

Profesionales de la Publicidad en la Comunidad Autónoma Vasca: áreas de competencia técnica y necesidades formativas

Publizitatearen profesionalak Euskal Autonomia Erkidegoan: gaitasun teknikoaren arloak eta prestakuntza-beharrak

Advertising Professionals in Basque Country Autonomous Region: Technical Competences and Training Requirements

Sergio Monge Benito¹ y Joseba Andoni Etxebarria Gangoiti²

zer

Vol. 14 – Núm. 27
ISSN: 1137-1102
pp. 349-368
2009

Recibido el 3 de septiembre de 2008, aprobado el 7 de septiembre de 2009.

Resumen

Este estudio analiza las actitudes de los profesionales vascos del sector de la publicidad ante las distintas áreas de conocimiento relacionadas con su trabajo diario, y sus intenciones de formación a corto-medio plazo (5 años). También identifica las competencias que mejor valoran para acometer su trabajo diario, y sugiere los campos en las que los centros educativos deberían elaborar su oferta de formación permanente.

Esta investigación responde al interés de universidades y otros centros formativos del sector de la publicidad por definir la oferta de planes de estudio y cursos para profesionales. Los resultados de la investigación nos han permitido

¹Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, sergio.monge@ehu.es

²Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, joseba.etxebarria@ehu.es

identificar tendencias dentro de un mercado objetivo: el del sector de la publicidad en la Comunidad Autónoma Vasca (CAV).

Palabras clave: Competencias · Agencias de publicidad · Comunidad Autónoma Vasca · Euskadi · Formación

Laburpena

Ikerlan honek publizitatearen sektoreko euskal profesionalak beren eguneroko eginbeharrekin lotzen diren ezagutza-arlo desberdinak direla-eta dituzten jarrerak aztertzen ditu, baita epe labur-ertainean (5 urte) dituzten prestakuntza-asmoak ere. Halaber, ikerlanak beren eguneroko lanerako hobekien estimatzen dituzten gaitasunak identifikatzen ditu eta ikastetxeek hezkuntza iraunkorraren eskaintza egiteko orduan zein esparru eskaini behar duten iradokitzen du.

Ikerlan honek ikasketa-planen eta profesionalentzako ikastaroen eskaintza zehazteko asmoan publizitatearen sektoreko unibertsitateek eta beste ikastetxeek duten jakinminari erantzuten dio. Ikerlanaren emaitzen bidez xede-merkatu baten joerak ezagutu ditugu: Euskal Autonomia Erkidegoko (EAE) publizitatearen sektorekoa, hain zuzen ere.

Gako-hitzak: Gaitasunak · Publizitate-agentziak · Euskal Autonomia Erkidegoa · Euskadi · Prestakuntza

Abstract

This study analyzes advertising basque professionals' attitudes towards several areas of knowledge related to their daily work and their training intentions in those areas for next five years. Most valued areas of knowledge related to advertising professionals' daily work are identified and some areas in which training centres should focus their educational offer are highlighted.

This research paper is an answer to the interest of universities and other training centres on defining better career programs and better continuing educational offers for professionals. Results of the study allow us to identify some interesting trends in a target market: advertising professionals of the Basque Country.

Keywords: Competences · Advertising agencies · Basque Country Autonomous Region · Euskadi · Training