UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO UNIVERSITARIO

Nº 1186 -2024-UNSCH-CU

Ayacucho, 11 ABR 2024

VISTOS:

El Proveído Nº 834-2024-R del Rectorado, el Memorando Nº 0698-2024-UNSCH-VRAC del Vicerrectorado Académico, el Memorando N° 300-2024-DGA-VRAC/UNSCH de la Dirección de Gestión Académica, los Memorandos Nros. 936-2023-UNSCH/FCS-D y 258-2024-UNSCH/FCS-D de la Facultad de Ciencias Sociales y los Memorandos Nros. 173-2023-UNSCH-FCS/EPCC-D y 058-2024-FCS-EPCC-UNSCH de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación sobre aprobación del Currículo de Estudios 2018 Reajustado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales; y

CONSIDERANDO:

Que, en armonía con el artículo 18º de la Constitución Política del Perú, cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes;

Que, el artículo 40º de la Ley Universitaria Nº 30220, establece que cada universidad determina el diseño curricular de cada especialidad, en los niveles de enseñanza respectivos, de acuerdo a las necesidades nacionales y regionales que contribuyan al desarrollo del país;

Que, con Resolución del Consejo Universitario Nº 883-2017-UNSCH-CU, de fecha 27 de diciembre de 2017, se aprobó el Currículo de Estudios 2018 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga;

Que, con Resolución del Consejo Universitario Nº 1846-2023-UNSCH-CU, de fecha 01 de agosto de 2023, se aprobó la Directiva Nº 005-2023-VRAC-UNSCH "Criterios Técnicos para el Reajuste del Currículo 2018 de las Escuelas profesionales de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga";

Que, con Memorando Nº 936-2023-UNSCH/FCS-D, de fecha 22 de noviembre de 2023, la Facultad de Ciencias Sociales ha remitido el Currículo de Estudios 2018 Reajustado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, acompañando la Resolución Decanal Nº 632-2023-UNSCH-FCS-D, de fecha 21 de noviembre de 2023;

Que, con Memorando Nº 300-2024-DGA-VRAC/UNSCH, de fecha 27 de marzo de 2024, la Dirección de Gestión Académica ha emitido la opinión favorable para la aprobación del Currículo de Estudios 2018 Reajustado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales;

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 18º de la Constitución Política del Perú, el artículo 59º, numeral 59.5 de la Ley Universitaria Nº 30220, el artículo 270º, numeral 7 del Estatuto de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga y estando a lo acordado por el Consejo Universitario, en sesión de fecha 05 de abril de 2024;

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO UNIVERSITARIO

Nº 1186 -2024-UNSCH-CU

-02-

El Rector, en uso de las facultades que le confiere la ley;

RESUELVE:

Artículo 1º.- APROBAR el Currículo de Estudios 2018 Reajustado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, el mismo que forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2º.- DISPONER la publicación de la presente resolución en el Portal Institucional de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.

Dr. ANTONIO JERÍ CHÁVEZ
Rector

Abog. YURI WALTER VEGA JAIME
Secretario General

Distribución:

Rectorado
Vicerrectorados
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
Órgano de Control Institucional
Dirección General de Administración
Oficina de Planeamiento y Presupuesto
Dirección de Gestión Académica
Dirección de Gestión de la Calidad, Licenciamiento y Acreditación
Oficina de Comunicación e Imagen Institucional
Oficina de Tecnologías de la Información (Portal de Transparencia)
Unidad de Planeamiento y Modernización
Unidad de Presupuesto
Unidad de Tesorería
Unidad de Certificación, Grados y Títulos
Unidad de Recursos Humanos
Archivo

YWVJ/oegj

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTOBAL DE HUAMANGA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CURRÍCULO 2018
REAJUSTADO

AYACUCHO – PERÚ

ÌNDICE

pág.

1. Introducción ..... …4
2. Antecedentes ..... …4
3. Base legal ……..……..... 6
4. Justificación de la carrera profesional ……..……. 6
5. Propósitos académicos de la carrera profesional 8
6. Estructura curricular 9
   6.1. Fundamentación ……..…… 9
   6.2. Perfil de ingreso ……..……..…….. 11
   6.3. Perfil de egreso ……..……..……..…... 12
   6.4. Estructura del Plan de Estudios ……..……..... 12
   6.4.1. Descripción del Plan de Estudios ……..... 12
   6.4.2. Distribución de asignaturas por áreas de formación general, específica y especialidad …….. 14
   6.4.3. Distribución de asignaturas por semestres académicos ……....14
   6.4.4. Malla curricular del Plan de Estudios ……18
   6.4.5. Descripción de sumilla de las asignaturas ……..……..20
   6.4.6. Estructura del sílabo ……..…….... 40
   6.4.7. Equivalencias entre Planes de Estudio ……..… 42
   6.4.8. Convalidación de estudios y asignaturas ……..…… 45
   6.5. Estrategias metodológicas ……..…….…… 48
   6.6. Sistema de evaluación de competencias para el aprendizaje y competencias ……..……..…. 51
   6.7. Responsabilidad social, proyección social y extensión cultural ……. 53
   6.8. Sistema tutorial …….. 53

6.9. Áreas y líneas de investigación ……..53

6.10. Prácticas y ambientes …….. 54

6.11. Reglamento de Grados y Títulos ……..…… 54

6.12. Lineamientos para obtención de grados y títulos de universidades no licenciadas ……. 65

6.13. Perfil del docente que requiere la carrera profesional ……..…….. 66

6.14. Infraestructura educativa …….. …… 66

6.15. Estrategias de gestión del Currículo de la Escuela Profesional ..….. 69

Anexos ……..……..…. 71

Anexo A: Resolución rectoral de creación de la carrera …….……..…. 71

Anexo B: Caracterización de la profesión, construcción del mapa funcional del perfil de egreso, estandarización de competencias y matriz de coherencia……...72

Anexo C: Cuadros con los elementos de competencia estandarizados ..…. 76

Anexo D: Figura de matriz de coherencia …….……..…. 85

Anexo E: Informe de evaluación del Plan de Estudios Modificado 2004 …….. 102

Anexo F: Sistema tutorial de la EP de Ciencias de la Comunicación …….. 103

Anexo G: Reglamento de prácticas preprofesionales ……..…. .107

Anexo H: Informe de Estudio de la Demanda Social y de Mercado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación ……..….. 114

1. INTRODUCCIÓN

El *Currículo de Estudios 2018 reajustado* de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH fue elaborado bajo el enfoque de las competencias por la Comisión de Elaboración de Currículo, con la participación de docentes, alumnos, egresados, trabajadores administrativos y representantes de los grupos de interés (medios de comunicación, ONGs y otras entidades del mercado laboral de la carrera profesional en la región de Ayacucho), a través de talleres y plenarias. También ayudó bastante en este proceso un estudio de la demanda social de la carrera en la Región (1).

La implementación de este proyecto educativo es un paso importante en la vida de nuestra Escuela en su camino hacia la calidad universitaria, pues supone el desarrollo de un proceso formativo pertinente, sostenible y para el contexto global; proceso que implica la puesta en marcha de un enfoque pedagógico centrado en el estudiante, más que en el profesor, y centrado en el aprendizaje, más que en la enseñanza.

En este sentido, la finalidad es formar comunicadores sociales polivalentes e interculturales capaces de establecer relaciones de entendimiento y contribuir al fortalecimiento del sistema democrático y al desarrollo social en la Región y el país, bajo el marco legal vigente, el respeto a los derechos humanos, a la diversidad cultural y a la conservación del medio ambiente. Todo ello en consonancia con la visión de nuestra universidad al 2021:

> Universidad líder, moderna, con tradición, acreditada e integrada a redes académicas globales y comprometida con el desarrollo humano y sostenible.

Esto se enmarca en la visión nacional compartida Perú al 2021, parte del "Plan Bicentenario: el Perú hacia el 2021 del CEPLAN", que es:

> Somos una sociedad democrática en la que prevalece el Estado de derecho y en la que todos los habitantes tienen una alta calidad de vida e iguales oportunidades para desarrollar su máximo potencial como seres humanos. Tenemos un Estado moderno, descentralizado, eficiente, transparente, participativo y ético al servicio de la ciudadanía. Nuestra economía es dinámica, diversificada, de alto nivel tecnológico y equilibrada regionalmente, con pleno empleo y alta productividad del trabajo. El país favorece la inversión privada y la innovación, e invierte en educación y tecnología para aprovechar competitivamente las oportunidades de la economía mundial. La pobreza y la pobreza extrema han sido erradicadas, existen mecanismos redistributivos para propiciar la equidad social, y los recursos naturales se aprovechan en forma sostenible, manteniendo una buena calidad ambiental.

2. ANTECEDENTES

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH se creó en 1994 en base una propuesta del Consejo Universitario refrendada mediante Resolución Rectoral N° 0842-93 del 2 de diciembre de 1993 y la Resolución Rectoral N° 0385-94 del 31 de mayo de 1994 (2). Desde entonces fueron aprobados, de acuerdo a norma, tres planes de estudio, el de 1994, el de 1996 que absorbió al primero, y el de 2004 que fue reajustado dando origen al Plan de Estudios 2004 Modificado. Estos planes, elaborados con el *enfoque de objetivos*, presentaban serias limitaciones: la falta de articulación con el mercado laboral,

(1) Ver Anexo F: Informe de Estudio de la Demanda Social y de Mercado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación.
(2) Ver Anexo A: Resolución rectoral de creación de la carrera.

conexión precaria entre las asignaturas y el perfil del egresado, saturación de lo técnico en las asignaturas y la ausencia de un perfil adecuado de los profesores requeridos por la Escuela.

Con el Plan de Estudios 2004 Modificado se buscó superar las limitaciones de la Escuela que se arrastraban desde los orígenes: infraestructura insuficiente e inadecuada, equipos limitados, ausencia de docentes especialistas y pocos egresados titulados por la modalidad de tesis. En parte se logró este propósito, con la construcción de la infraestructura de los talleres de TV, Radio y Fotografía, la adquisición de nuevos equipos y la implementación del Programa de Apoyo al Desarrollo de Tesis en Ciencias de la Comunicación en los años 2015 y 2016 (3).

El 2013, se hizo la evaluación del Plan de Estudios 2004 Modificado, vigente hasta antes de la aprobación del presente documento (ver Anexo D). Se encontró entre sus virtudes, la incorporación de la Submodalidad de titulación por aprobación de ciclo de actualización profesional, el cual permitió implementar el 2013 el I Ciclo de actualización profesional en Ciencias de la Comunicación, con el resultado de la titulación de 40 bachilleres, todos egresados de la Escuela.

Entre las deficiencias, se determinó el excesivo énfasis en los contenidos, expresado en el número desmesurado de asignaturas, con los siguientes detalles:

a) Seis asignaturas obligatorias por semestre académico en la gran mayoría de los semestres (Series 100 I, 100 II, 200 I, 200 II, 300 I, 300 II, 400 I y 400 II). Si se añadía las asignaturas electivas y cocurriculares, el estudiante terminaba llevando como promedio 7 asignaturas por semestre.
b) La concentración de tres seminarios en el semestre académico 500 I.

