

Índice

Presentación	11
Introducción	13
LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	19
1. Las Universidades	22
1.1. Instituciones de educación superior	22
1.2. El sistema universitario español	23
1.3. La oferta universitaria catalana	27
2. La elección universitaria	29
2.1. El marco teórico internacional	30
2.2. La realidad catalana	39
3. Los factores de elección	45
3.1. La capacidad y preparación académica	46
3.2. El interés en el área de estudio	47
3.3. La experiencia familiar en la formación universitaria	48
3.4. El producto institucional	49
3.5. Los servicios y los procesos	57
3.6. Los costes y la ayuda financiera asociada a la asistencia a la Universidad	63
3.7. El estatus socio-económico	65
3.8. La ubicación de la Universidad	66
4. La búsqueda de información	68
4.1. Comportamiento del estudiante en la búsqueda de información	68
4.2. Búsqueda activa <i>versus</i> búsqueda pasiva	69
4.3. Las preferencias de los estudiantes	70
4.4. Antecedentes en la actividad de búsqueda de información	70
4.5. La complejidad en la búsqueda de información	71
4.6. Fuentes de información	73
5. Modelo de toma de decisiones	85

METODOLOGÍA	89
1. Objetivos de la investigación	90
2. Variables del estudio	90
3. Recogida de información	93
4. Diseño y selección de la muestra	95
5. Trabajo de campo	98
5.1. Validación y depuración del trabajo de campo	98
PERFIL DE LOS ESTUDIANTES DE LA MUESTRA	101
1. Género	101
2. Edad	102
3. Lengua materna	103
4. Lugar donde se encuentra el domicilio familiar	104
5. Existencia de centro universitario en la población familiar	105
6. Tipo de centro universitario en la población familiar	106
7. Lugar de residencia durante el curso	107
8. Medio de transporte utilizado	107
9. Financiación de los estudios	108
10. Profesión de los padres	109
10.1. Profesión del padre	109
10.2. Profesión de la madre	110
11. Realización de tareas remuneradas	111
12. Tipo de tareas remuneradas	111
13. Intención de ir a la Universidad	112
14. Listado de frecuencias y nota media del primer curso	117
CANALES DE INFORMACIÓN	129
1. Asistencia a actos informativos de las Universidades	129
1.1. Tipo de acto informativo a que ha asistido	137
2. Fuentes de información utilizadas	194
2.1. Referencias	195
2.2. Visitas	203
2.3. Medios de comunicación	211
FACTORES DE DECISIÓN PARA ESCOGER UNIVERSIDAD (MEDIAS)	219
1. Conocimiento de la Universidad	222
2. Profesorado	229
3. Estudiantes	234
4. Metodología	239
5. Bolsa de trabajo	244
6. Servicios	247

7. Coste y financiación	253
8. Promoción e información	258
9. Campus	263
10. Referencias	270
CONCLUSIONES	279
1. En relación al perfil de los estudiantes de la muestra	280
2. En relación a los factores de decisión para escoger centro	281
3. En relación a los canales de información	284
PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES	287
BIBLIOGRAFÍA	289
MODELO DE ENCUESTA	315