

CONVENIOS 1991-1992

Con la reforma de pensum de 1989, la pasantía se instaura en nuestra Escuela como complemento a la formación académica que brinda la Universidad para lograr la formación integral del estudiante de comunicación social Ucabista. La pasantía tiene además como objetivo el de vincular a los alumnos con las diferentes entidades y empresas del ámbito comunicacional nacional. A partir del 4º año, está considerada como una materia como cualquier otra y por ello tiene valor de crédito académico.

Para el año académico 1991-1992, nuestra Escuela ha firmado convenios de pasantía con tres medios de comunicación, un instituto radiofónico y dos productoras cinematográficas.

CONVENIO UCAB-IRFA

El convenio con I.R.F.A. Instituto Radiofónico Fe y Alegría se firmo el 27 de marzo de 1992 y consta con un programa de 16 pasantías para estudiantes de las menciones Audiovisual, Periodismo Impreso y Publicidad y RRPP durante períodos de tres meses a lo largo del año académico 1991-1992.

Las funciones específicas que realizan los pasantes seleccionados son : Realización de veinte micros de tres minutos cada uno, realización de dos reportajes radiofónicos de treinta minutos y el diseño de campañas publicitarias para cursos educativos, todo ello enmarcado dentro de un sentido de proyección a la comunidad.

CONVENIO UCAB-CINESA

El convenio firmado el 30 de octubre con CINESA, empresa productora de documentales, micros reportajes y cortos y medianos metrajes, contempla el ingreso de un estudiante de cuarto año de la

mención Audiovisual durante un período de tres meses es decir de tres estudiantes por año académico.

Las funciones específicas que realizan los pasantes seleccionados están relacionadas con las distintas fases del proceso de producción en cine, y cada pasante deberá por lo tanto pasar por los distintos departamentos de la empresa.

CONVENIO UCAB-NOTICOLOR

Firmado el 30 de octubre de 1991, este convenio con NOTICOLOR, empresa productora de noticiero de cine, tiene las mismas características que el convenio anterior con las particularidades bien delimitadas por el tipo de "producto comunicacional" que ofrece esta empresa.