El resultado es que se notaba abrumadora carga conceptual y lectiva para el estudiante, que terminaba agotado. El agravante era que en algunos casos los contenidos se repetían: por ejemplo, Periodismo Especializado I y Periodismo Especializado II duplicaban los contenidos de Redacción Periodística I, Redacción Periodística II y Redacción Periodística IIII.

En este sentido, se recomendó:

1. Elaborar un currículo de estudios basado en competencias, considerando las capacitaciones en calidad universitaria que desde el 2008 realiza la UNSCH y sin perder de vista las lecciones aprendidas con los currículos anteriores, sobre todo el currículo vigente.

2. Incorporar en la Comisión de Elaboración de Currículo a los docentes que en el 2011 fueron formados como especialistas en calidad universitaria por expertos de la Asamblea Nacional de Rectores.

3. Considerar el estudio realizado en la Región el 2012 por la Escuela: *Informe de Estudio de la Demanda Social y de Mercado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación*.

El año 2013, se formuló la primera propuesta de currículo por competencias para la carrera, que no se llegó a implementar.

(3) Estos programas han permitido la titulación por tesis de 96 comunicadores sociales.

El 2017, se elaboró el presente currículo, tomando como base el estudio de la demanda laboral de la carrera en la Región y la propuesta curricular del 2013. Cabe añadir que fue inspiradora la experiencia de la reestructuración del plan de estudios de licenciatura en psicología de la Universidad de Anáhuac (DÍAZ B., Frida y otros, 1997); asimismo, la experiencia de la Pontificia Universidad Católica del Perú (SANTIVÁÑEZ, Vicente, 2007), con su propuesta curricular basado en competencias.

3. BASE LEGAL

El *Currículo de Estudios reajustado 2018* de la EP de Ciencias de la Comunicación fue hecho en aplicación de la Directiva Nº 005-2023-VRAC-UNSCH "Criterios técnicos para el reajuste del Curriculo 2018".

Está enmarcado en la Constitución Política del Perú (artículos 13º, 18º y 20º), la Ley Universitaria Nº 30220 (artículos 35º, 36º, 39º, 40º, 41º, 42º, 44º y 45º), el Estatuto de la UNSCH (versión 2.0, 2016), el Decreto Supremo Nº 016-2015-MINEDU – Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria, Resolución del Consejo Directivo Nº 006-2015-SUNEDU/CD – Modelo de Licenciamiento y su implementación en el Sistema Universitario Peruano, Decreto Supremo Nº 018-2015-MINEDU – Reglamento de Infracciones y Sanciones de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria, Resolución de Presidencia del Consejo Directivo Ad Hoc Nº 022-2016-SINEACE/CDAH-P – Modelo de Acreditación para Programas de Estudios de Educación Superior Universitaria, Resolución del Consejo Directivo Nº 009-2015-SUNEDU/CD – Reglamento de Grados y Títulos, Reglamento General de la UNSCH, Plan Estratégico Institucional 2017 – 2019, Proyecto Tunning para Europa y América Latina, Modelo Institucional y Educativo de la UNSCH. Este documento se sustenta, asimismo, en la Ley Nº 23221, del 24 de setiembre de 1980 (que instituye el Colegio de Periodistas del Perú) y la Ley Nº 24898, del 4 de octubre de 1988, que norma el ejercicio profesional del periodismo en el sector público.

La Comisión de Elaboración de Currículo estuvo conformada por los docentes Mg. Urbano Muñoz Ruiz, Dr. Carlos R. Infante Yupanqui, Mg. Mariela M. Llantoy Barboza, Lic. Rosita R. Lazo Leonardo, Lic. Carlos E. Valenzuela Arce y Lic. Rafael G. Jorge León, bajo la presidencia del primero de los nombrados.

4. JUSTIFICACIÓN DE LA CARRERA PROFESIONAL

Huamanga, desde la época colonial, se caracterizó por tener una vida intelectual muy activa, la cual tuvo continuidad en la época republicana. Así, muchos personajes de la historia regional moderna, vinculados a la actividad académica como Mariano Velarde Álvarez, Luis Felipe García de los Godos, Fernando Morote, José Romero, Elías Tudela. Francisco García del Barco (Infante y Vásquez, 2012), Manuel Amunátegui, Luis Carranza, entre otros, articularon su actividad en este campo con la labor periodística promoviendo la creación de una variedad de periódicos durante el siglo XIX. Esto advierte una demanda temprana en la idea de forjar periodistas profesionalmente en la región.

Durante el siglo XX, la actividad periodística siguió un sostenido proceso de

desarrollo, sin embargo, no fue, sino, hasta el año de 1994, cuando se alcanzó a la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga la primera iniciativa que buscaba profesionalizar a un grupo de periodistas prácticos. Paralelamente, en la Facultad de Ciencias Sociales comenzó a diseñarse la propuesta de crear una Escuela de Formación Profesional en Ciencias de la Comunicación, que se implementó a partir del año 1994.

El número de periodistas en la región de Ayacucho era insuficiente, lo que motivó a establecer como necesidad de la nueva carrera de Comunicación formar periodistas. En este sentido, la primera promoción de egresados, en el año 1998, no solo cubrió la demanda de periodistas, sino que abrió nuevas líneas de intervención en comunicación en la región: comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo y comunicación audiovisual, que comenzaron a generar espacios laborales cada vez más expectantes.

Con el currículo 2004, se procuró responder a esta demanda, logrando que los profesionales de Ciencias de la Comunicación comenzaran a llenar los vacíos en los nuevos espacios laborales. Sin embargo, en el caso de la actividad privada, el limitado flujo comercial de fines de los noventa e inicios del 2000 no logró absorber un importante número de egresados, debido a las características del mercado local y regional. Esta situación varió significativamente a partir del 2006, cuando gracias al incremento sustantivo en el PBI se abrió una gama de posibilidades en las diferentes carreras profesionales. La Comunicación Social, como profesión, no ha estado ajena a este crecimiento y, por consiguiente, a la dinámica del mercado, las ofertas laborales han crecido y se hacen necesarias acciones inmediatas con el fin de responder a estos retos.

A mediados de 2012, la EP de Ciencias de la Comunicación realizó un estudio de mercado para determinar la demanda social de la profesión en la región, que se objetivó en el *Informe de Estudio de la Demanda Social y de Mercado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación*. Ayacucho: Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH, 2012. 63 Págs. En síntesis, este estudio plantea lo siguiente:

1. Las instituciones públicas y privadas van comprendiendo cada vez más la necesidad de contar con profesionales en comunicación.
2. Los empleadores de los egresados de la Escuela exigen que ésta forme comunicadores polivalentes, principalmente con las competencias de comunicación organizacional, marketing y publicidad, comunicación para el desarrollo y comunicación audiovisual.
3. La mayor parte de los puestos de trabajo vinculados al ejercicio profesional de la carrera, en las instituciones, son cubiertos por concurso público, salvo las jefaturas en instituciones públicas por ser puestos de confianza.
4. Para las instituciones públicas y privadas no es una garantía exclusiva de calidad el contar con un título profesional, sino el desempeño profesional.
5. Los valores como la responsabilidad, honestidad e identificación institucional son valorados por las instituciones públicas y privadas, asimismo el trabajo en equipo tiene mucha importancia.
6. Los egresados identifican en la formación académica en la Escuela como puntos fuertes los vinculados al conocimiento teórico y los puntos débiles los vinculados a la parte práctica.
7. Los empleadores consideran que no existe preferencia por egresados de universidades específicas.

8. Existe una demanda latente de cursos de capacitación en temas de comunicación en las instituciones públicas y privadas.

Estos resultados permiten reconocer que en la región existe la demanda de comunicadores sociales polivalentes con competencias específicas para los campos laborales del periodismo, la comunicación en las organizaciones y la comunicación audiovisual. Demanda que es factible de ser satisfecha por la UNSCH, por cuanto ella cuenta con la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación que viene funcionando desde el año 1994 y que en la actualidad cuenta con la infraestructura, el equipamiento y la plana docente pertinente.

5. PROPÓSITOS ACADÉMICOS DE LA CARRERA PROFESIONAL

Los propósitos para orientar la formación profesional de los alumnos de la EP de Ciencias de la Comunicación se han elaborado sobre la base de la relación de los fines que persigue la carrera con las demandas sociales y laborales evidenciadas en el *Informe de estudio de la demanda social y de mercado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación* (2012). Así, la carrera profesional tiene dos propósitos generales (PG):

PG1: Formar profesionales en Ciencias de la Comunicación con calidad académica, ética, humanística, científica y técnica capaces de comprender los procesos y problemas sociales de comunicación y aportar soluciones acordes a las necesidades y demandas sociales de la región y del país.

PG2: Formar comunicadores sociales capaces de intervenir eficaz y eficientemente en los diversos campos de la comunicación, utilizando las tecnologías de información y comunicación, en un marco de respeto de los derechos humanos, la diversidad cultural y la conservación del medio ambiente.

Para la consecución del PG1, los propósitos específicos (PE) son:

PE1: Capacitar al alumno para que desarrolle pensamiento crítico y actitud analítica y sea capaz de desenvolverse creando soluciones duraderas en los campos social y académico.

PE2: Estimular en el alumno la solvencia moral para su desempeño profesional y personal poniendo en práctica acciones de responsabilidad social.

PE3: Desarrollar en el alumno la capacidad de valorar, recuperar, conservar, difundir y estimular, con goce estético, los procesos y productos de la alta cultura humanística.

PE4: Capacitar en el diseño y la ejecución de proyectos de investigación científica en comunicación en la región y el país poniendo en práctica los conocimientos teórico-metodológicos adquiridos.

PE5: Desarrollar en el alumno conocimientos, habilidades y destrezas en el manejo de las tecnologías de información y comunicación.

Para la consecución del PG2, los propósitos específicos (PE) son:

PE6: Desarrollar en el alumno habilidades y destrezas para manejar con efectividad los escenarios públicos haciendo uso de los medios de comunicación masiva.

PE7: Capacitar al alumno para diseñar, ejecutar y evaluar propuestas de intervención en comunicación para el desarrollo en la región y el país.
PE8: Capacitar para diseñar, ejecutar y evaluar planes de comunicación organizacional.
PE9: Capacitar para diseñar, ejecutar y evaluar planes de publicidad y comunicación política.
PE10: Capacitar para generar y gestionar empresas en comunicación.

