0

TOTAL

114

Dado que la mayor parte de los egresados del Master disponen de una cuenta en LinkedIn, ello permite un seguimiento continuo de su información laboral y educativa, que posibilita la obtención de datos complementarios a los que ya se disponía durante el periodo que estaban realizando sus estudios en el Master.

De esta manera, las estadísticas muestran (ver Cuadro 2) que respecto a la nacionalidad de los estudiantes egresados (en porcentaje sobre el total de matriculados), cerca del 70% son de origen español, casi el 13% de origen asiático, y aproximadamente el 17% restantes de otras nacionalidades (esencialmente de países latinoamericanos). No hay cambios notables por cursos académicos, aunque durante el curso 2019-20 participaron un mayor número de estudiantes de procedencia china.

En el caso de los estudios y universidades de procedencia (en porcentajes sobre los localizados en LinkedIn), existe bastante diversidad en ambos casos. Agrupando por ramas de estudio, el 36% de los estudiantes provienen de Historia y Bellas Artes, el 36% de Lingüística y Humanidades, el 15% de Publicidad, Periodismo o Comunicación Audiovisual, y un 13% restantes de otras titulaciones. En el caso de las universidades, el 19% estudiaron previamente en la Universidad de Alcalá, el 17% en la Universidad Complutense de Madrid, el 9% en la Universidad Autónoma de Madrid, y un 28% de otras universidades españolas, siendo el 26% restante proveniente de diferentes universidades internacionales.

Finalmente, respecto a la situación de empleo, es decir, a la inserción laboral de los estudiantes, respecto al total de localizados en LinkedIn un 76% se encuentra trabajando en la actualidad. Por tanto, el nivel de empleabilidad de los estudiantes es bastante elevado. Dentro de los que se encuentran en situación laboral de ocupados, el 72% lo hace en puestos de trabajo que están vinculados con el sector cultural, lo que demuestra una alta adecuación de la situación laboral al ámbito de los estudios relacionados con el Master.

Cuadro 2

PROMOCIÓN	NACIONALIDAD (% de total estudiantes)				TITULACIÓN (% de total estudiantes)				UNIVERSIDAD (% de total estudiantes)						SITUACION LABORAL (% de localizados en LK)		
	ESPAÑA	EUROPA	AMÉRICA	ASIA	HISTORIA / BELLAS ARTES	PUBLICIDAD / PERIODISMO / COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	LINGÜÍSTICA / HUMANIDADES	OTROS	UAH	UCM	UAM	URJC	OTROS ESPAÑA	OTROS INTERNAC.	TRABAJA	NO TRABAJA	VINCULADO CON CULTURA (% de los que trabajan)
2017-2018	70,8	0,0	12,5	16,7	41,7	16,7	37,5	4,2	12,5	29,2	8,3	0,0	29,2	20,8	88,9	11,1	68,8
2018-2019	77,8	7,4	14,8	0,0	44,4	22,2	22,2	11,1	22,2	14,8	11,1	0,0	37,0	14,8	72,0	28,0	88,9
2019-2020	57,7	7,7	11,5	23,1	46,2	7,7	38,5	7,7	15,4	11,5	15,4	3,8	11,5	42,3	66,7	33,3	57,1
2020-2021	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	50,0
2021-2022	70,4	3,7	14,8	11,1	14,8	11,1	48,1	25,9	29,6	7,4	0,0	7,4	25,9	29,6	23,1	76,9	83,3
	69,8	4,7	13,2	12,3	35,8	15,1	35,8	13,2	19,8	17,0	8,5	2,8	25,5	26,4	75,8	24,2	72,0