6. ESTRUCTURA CURRICULAR

6.1. FUNDAMENTACIÓN

Fundamentos filosóficos y antropológicos:

Los fundamentos filosóficos y antropológicos de este currículo son los mismos que sustentan a nuestra universidad. Creada el 3 de julio de 1677 con la denominación originaria de *Universitas Guamangensis Sancti Christhophosi*, la UNSCH nació bajo el antiguo adagio latino *Primun vivere, deinde philosofari* (primero vivir, después filosofar), principio de orden ético, que supone una visión que otorga importancia central a la experiencia y la instituye como la "madre de la ciencia". Esto ha sido reconocido en el Estatuto vigente de la universidad, como un "fundamento que nos permite y permitirá seguir luchando contra "la extrema pobreza de la tierra y la pobreza interior de los hombres".

> En este contexto, la Universidad debe ser una institución humanista, con una estructura moderna en su gestión, que tenga como meta la generación, transmisión y transferencia de conocimientos y tecnologías a fin de lograr la excelencia académica en la formación profesional y el desarrollo sostenible de la región y del país. La mejor garantía de éxito institucional devendrá de un cambio en la cultura organizacional, aprendizaje organizacional y de competitividad sistémica, basado fundamentalmente en un esfuerzo de investigación, educación, y desarrollo de competencias y talentos del personal del claustro cristobalino (Preámbulo del Estatuto de la UNSCH, V.2, 2016, adecuado a la Ley Universitaria Nº 30220)."

La UNSCH, en su *Plan estratégico Institucional 2021 – 2026*, se fijó como misión:

> La universidad nacional de San Cristóbal de Huamanga es una comunidad académica, emblemática, con tradición e identidad, orientada a la investigación y la docencia, está integrada por docentes, estudiantes y graduados, forma profesionales con capacidad emprendedora, crítica, reflexiva, creativa e innovadora; produce, transmite y transfiere conocimientos científicos, investigación , tecnología y cultura, basada en principios éticos y valores para el desarrollo sostenible e inclusivo con responsabilidad social.

Para cuya consecución, asume los valores institucionales: transparencia, honestidad, respeto, tolerancia, justicia, responsabilidad e identidad cultural.

En cuanto a la EP de Ciencias de la Comunicación, su misión es generar y promover conocimientos en el campo de las comunicaciones con base humanística, científica y tecnológica; formar comunicadores sociales competitivos, innovadores, con capacidad crítica, liderazgo y valores, que contribuyen al desarrollo de la sociedad. Y su visión: ser una unidad académica, líder en el campo de la comunicación social; moderna, con excelencia y perspectiva global en la formación académica y humanística; con reconocimiento y prestigio a nivel de las universidades del Perú. Asimismo, asume los valores institucionales: justicia, transparencia, honestidad, equidad y respeto.

Fundamentos pedagógicos:

Este currículo ha sido elaborado con el enfoque de las competencias, en consonancia con el espíritu de la ley universitaria y el estatuto de la UNSCH vigentes. Detrás del referido enfoque encontramos, por otro lado, a la teoría pedagógica del constructivismo, que tiene la finalidad de cimentar el aprendizaje otorgando un papel fundamental al alumno como actor principal de su proceso de aprendizaje (4).

En un currículo de estudios basado en competencias es central la definición de la categoría *competencia*. La asumimos como la capacidad real de un individuo para desarrollar un conjunto de tareas determinadas y que tiene tres dimensiones: conocimientos (saber), habilidades (saber hacer), comportamientos, actitudes y responsabilidades (ser). Así, una competencia es la capacidad real que supone un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, y que los alumnos deben ser capaces de demostrar al final del proceso formativo (5).

La necesidad de elaborar un currículo de estudios basado en competencias se sustenta en las tendencias del nuevo escenario mundial que, entre otras cosas, demanda de los centros de educación superior la formación de profesionales competitivos, innovadores y en formación permanente, a la vanguardia de las fronteras del conocimiento. Esta situación exige tomar en cuenta el concepto de *educación permanente* y la renovación de las antiguas concepciones pedagógicas o su abandono por nuevos enfoques, como el constructivista, centrado en los aprendizajes y el desempeño (más que en la enseñanza y los conocimientos), en el alumno como protagonista de su aprendizaje (más que en el docente) y en el uso eficaz y eficiente de los más avanzados materiales y tecnologías de apoyo instruccional (6).

Una tendencia mundial en el campo de la educación que tampoco podemos pasar por alto es la internacionalización del currículo, asociado a la globalización de las economías y la necesidad de búsqueda

> para formar sujetos capaces de actuar en un ámbito internacional, multidisciplinario y multicultural, lo cual implica un pensamiento global, abordajes comparativos, flexibilidad de procesos de enseñanza para poder cubrir la diferenciación disciplinaria, enfoques transdisciplinarios, capacidad de investigar autónomamente, entre otros (op. Citada en UNSCH 2010: 7,8).

Este es un punto crucial, por cuanto el currículo es el instrumento central para producir y apropiarse de nuevos saberes y tecnologías. Su abordaje implica tocar el corazón mismo de una unidad académica de formación superior, como es la EP de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH, decidida a enrumbar por el camino de la excelencia universitaria.

Esta es la concepción curricular con la cual se ha elaborado el currículo de nuestra Escuela, para cuya implementación (didáctica, organización y evaluación en sus tres tipos: diagnóstica, formativa y sumativa) se deberá emplear

---

(4) Universidad Politécnica de Madrid. *Aprendizaje Cooperativo*. Guías rápidas sobre nuevas metodologías. Madrid: UPM, 2008. Pág. 4.
(5) Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Directiva Nº 002-2017-VRAC-UNSCH. Ayacucho: UNSCH, 2017. Pág. 2.
(6) Rama, Claudio. *Tendencias de la Educación Superior en América Latina y el Caribe siglo XXI*. Lima: ANR, 2008.

prioritariamente métodos de aprendizaje cooperativos y colaborativos, con sus respectivas técnicas e instrumentos, sin que ello signifique el abandono de métodos tradicionales como la lección magistral, si este se desarrolla de manera activa y en función a los objetivos que se pretenda alcanzar, como parte de todo el entramado del proceso educativo por competencias. Este proceso, en última instancia, centra su mirada en el desempeño, como fuente de verificación de las competencias alcanzadas por el alumno.

Tendencias globales de las Ciencias de la Comunicación

El campo de las Ciencias de la Comunicación se ha configurado a partir de la relevancia de un fenómeno como el comunicacional, proceso social primario y tan gravitante en la vida social de los seres humanos, sobre todo en la actualidad. En efecto, vivimos la centralidad de la comunicación y a estas alturas la sociedad y la cultura no pueden ser vividas ni pensadas al margen de la gravitación de los procesos comunicacionales globales y el impacto de las tecnologías de información y comunicación (7).

Las tendencias del mundo global señalan que la importancia de la comunicación se acrecentará aún más en el futuro, exigiendo de las escuelas profesionales la formación de comunicadores sociales especializados, sin perder de vista la visión holista y estratégica que supone el abordaje del proceso comunicacional.

Considerando todo este direccionamiento institucional y bajo el marco de las premisas científico pedagógico y las tendencias globales arriba señaladas, hemos diseñado el presente currículo de estudios basado en competencias. No lo consideramos un producto definitivo, sino que atendiendo al mismo espíritu que ha alentado su elaboración - que responde a una de las características esenciales del enfoque por competencias, el mejoramiento continuo- precisamos que en cuanto se implemente estará en monitoreo y evaluación constante a cargo de la Comisión de Evaluación Permanente del Currículo de la Escuela.

6.2. PERFIL DE INGRESO

El ingresante a la EP de Ciencias de la Comunicación *es dinámico y proactivo, le gusta la lectura y producción de textos escritos y audiovisuales, posee conocimientos básicos de computación e inglés y tiene respeto por la diversidad cultural y el medio ambiente.* Las actitudes requeridas para la carrera son: *participa protagónicamente en su entorno, le gusta innovar, es asertivo al cambio, posee los hábitos de la lectura y la escritura, el interés por la producción audiovisual, la ofimática y el aprendizaje de un idioma extranjero, y tiene actitud intercultural y actitud favorable a la conservación del medio ambiente.*

Competencias	Conocimientos	Aptitudes	Actitudes
1. Es dinámico	Tiene nociones sobre la teoría de la comunicación y su importancia en la sociedad	Es sociable y activo	Participa con protagonismo en su entorno
2. Es proactivo	Tiene nociones sobre la importancia de la	Es creativo y audaz para generar mejoras	Le gusta innovar Asertivo al cambio

(7) Thompson, Jonh B. *Ideología y cultura de masas. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas.* México: UAM, 2002.

	creatividad y la innovación		
3. Le gusta la lectura	Posee ideas sobre la importancia de las lecturas comprensivas y oral	Realiza eficientemente las lecturas oral y comprensiva	Tiene hábito de lectura
4. Produce textos escritos	Conoce principios de redacción básica	Elabora textos escritos propios	Posee el hábito de la escritura
5. Le gusta elaborar productos audiovisuales	Posee nociones sobre producción audiovisual (TV y cine)	Aficionado a la elaboración de productos audiovisuales	Interés por la producción audiovisual
6. Maneja computación de nivel básico	Tiene conocimientos básicos de computación	Utiliza algunos programas de ofimática: word, excel, power point	Tiene interés por la ofimática
7. Maneja inglés de nivel básico	Posee conocimientos básicos del idioma inglés	Lee y escribe textos básicos de inglés	Interés por aprender un idioma extranjero
8. Es respetuoso de la diversidad cultural	Tiene nociones sobre la interculturalidad	Sabe interactuar con personas portadoras de culturas diferentes	Tiene actitud intercultural
9. Es respetuoso del medio ambiente	Posee conocimientos básicos de ciencias naturales y ambiente	Identifica los efectos de la contaminación ambiental	Tiene actitud favorable a la conservación del medio ambiente

6.3. PERFIL DE EGRESO

El egresado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH tiene las competencias:

a) realiza acciones periodísticas en medios escritos, audiovisuales y transmediales, con una mirada global, local y vocación humanística, buscando desarrollar una mentalidad crítica en las audiencias;
b) planifica y realiza productos audiovisuales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción audiovisual profesional;
c) gestiona empresas en producción audiovisual, periodística, corporativa y publicitaria, aplicando la teoría general de la administración;
d) planifica la promoción de la comunicación interna y externa en las organizaciones para la mejora del clima organizacional y el fortalecimiento de la cultura organizacional;
e) gestiona el área de comunicación de las organizaciones, según estándares de calidad nacional;
f) ejecuta proyectos de investigación en comunicación social, según los estándares de la investigación científica especializada, y
g) elabora planes y guías de intervención e instrumentos para hacer efectiva la comunicación social en las organizaciones y la sociedad, en base a las recomendaciones de los estudios científicos.

6.4. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

6.4.1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Las asignaturas se distribuyen en tres áreas curriculares, dos de las cuales se dividen en sub áreas, en función del perfil de egreso, según el siguiente cuadro:

ÁREA CURRICULAR	SUB ÁREA	CRÉDITOS
1. Estudios generales		35
2. Estudios	2.1. Formación específica	45

específicos	2.2. Investigación científica, tecnológica y humanística	12
	2.3. Innovación tecnológica, creatividad y emprendimiento	3
	2.4. Trabajo de investigación, tesis y trabajo de suficiencia profesional	6
	2.5. Idioma nivel básico	6
3. Estudios de especialidad	3.1. Especialidad	87
	3.2. Electivas	9
	3.3. Práctica preprofesional	3
	3.4. Servicio social universitario	3
TOTALES		**209**

Todas las asignaturas son obligatorias, excepto las electivas, de las cuales el estudiante elige tres (3) en toda la formación profesional.

Todas las asignaturas constituyen la carga académica de los docentes, excepto Práctica Preprofesional y Servicio social universitario.

Práctica profesional se realiza de manera integral y en forma paralela al desarrollo de los semestres IV, V, VI, VII, VIII, IX y X, sirviéndose de varias asignaturas; se divide en Intrainstitucionales y Extrainstitucionales. Servicio social universitario se realiza de manera paralela al último semestre y se acredita mediante una constancia emitida por una comunidad o asociación civil beneficiada por las prácticas del estudiante.

A las asignaturas teórico-prácticas que implican uso de laboratorios y talleres de Radio, Televisión y Fotografía se les asigna un jefe de práctica por cada 8 alumnos matriculados para las horas prácticas (el número de alumnos por cada grupo de práctica no puede ser mayor a 8 porque ese es el aforo de cada laboratorio). Estas asignaturas son CC 385 Producción radial I, CC 384 Producción radial II, CC 387 Taller de fotografía I, CC 386 Taller de fotografía II, CC 485 Taller de televisión I y CC 484 Taller de televisión II.

Las asignaturas teórico-practicas que se realizan en aula y campo se organizan en grupos de práctica no menores de 10 estudiantes. Estas son: CC 280 Periodismo informativo, CC 282 Artes escénicas y técnicas de elocución, CC 283 Taller de arte y creatividad, CC 382 Opinión Pública, CC 381 Periodismo interpretativo, CC 380 Periodismo de opinión, CC 481 Periodismo de investigación, CC 483 Seminario de comunicación organizacional, CC 480 Taller de diagramación, CC 486 Metodología de la investigación social I, CC 589 Metodología de la investigación social II, CC 586 Seminario de tesis y CC 582 Intervención en comunicación para el desarrollo social. El número de alumnos por cada grupo de práctica es de 16 debido a que el desarrollo de estas asignaturas implica en gran medida el uso de la estrategia del taller.

Las asignaturas de gran relevancia para la especialidad y naturaleza teórico-práctica no son exonerables ni pueden desarrollarse en periodos vacacionales y otros similares. Estas asignaturas son:

1	Taller de arte y creatividad	CC 283
2	Periodismo informativo	CC 280
3	Periodismo interpretativo	CC 381
4	Periodismo de opinión	CC 380
5	Taller de fotografía I	CC 387

6	Taller de fotografía II	CC 386
7	Producción radial I	CC 385
8	Producción radial II	CC 384
9	Periodismo de investigación	CC 481
10	Seminario de comunicación organizacional	CC 483
11	Taller de televisión I	CC 485
12	Taller de televisión II	CC 484
13	Metodología de la investigación social I	CC 486
14	Taller de diagramación	CC 480
15	Marketing y publicidad	CC 482
16	Metodología de la investigación social II	CC 589
17	Seminario de tesis	CC 586
18	Intervención en comunicación para el desarrollo social	CC 582
19	Proyectos de empresas en comunicación	CC 584

6.4.2. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREAS DE FORMACIÓN GENERAL, DE FORMACIÓN ESPECÍFICA Y ESPECIALIDAD

Área: Estudios generales

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
LE 181	Comunicación oral y escrita	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
PS 181	Psicología y desarrollo humano	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
MD 181	Metodología del trabajo universitario	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
MA 181	Matemática básica	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DAMF
HI 181	Realidad nacional y mundial	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACEA
LE 182	Comprensión y producción de textos	4.0	2.0	4.0	6.0	LE 181	DALL
FI 182	Filosofía	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
CS 182	Sociedad y cultura	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
BI 182	Ciencias naturales y medio ambiente	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DACB
AD 182	Liderazgo y gestión	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACEA
Subtotal de créditos y horas lectivas del área : **35.0** **46.0** % del total de créditos : **16 %**							

Área: Estudios específicos

Sub área: Formación específica

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CS 181	Teoría social	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
CC 182	Introducción a las ciencias de la comunicación	4.0	3.0	2.0	5.0	Ninguno	DACHS
CC 281	Historia de los medios de comunicación	4.0	3.0	2.0	5.0	LE 182	DACHS
CC 285	Teoría de la imagen	4.0	4.0		4.0	FI 182	DACHS
CC 287	Teoría de la comunicación I	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 182	DACHS
CC 286	Teoría de la comunicación II	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 287	DACHS
CC 383	Opinión pública	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 281	DACHS
HI 382	Historia de las ideas políticas	4.0	4.0		4.0	HI 181	DACHS
CC 388	Derecho a la comunicación	3.0	2.0	2.0	4.0	FI 182	DACHS
CC 489	Ética profesional	4.0	4.0		4.0	CC 388	DACHS
GF 480	Gestión ambiental y desarrollo sostenible	5.0	3.0	4.0	7.0	BI 182	DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área : **45.0** **54.0** % del total de créditos : **21 %**							

Sub área: Investigación científica, tecnológica y humanística

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 486	Metodología de la Investigación Social I	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 389 ES 481	DACHS
CC 589	Metodología de la Investigación Social II	5.0	2.0	6.0	8.0	CC 486	DACHS
ES 481	Estadística aplicada a la comunicación social	3.0	2.0	2.0	4.0	MA 181	DAMF
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **12.0** **17.0** % del total de créditos : **6 %**							

Sub área: Innovación tecnológica, creatividad y emprendimiento

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 584	Proyectos de empresas en comunicación	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 585	DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **3.0** **5.0** % del total de créditos : **1 %**							

Sub área: Trabajo de investigación, tesis y trabajo de suficiencia profesional

SIGLA	ASIGNATURA	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 586	Seminario de Tesis	6.0	3.0	6.0	9.0	ES 481 CC 589	DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área : **6.0** **9.0** % del total de créditos : **3 %**							

Sub área: Idioma nivel básico

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
QE 281	Quechua I	3.0	2.0	2.0	4.0	CS 182	DALL
QE 282	Quechua II	3.0	2.0	2.0	4.0	QE 281	DALL
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **6.0** **8.0** % del total de créditos : **3 %**							

Área: Estudios de especialidad

Sub área: Especialidad

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 283	Taller de arte y creatividad	3.0	1.0	4.0	5.0	AD 182	DACHS
CC 280	Periodismo informativo	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 281	DACHS
CC 282	Arte escénico y técnicas de elocución	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 283	DACHS
CC 284	Fundamentos de la producción audiovisual	3.0	3.0		3.0	CC 285	DACHS
CC 381	Periodismo interpretativo	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 280	DACHS
CC 385	Producción radial I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 282	DACHS
CC 387	Taller de fotografía I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 284	DACHS
CC 389	Semiótica de la comunicación	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 286	DACHS
CC 380	Periodismo de opinión	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 381	DACHS
CC 382	Comunicación organizacional	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 383	DACHS
CC 384	Producción radial II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 385	DACHS
CC 386	Taller de fotografía II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 387	DACHS
CC 481	Periodismo de investigación	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 380	DACHS
CC 483	Seminario de comunicación organizacional	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 382	DACHS
CC 485	Taller de televisión I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 386	DACHS
CC 480	Taller de diagramación	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 481	DACHS
CC 482	Marketing y publicidad	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 483	DACHS
CC 484	Taller de televisión II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 485	DACHS
CC 581	Periodismo digital	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 480	DACHS
CC 583	Comunicación y desarrollo	3.0	2.0	2.0	4.0	GF 480	DACHS

CC 585	Administración de empresas en comunicación	3.0	3.0		3.0	CC 482	DACHS
CC 587	Producción digital	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 484	DACHS
CC 580	Turismo y comunicación	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 583	DACHS
CC 582	Intervención en comunicación para el desarrollo social	5.0	3.0	4.0	7.0	CC 583	DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **87** **128** % del total de créditos : **40 %**							

Sub área: Electivas (8)

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
LI 881	Literatura peruana y latinoamericana	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
CC 882	Taller de iluminación	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
AN 883	Antropología y género	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
CC 885	Periodismo cívico	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
CC 887	Crítica cinematográfica	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
CC 886	Derecho internacional humanitario	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área : **18.0** **22.0** % del total de créditos : **8 %**							

Sub área: Práctica preprofesional

AMBITOS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
Prácticas preprofesionales intrainstitucionales	1.0		2.0	2.0		DACHS
Prácticas preprofesionales extrainstitucionales	2.0		4.0	4.0		DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **3.0** **6.0** % del total de créditos : **1 %**						

Sub área: Servicio social universitario

ASIGNATURA	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
Servicio social universitario	3.0		6.0	6.0		DACHS
Subtotal de créditos y horas lectivas del sub área: **3.0** **6.0** % del total de créditos : **1 %**						

6.4.3 DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR SEMESTRES ACADÉMICOS

SERIE 100 – I

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
LE 181	Comunicación oral y escrita	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
PS 181	Psicología y desarrollo humano	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
MD 181	Metodología del trabajo universitario	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
MA 181	Matemática básica	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DAMF
HI 181	Realidad nacional y mundial	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
CS 181	Teoría social	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	20.0	14.0	12.0	26.0		

SERIE 100 – II

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
LE 182	Comprensión y producción de textos	4.0	2.0	4.0	6.0	LE 181	DALL
FI 182	Filosofía	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
CS 182	Sociedad y cultura	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
BI 182	Ciencias naturales y medio ambiente	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DACB
AD 182	Liderazgo y gestión	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACEA
CC 182	Introducción a las ciencias de la	4.0	3.0	2.0	5.0	Ninguno	DACHS

(8) De las seis asignaturas electivas programadas, el estudiante elige como mínimo tres, haciendo los 9.0 créditos electivos que requiere para obtener el grado académico de bachiller.

	comunicación						
	TOTAL	22.0	15.0	14.0	29.0		

SERIE 200 – I

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 281	Historia de los medios de comunicación	4.0	3.0	2.0	5.0	LE 182	DACHS
QE 281	Quechua I	3.0	2.0	2.0	4.0	CS 182	DALL
CC 283	Taller de arte y creatividad	3.0	1.0	4.0	5.0	AD 182	DACHS
CC 285	Teoría de la imagen	4.0	4.0		4.0	FI 182	DACHS
CC 287	Teoría de la comunicación I	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 182	DACHS
		19.0	**14.0**	**10.0**	**24.0**		
	ELECTIVA						
LI 881	Literatura peruana y latinoamericana	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
	TOTAL	22.0	16.0	12.0	28.0		

SERIE 200 – II

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 280	Periodismo informativo	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 281	DACHS
QE 282	Quechua II	3.0	2.0	2.0	4.0	QE 281	DALL
CC 282	Arte escénico y técnicas de elocución	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 283	DACHS
CC 284	Fundamentos de la producción audiovisual	3.0	3.0		3.0	CC 285	DACHS
CC 286	Teoría de la comunicación II	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 287	DACHS
		18.0	**12.0**	**12.0**	**24.0**		
	ELECTIVA						
CC 882	Taller de iluminación	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	21.0	14.0	14.0	28.0		

SERIE 300 – I

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 381	Periodismo interpretativo	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 280	DACHS
CC 383	Opinión pública	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 281	DACHS
CC 385	Producción radial I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 282	DACHS
CC 387	Taller de fotografía I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 284	DACHS
CC 389	Semiótica de la comunicación	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 286	DACHS
		19.0	**11**	**16**	**27.0**		
	ELECTIVA						
AN 883	Antropología y género	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	22.0	14.0	16.0	30.0		

SERIE 300 – II

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 380	Periodismo de opinión	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 381	DACHS
CC 382	Comunicación organizacional	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 383	DACHS
CC 384	Producción radial II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 385	DACHS
CC 386	Taller de fotografía II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 387	DACHS
HI 382	Historia de las ideas políticas	4.0	4.0		4.0	HI 181	DACHS
CC 388	Derecho a la comunicación	3.0	2.0	2.0	4.0	FI 182	DACHS
	TOTAL	22.0	14.0	16.0	30.0		

SERIE 400 – I

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 481	Periodismo de investigación	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 380	DACHS
CC 483	Seminario de comunicación organizacional	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 382	DACHS
CC 485	Taller de televisión I	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 386	DACHS

ES 481	Estadística aplicada a la comunicación social	3.0	2.0	2.0	4.0	MA 181	DAMF
CC 489	Ética profesional	4.0	4.0		4.0	CC 388	DACHS
		19.0	**12.0**	**14.0**	**26.0**		
	ELECTIVA						
CC 885	Periodismo cívico	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	22.0	14.0	16.0	30.0		

SERIE 400 – II

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 480	Taller de diagramación	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 481	DACHS
GF 480	Gestión ambiental y desarrollo sostenible	5.0	3.0	4.0	7.0	BI 182	DACHS
CC 482	Marketing y publicidad	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 483	DACHS
CC 484	Taller de televisión II	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 485	DACHS
CC 486	Metodología de la investigación social I	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 389 ES 481	DACHS
	TOTAL	**20.0**	**11.0**	**18.0**	**29**		

SERIE 500 – I

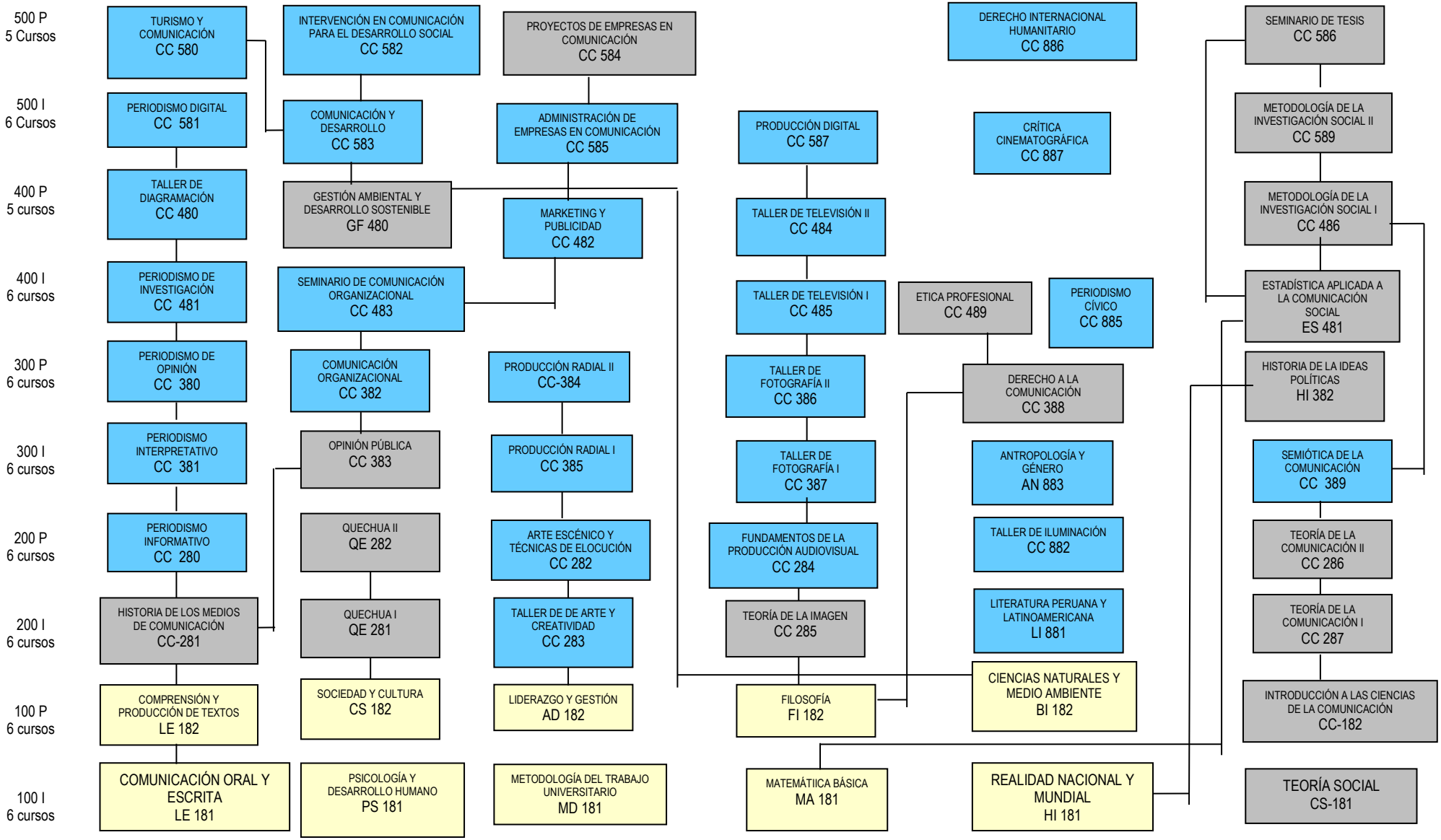
SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 581	Periodismo digital	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 480	DACHS
CC 583	Comunicación y desarrollo	3.0	2.0	2.0	4.0	GF 480	DACHS
CC 585	Administración de empresas en comunicación	3.0	3.0		3.0	CC 482	DACHS
CC 587	Producción digital	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 484	DACHS
CC 589	Metodología de la investigación social II	5.0	2.0	6.0	8.0	CC 486	DACHS
		17.0	**9.0**	**16.0**	**25.0**		
	ELECTIVA						
CC 887	Crítica cinematográfica	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	20.0	11.0	18.0	29.0		

SERIE 500 – II

SIGLA	ASIGNATURAS	CRÉD.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 580	Turismo y comunicación	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 583	DACHS
CC 582	Intervención en comunicación para el desarrollo social	5.0	3.0	4.0	7.0	CC 583	DACHS
CC 584	Proyectos de empresas en comunicación	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 585	DACHS
CC 586	Seminario de Tesis	6.0	3.0	6.0	9.0	ES 481 CC 589	DACHS
		18.0	**9.0**	**18.0**	**27.0**		
	ELECTIVA						
CC 886	Derecho internacional humanitario	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
	TOTAL	21.0	12.0	18.0	30.0		

6.4.4. MALLA CURRICULAR DEL PLAN DE ESTUDIOS

MALLA CURRICULAR



8.4.5 DESCRIPCIÓN Y SUMILLA DE LAS ASIGNATURAS

1. COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
LE 181	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: Aula						

Competencia. Produce textos académicos orales y escritos con propiedad para ejercitarse en la reproducción, apropiación y creación de conocimientos; y comprende e interpreta textos académicos y literarios utilizando estrategias cognitivas y críticas.

Contenido: La comunicación lingüística; la comunicación oral: géneros orales académicos; la lectura: taller de lectura oral, comprensión de textos académicos, científicos y literarios; ortografía de la palabra en textos académicos; producción de textos narrativos y descriptivos con énfasis en las estructuras textuales.

2. PSICOLOGÍA Y DESARROLLO HUMANO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
PS 181	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: Aula						

Competencia: Utilizar los conocimientos de la psicología general y las características psicológicas en las diferentes etapas de desarrollo del hombre.

Contenido: El objeto de la psicología, métodos y ramas. Lo social, lo biológico y su influencia en el psiquismo humano. Los fenómenos psicológicos cognoscitivos, afectivos y volitivos. La conducta, la conciencia y el inconsciente. La personalidad. La psicología del desarrollo. Características psicológicas de las diferentes etapas del desarrollo ser humano. Aplicaciones de la psicología.

3. METODOLOGÍA DEL TRABAJO UNIVERSITARIO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
MD 181	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: Aula						

Competencia. Aplica conocimientos y estrategias para un adecuado proceso de aprendizaje y de producción intelectual en diferentes niveles.

Contenido: Nociones básicas del conocimiento científico. Técnicas de clasificación y sistematización del conocimiento en línea y físico. Estrategias, métodos y técnicas de aprehensión de la realidad contextualizada para su formación profesional. Producción intelectual: monografía, ensayo e informe académico en función a los estilos internacionales de redacción concordante a la disciplina científica.

4. MATEMÁTICA BÁSICA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
MA 181	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DAMF
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						

Naturaleza: teórico-práctico	
Ambiente: Aula	

Competencia: Abstrae, analiza y sintetiza información diversa procesándola en lenguaje lógico simbólico resolviendo problemas; que le permita emplear su pensamiento lógico en la resolución de problemas y la comunicación matemática.

Contenido: Proposiciones, razonamientos e inferencias. Conjuntos y cuantificadores. Números reales: propiedades básicas de la adición y multiplicación. Productos y cocientes notables. Relación de orden. Valor absoluto, radicales, exponentes y logaritmos. Ecuaciones e inecuaciones polinómicas, racionales y con valor absoluto. Razones y proporciones. Magnitud directa e inversa. Regla de tres simple y compuesta. Porcentajes. Conceptos básicos de geometría analítica. Sistemas de coordenadas cartesianas. La lineal recta: ecuaciones de la recta. Rectas paralelas y perpendiculares. Cónicas. Relaciones binarias de R en R. Funciones reales de variable real. Funciones especiales. Trazado de la gráfica de una función. Álgebra de funciones. Composición de funciones. Función polinómica, racional, exponencial y logarítmica.

5. REALIDAD NACIONAL Y MUNDIAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
HI 181	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Analiza y comprende la situación del Perú y del mundo a fines del siglo XX e inicios del siglo XXI y asume una actitud reflexiva en torno a los procesos y circunstancias que dieron origen al actual contexto.

Contenido: El mundo a fines del siglo XX e inicios del XXI: el fin de la bipolaridad, la era post-industrial y la globalización. La sociedad virtual y el Perú en dicho contexto. La urbanización y la presencia migrante en las ciudades: economía informal, cultura chicha y desborde popular. La violencia política. Poder y política: crisis de la democracia, ciudadanía y corrupción. Estado, políticas sociales y exclusión social.

6. TEORÍA SOCIAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CS 181	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la competencia genérica para aprender a aprender en el campo de las ciencias sociales e intervenir en el análisis de la realidad social, mediante el conocimiento del origen y evolución de la teoría social y su aplicación a la realidad nacional. En cuanto a competencia específica, la asignatura contribuirá a que el estudiante pueda *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido comprende: Ciencia e investigación científica. La visión teórica y el manejo práctico. Discusión de los distintos orígenes de las ciencias sociales: Descartes, Bacón y otros. Aportes fundamentales de los clásicos del saber

sociológico. La influencia de la teoría marxista, crítica y el psicoanálisis a la producción teórica social. El giro lingüístico y el giro pragmático y su influencia en las ciencias sociales. La irrupción de la teoría de la acción comunicativa y la teoría sistémica de la sociedad. Aportes de las teorías contemporáneas: hermenéutica, ética social y otras.

7. COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
LE 182	4.0	2.0	4.0	6.0	LE 181	DALL
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: Aula						

Competencia. Produce textos expositivos y argumentativos siguiendo los procesos de la escritura de textos académicos para entrenarse en la construcción del conocimiento.

Contenido: La sintaxis del español; la puntuación; la construcción de párrafos coherentes; el texto y las propiedades textuales; el texto académico: el proceso de la escritura académica; producción de textos expositivos y argumentativos; escritura de un ensayo académico.

8. FILOSOFÍA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
FI 182	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DAECH
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: Aula						

Competencia. Desarrolla y explica el pensamiento lógico, crítico y reflexivo de las concepciones filosóficas que explican el desarrollo del mundo, las disciplinas filosóficas y formas de conciencia social.

Contenido: Filosofía. Generalidades: etimología, orígenes, importancia, actitud filosófica y métodos filosóficos. Problemas fundamentales de la filosofía. Concepciones filosóficas que explican el desarrollo del mundo. Disciplinas filosóficas. Filosofía y formas de conciencia social. Historia de la filosofía: La filosofía en el esclavismo, la filosofía en el feudalismo, la filosofía en el renacimiento, la filosofía en la modernidad, la filosofía en la época contemporánea. Problemática de la filosofía actual. Filosofía latinoamericana y peruana.

9. SOCIEDAD Y CULTURA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CS 182	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Analiza y reflexiona sobre las relaciones entre el campo cultural y el mundo social mediante la revisión crítica de textos, la apreciación de material audiovisual y la visita guiada a lugares y situaciones específicas.

Contenido: La sociedad y el individuo. El concepto de cultura: símbolos, lenguaje, valores y creencias. Cultura, ideología e imaginario. La identidad y sus niveles: la

construcción de las identidades sociales y de género. Etnicidad y nacionalismo: la diversidad cultural en el Perú. Cultura y poder: Estado, ideología, orden y clases sociales en el Perú. Cultura popular y cultura de masas: las industrias culturales y la transnacionalización de la cultura.
Para la parte práctica los estudiantes discutirán los textos seleccionados en clase y presentarán resúmenes de lectura. Además, harán visitas guiadas a lugares y situaciones relacionadas con los temas del contenido del curso (comunidades campesinas, ceremonias públicas, fiestas tradicionales, medios de comunicación). Asimismo, visualizarán y luego discutirán películas y documentales que versan sobre algunos contenidos conceptuales de la asignatura.

10. CIENCIAS NATURALES Y MEDIO AMBIENTE						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
BI 182	5.0	4.0	2.0	6.0	Ninguno	DACB
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Explica el objeto fenómeno de la naturaleza, comprende las leyes y principios que gobiernan la interacción hombre – ambiente para el logro del desarrollo sostenible.

Contenido: Biología: Concepción de la naturaleza orgánica. Origen y evolución de los seres vivos vida. Niveles de organización de los seres vivos. Funcionamiento de los organismos en relación a su ambiente.
Medio ambiente: Ambiente y desarrollo sostenible, biodiversidad y dinámica del ecosistema. Recursos naturales y su aprovechamiento.
Física: Concepción de los principios y leyes de la física en la naturaleza y su interacción en las actividades antrópicas y medio ambiente.
Química: Concepción de los principios y leyes de la química en la naturaleza y su interacción en las actividades antrópicas y medio ambiente.

11. LIDERAZGO Y GESTIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
AD 182	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACEA
Área curricular: ESTUDIOS GENERALES						
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencias: Genera pensamiento estratégico para formular y desarrollar sistemas, modelos, estructuras y organizaciones flexibles, inteligentes y ágiles orientados al fortalecimiento de procesos. Aplica teorías motivacionales y de liderazgo mediante el fortalecimiento de las habilidades comunicacionales y de trabajo corporativo orientados a la solución de problemas. Establece alianzas estratégicas y de redes empresariales para la competitividad local y de cooperación.

Capacidades: Observado: Empresa y empresario. Teoría general de la administración. Rol de la administración y administrador. Fundamentos filosóficos del liderazgo. Teorías y estilos de liderazgo. El perfil del líder. La misión del líder. Teorías de la motivación. La comunicación y manejo de conflictos. Trabajo en equipo. El poder y la autoridad. El proceso de la comunicación. Elementos básicos de la organización. Dificultades para lograr un auténtico liderazgo. Modelos, procesos y técnicas para la toma de decisiones. Gestión del talento

humano. Cultura organizacional. Calidad. Gestión de procesos. Política y estrategia empresarial.

12. INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 182	4.0	3.0	2.0	5.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar al estudiante un marco conceptual para analizar la importancia del fenómeno comunicacional en el desarrollo de la sociedad y realizar una monografía sobre los principales modelos teóricos utilizando fuentes de primera mano, permitiéndole desarrollar su capacidad de abstracción, análisis y síntesis. La competencia específica a lograr es: *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido: Grandes concepciones de la comunicación. Formas y tipos de comunicación. La comunicación como campo de estudio científico: orígenes y desarrollo: modelos comunicacionales desde la antigüedad hasta el siglo XIX. Las tecnologías de la información y la comunicación, la democratización de la cultura y el surgimiento de lo masivo.

13. HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 281	4.0	3.0	2.0	5.0	LE 182	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Dar a conocer al estudiante el proceso de evolución de los medios de comunicación en el contexto histórico y social a nivel mundial, nacional y local, permitiéndole desarrollar su capacidad de abstracción, análisis y síntesis. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional.*

Contenido: Historia de la escritura. La imprenta y sus efectos en la sociedad. La prensa, inicios y desarrollo. La prensa en el Perú. El cine, orígenes y desarrollo. El cine en el Perú y en Ayacucho. La radio, inicios y desarrollo. La radio en el Perú y Ayacucho. La televisión, orígenes y desarrollo. La televisión en el Perú y Ayacucho. Internet, orígenes y desarrollo. Las innovaciones tecnológicas y los efectos de los medios de comunicación en la actualidad.

14. QUECHUA I						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
QE 281	3.0	2.0	2.0	4.0	CS 182	DALL
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: IDIOMA NIVEL BÁSICO		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante la capacidad y actitudes positivas para aprender el idioma quechua. La competencia específica a lograr es: *hablar y escribir en el idioma quechua en el nivel básico.*

Contenido: Conocimiento de la gramática y escritura de la lengua quechua para iniciar al estudiante en el lenguaje hablado y escrito.

15. TALLER DE ARTE Y CREATIVIDAD						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 283	3.0	1.0	4.0	5.0	AD 182	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Dar a conocer al estudiante los fundamentos teóricos del arte y la creatividad para desarrollar una actitud reflexiva orientada al goce estético en el campo de la comunicación. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía.*

Contenido: Fundamentos de la historia del arte y su aplicación e influencia en el desarrollo cultural del mundo: conceptos generales de arte y creatividad. Pintura, escultura, arquitectura, música, teatro, danza y fotografía como expresiones artísticas para el desarrollo de habilidades creativas. El arte y la creatividad como actividades humanas fundamentales en la cultura humana. El arte como producto en el proceso de la socialización, educación y comunicación en la sociedad. Iniciación en el arte y desarrollo del sentido estético en el alumno.

16. TEORÍA DE LA IMAGEN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 285	4.0	4.0		4.0	FI 182	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar al estudiante un marco conceptual para comprender y analizar la sintaxis, morfología y consumo de la imagen en la sociedad actual. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía.*

Contenido: Iconósfera y primacía de la imagen. La imagen como sistema simbólico. Imagen televisiva. Imagen fotográfica. Imagen cinematográfica. Imagen virtual y realidad aumentada. Consumo audiovisual. Realidad, percepción y representación. Los elementos morfológicos, dinámicos y escalares de la imagen. Los principios de la composición. Análisis de imágenes. Hacia una conceptualización de la imagen.

17. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 287	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 182	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante su capacidad crítica identificando la centralidad del fenómeno comunicacional en el entramado socioeconómico y cultural moderno, y elaborar una monografía empleando fuente primaria sobre los modelos comunicacionales. La competencia específica a lograr es: *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido: Los grandes enfoques teórico-metodológicos del estudio científico de la comunicación en el siglo XX: el conductismo, el funcionalismo, el

estructuralismo y la teoría crítica.

18. LITERATURA PERUANA Y LATINOAMERICANA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
LI 881	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DALL
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante las capacidades para conocer y valorar las expresiones culturales y artísticas, mediante el conocimiento de las corrientes literarias peruanas y latinoamericanas contemporáneas y sus principales representantes. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional.*

Contenido: Corrientes literarias peruanas contemporáneas: el Vanguardismo, César Vallejo; el indigenismo: Ciro Alegría y José María Arguedas; Generación del 50, últimas tendencias. Principales tendencias literarias latinoamericanas contemporáneas.

19. PERIODISMO INFORMATIVO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 280	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 281	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante el conocimiento de las reglas del lenguaje periodístico y la aplicación de principios, normas y técnicas que regulan la correcta expresión del género informativo y su ejercicio en prensa, radio, televisión e internet. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional*.

Contenido: Periodismo: definición y formas (informativo, de opinión, interpretativo), fuentes periodísticas. Información periodística: la noticia y sus elementos. Lenguaje periodístico y problemas frecuentes en la redacción periodística. Formatos del periodismo informativo: noticia, crónica informativa, entrevista informativa. Técnicas de redacción del periodismo informativo.

20. QUECHUA II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
QE 282	3.0	2.0	2.0	4.0	QE 281	DALL
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: IDIOMA NIVEL BÁSICO		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad y actitudes positivas para aprender el idioma quechua. La competencia específica a lograr es: *analizar y traducir textos quechuas.*

Contenido: Gramática de la lengua quechua hablado y escrito. Conocimiento, análisis y traducción de textos quechuas.

21. ARTE ESCÉNICO Y TÉCNICAS DE ELOCUCIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 282	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 283	DACHS

Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	Sub área: ESPECIALIDAD	
Naturaleza: teórico-práctico		
Ambiente: aula		

Competencia: Desarrollar en el estudiante su capacidad de comunicación oral, expresión corporal y desenvolvimiento en diversos escenarios. La competencia específica a lograr es: *diseñar y producir productos radiales*.

Contenido: Historia del teatro. Teatro gestual. Técnicas de improvisación. Expresión corporal. Expresión oral. Técnicas de respiración. Interpretación teatral, cinematográfica y televisiva. La voz, el lenguaje del cuerpo en el espacio. Técnicas de interpretación. Interpretación ante la cámara. Elementos de la locución: el arte de hablar en público. El discurso, la conferencia, la oratoria. La elaboración del discurso. El pánico escénico. La declamación. Los matices. La poesía. Locución radial. Locución televisiva. El maestro de ceremonias y el animador. Las condiciones del animador. El libreto y el guión. Ejercicios prácticos y tareas de aplicación.

22. FUNDAMENTOS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 284	3.0	3.0		3.0	CC 285	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Proporcionar al estudiante los conocimientos y técnicas para fortalecer su capacidad para elaborar y ejecutar proyectos de producción audiovisual. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión*.

Contenido: El lenguaje audiovisual: características de la radio y la televisión. Elementos morfológicos y recursos lingüísticos. Unidades básicas de sentido, plano, toma, encuadre. Movimientos y ángulos. El audio, sonido e iluminación en la producción audiovisual.

23. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 286	5.0	4.0	2.0	6.0	CC 287	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionarle al estudiante un marco conceptual para abordar el comportamiento de los *mass media*; la producción, circulación y consumo de los mensajes; la política, lo masivo, lo popular, el desarrollo y lo público, permitiéndole desarrollar su capacidad crítica y autocrítica. La competencia específica a lograr es: *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido: Los discursos teóricos contemporáneos sobre la comunicación: sociología de la cultura, estudios culturales ingleses, escuela de los estudios culturales norteamericanos, postura sociopolítica alemana y estudios culturales latinoamericanos.

24. TALLER DE ILUMINACIÓN

SIGLA	CRED.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 882	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Proporcionar al estudiante el conocimiento y manejo de la teoría de la luz en la producción fotográfica y audiovisual. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión*.

Contenido: Teoría de la luz: propiedades y características. Fuentes de iluminación e intensidad. Los filtros. Ángulos de iluminación. Práctica de iluminación para fotografía, video y cine.

25. PERIODISMO INTERPRETATIVO						
SIGLA	CRED.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 381	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 280	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante una visión noticiosa interpretativa del debate político y cultural contemporáneo en los escenarios internacional, nacional y regional, asimismo la aplicación de las técnicas de redacción periodística interpretativa en prensa, radio, televisión e internet. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional.*

Contenido: El debate político y cultural contemporáneo internacional, nacional y regional como fuente de análisis e interpretación periodística. El periodismo interpretativo y sus formatos: noticia interpretativa, crónica interpretativa, ensayo y reportaje. Técnicas de redacción del periodismo interpretativo.

26. OPINIÓN PÚBLICA						
SIGLA	CRED.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 383	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 281	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante la competencia para analizar la formación de la opinión pública a través de la recreación de la realidad producida por los medios masivos de comunicación y realizar sondeos de opinión pública aplicando la teoría científica. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional.*

Contenido: Opinión publica: conceptos, origen y desarrollo. Corrientes de opinión publica. Los líderes de opinión y su rol como fuente de conocimiento, de información, divulgación y validación de las ideas. Relación de la opinión pública y los medios de comunicación. El rumor como fenómeno social. Investigación de la opinión publica.

27. PRODUCCIÓN RADIAL I						
SIGLA	CRED.	HT	HP	TH	REQ.	DPTO.
CC 385	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 282	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						

Ambiente: aula y laboratorio	

Competencia: Iniciar al estudiante en el conocimiento teórico-práctico de la radio como medio de comunicación, permitiéndole desarrollar la competencia para elaborar y ejecutar proyectos de producción en radio. La competencia específica a lograr es: *diseñar y producir productos radiales.*

Contenido: La radio: características. El discurso radiofónico. Elementos técnicos de la radio: recursos radiofónicos (sonido, musicalización y efectos). Géneros y formatos radiofónicos: periodístico y dramático. Composición de textos radiofónicos: guiones y libretos. Validación de formatos radiofónicos. Edición: manejo de software de audio y de emisión. Fases de la producción. La programación radial: consumo y públicos. Formas de radiodifusión: radios comerciales, radios regionales, radios educativas. Normas legales. Práctica: elaboración de formatos.

28. TALLER DE FOTOGRAFÍA I						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 387	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 284	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Promover en el estudiante el manejo del lenguaje visual y la realización de fotografías que comuniquen eficazmente sus ideas en los diferentes campos de las ciencias de la comunicación. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía*.

Contenido: Introducción a la fotografía. Fundamentos técnicos y visuales de la fotografía. Elementos del lenguaje fotográfico. Principios fundamentales de composición fotográfica. La cámara fotográfica y sus accesorios. La ley de reciprocidad. Profundidad de campo y velocidad de obturación. Fotografía creativa. Teoría de la luz y sus propiedades: fuentes de iluminación. Modos de medición y gris medio al 18%. Fundamentos básicos del blanco y negro y el laboratorio fotográfico. Fotografía analógica. Introducción a la fotografía digital. El software de retoque fotográfico y archivo digital.

29. SEMIÓTICA DE LA COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 389	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 286	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar al estudiante el conocimiento de la perspectiva semiótica en el marco de la investigación en comunicación, permitiéndole desarrollar su capacidad de abstracción, análisis y síntesis. La competencia específica a lograr es: *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido: Conceptos teóricos y metodológicos de la semiótica. La semiótica y su relación con los estudios de la comunicación y la cultura. La enunciación, circulación y recepción del sentido. Aplicación de los modelos de análisis semiótico a los proceso comunicacionales.

30. ANTROPOLOGÍA Y GÉNERO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
AN 883	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula						

Competencia: Conocer y analizar las relaciones sociales desde la perspectiva de género. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad*.

Contenido: Análisis antropológico del género: construcción y reconstrucción de las categorías sociales de masculino y femenino. Teorías: el género y la construcción de identidades, los roles sociales, y las relaciones personales. La familia: diferencias sociales y étnicas. Género y política en la sociedad contemporánea: perspectivas.

31. PERIODISMO DE OPINIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 380	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 381	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de abordar desde una perspectiva crítica y reflexiva los hechos más relevantes de la realidad internacional, nacional y regional, asimismo aplicar las técnicas de redacción periodística de opinión en prensa, radio, televisión e internet. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad*.

Comprende: El periodismo y su relación con la política, la economía, la ética y el mercado laboral. El periodismo de opinión: funciones y formatos (columna, artículo de opinión, editorial). Técnicas y estilos de redacción del periodismo de opinión.

32. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 382	3.0	2.0	2.0	4.0	CC 383	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Introducir al estudiante en el conocimiento de la teoría de las organizaciones y la comunicación organizacional, permitiéndole desarrollar su capacidad de gestión de la comunicación organizacional de las instituciones privadas y públicas. Las competencias específicas a lograr son: a) *identificar problemas en la comunicación interna y externa según el protocolo institucional,* y b) *diseñar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional.*

Contenido: Definición, funciones, objetivo, estructura y comportamiento de las organizaciones. Proceso de la comunicación entre sus miembros y de la organización con el exterior. Interdependencias. Los públicos internos y externos de la organización. Flujos y redes de la comunicación. Roles y formación de opinión al interior de las organizaciones y fuera de ellas. Cultura organizacional:

misión y visión. Relación con el entorno y comunicación entre organizaciones. Imagen institucional. Administración de la comunicación en la organización.

33. PRODUCCIÓN RADIAL II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 384	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 385	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Desarrollar en el estudiante habilidades y destrezas fortaleciendo su capacidad para elaborar y ejecutar proyectos de producción radiofónica. La competencia específica a lograr es: *diseñar y producir productos radiales.*

Contenido: Diseño y ejecución de programas radiales periodísticos y temáticos: proyecto, medición de rating y reestructuración de programa. Difusión de programas radiales por internet y radios convencionales. Práctica: producción y emisión de programas.

34. TALLER DE FOTOGRAFÍA II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 386	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 387	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Desarrollar la capacidad creativa del estudiante merced a su iniciación en la fotografía especializada en comunicación; asimismo, permitirle elaborar y ejecutar proyectos comunicacionales de producción en fotografía. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía*.

Contenido: La comunicación visual y el lenguaje fotográfico. Técnica y estética de las imágenes fotográficas: siglos XIX – XXI. Usos de la fotografía. Objetividad y subjetividad del acto fotográfico. Fotografía periodística y códigos visuales. Codificación visual e información fotográfica. Géneros fotográficos: foto documental, fotoreportaje de actualidad, fotoreportaje de paisaje, fotoreportaje social. Características, similitudes y diferencias entre géneros. Teoría digital e introducción a los programas de edición y diseño pertinentes. Teoría del retrato y tendencias. Fotografía de moda y belleza: historia y tendencias. La moda: praxis, industria, producción e iluminación en la moda. Fotografía de productos y fotografía publicitaria: definición y características. El proceso publicitario y la fotografía. Iluminación, color y composición. El proceso creativo de la fotografía publicitaria: preproducción, realización y postproducción.

35. HISTORIA DE LAS IDEAS POLÍTICAS						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
HI 382	4.0	4.0		4.0	HI 181	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante, mediante al análisis del proceso de las ideas políticas en el Perú, la competencia social y ciudadana para una comprensión e interacción eficaz con la sociedad. La competencia específica a

lograr es: *elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional*.

Contenido: Estudio de las concepciones político-sociales. Concepciones sobre el Estado. Planteamientos políticos sobre problemas fundamentales de la sociedad peruana y el mundo. Los partidos políticos. Principales ideólogos.

36. DERECHO A LA COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 388	3.0	2.0	2.0	4.0	FI 182	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de valoración y respeto por los derechos humanos, el medio ambiente y la diversidad cultural, a partir del conocimiento del marco legal en materia de comunicación. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional*.

Contenido: Los Derechos Humanos y las Naciones Unidas. La libertad de pensamiento, opinión y expresión como derecho humano. La legislación de prensa en el Perú durante la colonia y la República. Los estatutos de prensa. Las constituciones de 1979 y 1993. La libertad jurídica: responsabilidad penal, civil y administrativa, procedimientos administrativos y judiciales. La libertad de información. La libertad de expresión, las actividades internacionales. Propiedad intelectual y derecho del autor. Últimas disposiciones sobre el derecho a la comunicación.

37. PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 481	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 380	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante el conocimiento de los fundamentos y metodología para el ejercicio eficiente de la investigación periodística, desarrollando su capacidad de investigación; asimismo, fortalecer su capacidad para el ejercicio del periodismo investigativo en prensa radio televisión e internet. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional.*

Contenido: Definición e historia del periodismo de investigación. El ocultamiento de la información y el rol social del periodista investigador: objetivos y funciones del periodismo de investigación. Fuentes del periodismo de investigación. Técnicas para el acceso a la información ocultada. Seguimiento de casos y redacción de los resultados de la investigación periodística.

38. SEMINARIO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 483	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 382	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Fortalecer en el estudiante la capacidad para gestionar la

comunicación organizacional de las instituciones privadas y públicas, mediante el diseño y la ejecución de proyectos en comunicación organizacional. La competencia específica a lograr es: *implementar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional.*

Contenido: Diagnóstico de necesidades de comunicación. Planificación de la comunicación institucional. Implementación de la comunicación institucional. Calidad y excelencia, el comunicador organizacional y la calidad institucional. Organización de eventos: protocolo, públicos, mensajes, promoción y prensa institucional. Investigación de públicos internos y externos. Diseño de proyectos en comunicación organizacional.

39. TALLER DE TELEVISIÓN I						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 485	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 386	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la competencia para elaborar y ejecutar proyectos de producción en televisión, mediante el conocimiento de los fundamentos y las técnicas para la realización televisiva. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión*.

Contenido: Géneros y formatos televisivos. La cámara de video: usos y cuidados. La televisión digital: características y ventajas. La producción televisiva. La preproducción, el proyecto audiovisual, los guiones y la escenografía. El registro de imágenes y de audio. La posproducción, edición y manejo de software de edición de video. Producción y realización de programas: noticieros, documentales.- prácticas en estudio de TV.

40. ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN SOCIAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
ES 481	3.0	2.0	2.0	4.0	MA 181	DAMF
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA		
Naturaleza: teórico-práctica						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante el conocimiento y aplicación de la estadística descriptiva en relación a la investigación en comunicación social. La competencia específica a lograr es: *diseñar el proyecto de investigación, según el protocolo institucional.*

Contenido: Elementos de estadística descriptiva. Recolección, organización, presentación y análisis de datos. Medidas de tendencia central y de dispersión. Razones, proporciones, funciones, tasas y representación gráfica. Regresión y correlación lineal simple. Planificación, organización y ejecución de una encuesta. Aplicación del sofwart SPSS.

41. ÉTICA PROFESIONAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 489	4.0	4.0		4.0	CC 388	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico						

Ambiente: aula	

Competencia: Dar a conocer al estudiante los fundamentos de los principios éticos para el ejercicio profesional en comunicación social, generando el compromiso ético y la responsabilidad social. Las competencias específicas a lograr son: a) *elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional,* y b) *diseñar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional.*

Contenido: Origen y evolución del concepto ético desde Aristóteles a Habermas. Las nuevas concepciones sobre ética. Democracia y ética. La ética en la empresa en comunicación: rentabilidad y credibilidad. La objetividad como valor y posibilidad. La objetividad y la buena fe del público. La ética en la redacción y supervisión. La comunicación visual y la ética. La responsabilidad del comunicador social y los problemas morales de la actualidad.

42. PERIODISMO CÍVICO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 885	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar el conocimiento de una nueva forma de hacer periodismo para contribuir al desarrollo y el cambio social, fortaleciendo en el estudiante su responsabilidad social y compromiso ciudadano. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad.*

Contenido: Periodismo, democracia, ciudadanía y cambio social. Lo público y lo publicable. Procesos comunicacionales desde el periodismo cívico. Aplicación de estudios cuantitativos y cualitativos. Estrategias e instrumentos del periodismo cívico.

43. TALLER DE DIAGRAMACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 480	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 481	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar los principios del diseño y las técnicas de diagramación, permitiendo en el estudiante desarrollar su capacidad creativa. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional.*

Contenido: El diseño gráfico, evolución y tendencias. La percepción visual y el discurso gráfico. Fundamentos del diseño y la diagramación, la diagramación, el color y la composición. Técnicas de impresión. El diseñó de logotipos. Diseño publicitario. La identidad y el diseño corporativo. El diseño de afiches, folletos, boletines, periódicos y revistas. Empleo del software para diseño y diagramación.

44. GESTIÓN AMBIENTAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
GF 480	5.0	3.0	4.0	7.0	BI 182	DACHS

Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS	Sub área: FORMACIÓN ESPECÍFICA	
Naturaleza: teórico-práctico		
Ambiente: aula		

Competencia: Promover en el estudiante la comprensión del funcionamiento de los ecosistemas humanos con sólidas base teórica y probadas habilidades pragmáticas, para el desempeño como comunicador social, y desarrollar una gestión ambiental logrando una conciencia ecológica y compromiso con la preservación del medio ambiente para elaborar propuestas innovadoras de una educación ambiental comunitaria. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad*.

Contenido: Problemática ambiental. Contaminación ambiental en el Perú. Sistema de gestión ambiental en residuos sólidos, aire, agua, suelos y transgénicos. Ordenamiento territorial y zonificación ecológica, económica en el Perú. Desarrollo sostenible y Agenda 121. Fortalecimiento de capacidades ambientales. Calidad ambiental y normas de la serie ISO 14000. Implementación de escuelas seguras, limpias y saludables. Formulación y evaluación de estudios de impacto ambiental. Vulnerabilidad y adaptación al cambio climático. Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL). Proyectos ambientales y estrategias de mitigación del cambio climático.

45. MARKETING Y PUBLICIDAD						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 482	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 483	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Proporcionar al estudiante las teorías del marketing y la publicidad para que pueda desarrollar la capacidad de posicionar la imagen de los productos y los servicios comunicacionales en el mercado local y nacional. La competencia específica a lograr es: *dirigir empresas audiovisuales, periodísticas, corporativas y publicitarias, según teorías de la administración*.

Contenido: Fundamentos del marketing. Dirección estratégica del marketing. Sistemas de información del marketing e investigación de mercados. El mix del marketing: producto (marca y envase), precio, plaza y promoción. La publicidad: tipología y dimensiones. El emisor y el receptor de la comunicación publicitaria. La planificación estratégica en la publicidad. Parte práctica: desarrollo del plan de medios.

46. TALLER DE TELEVISIÓN II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 484	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 485	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la competencia para elaborar y ejecutar proyectos de producción en televisión, mediante el dominio de las técnicas para la realización televisiva. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión*.

Contenido: Producción y realización de programas televisivos en formatos de

ficción. El proyecto televisivo de ficción. El guion técnico y literario: características y elaboración. La dirección de arte, la escenografía en exteriores e interiores. El rodaje: recomendaciones y consejos. La post producción, masterización y doblaje.

47. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL I						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 486	4.0	3.0	2.0	5.0	CC 389 / ES 481	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de aprender a aprender, mediante el conocimiento y la aplicación de la metodología científica en relación al campo de la comunicación social. La competencia específica a lograr es: *identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.*

Contenido: El método científico y su aplicación en el campo de la comunicación social. Teorías de la investigación en comunicación social: enfoques cuantitativo y cualitativo. Estado de la cuestión y objeto de estudio. El problema de investigación: objetivos, justificación y viabilidad. Parte práctica: Identificación por parte del estudiante de los problemas actuales de la investigación en comunicación social, y planteamiento de un problema, objetivos, justificación, viabilidad y estado de la cuestión.

48. PERIODISMO DIGITAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 581	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 480	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante el dominio de las distintas formas y procedimientos del periodismo digital. La competencia específica a lograr es: *elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad*.

Contenido: Orígenes, concepto y panorama del periodismo digital. Diferencias entre información en línea y prensa escrita y audiovisual. Periodismo digital: géneros y formatos. Periodistas digitales y empresas multimedia. La audiencia, definición y selección de contenidos por parte de los lectores en base a tecnología. Jerarquización del material periodístico digital. Planeamiento, desarrollo y ejecución de un servicio informativo o producto periodístico en línea.

49. COMUNICACIÓN Y DESARROLLO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 583	3.0	2.0	2.0	4.0	GF 480	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Introducir al estudiante en la teoría y metodología de la comunicación para el desarrollo, permitiéndole elaborar, ejecutar y evaluar

proyectos de intervención en comunicación para el desarrollo social. La competencia específica a lograr es: *diseñar planes y guías de intervención en comunicación social, para resolver problemas de entendimiento*.

Contenido: La comunicación y la educación. Teorías del desarrollo. La cultura, cultura y poder, la multiculturalidad, interculturalidad, culturas hegemónicas y subalternas, culturas sincréticas. Planificación estratégica de la comunicación para el desarrollo: el diagnóstico comunicacional participativo. La estrategia comunicacional. La intervención en comunicación. El monitoreo y evaluación en comunicación.

50. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS EN COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 585	3.0	3.0		3.0	CC 482	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de generar y gestionar empresas en comunicación, mediante el conocimiento y aplicación de los fundamentos teóricos pertinentes. Las competencias específicas a lograr son: a) *dirigir empresas audiovisuales, periodísticas, corporativas y publicitarias, según teorías de la* administración, b) *elaborar propuestas de creación del área de comunicación en las organizaciones públicas y privadas* y c) *dirigir áreas de comunicación de las organizaciones públicas y privadas*.

Contenido: Concepto de organización, administración, productividad, eficiencia y eficacia. Procesos de la administración. La planificación, el estudio estratégico, la misión y visión, evaluación interna y externa. El proceso de organización, la estructura organizacional, el organigrama. El proceso de dirección, motivación y liderazgo. El proceso de control, fases y áreas del proceso de control. Las empresas en comunicación y los estudios de factibilidad. El plan de negocios, concepto y estructura.

51. PRODUCCIÓN DIGITAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 587	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 484	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula y laboratorio						

Competencia: Proporcionar al estudiante los conocimientos y técnicas para desarrollar su capacidad para elaborar y ejecutar proyectos de producción digital. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para Internet*.

Contenido: Teoría de las redes sociales. Procesos de codificación y digitalización de la información multimedia. Lenguaje multimedia. Estándares de compresión de los formatos gráficos y audiovisuales.

52. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL II						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 589	5.0	2.0	6.0	8.0	CC 486	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: INVESTIGACIÓN		

	CIENTÍFICA, TECNOLÓGICA Y HUMANÍSTICA	
Naturaleza: teórico-práctico		
Ambiente: aula		

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de aprender a aprender, mediante el conocimiento y la aplicación de la metodología científica en relación al campo de la comunicación social. La competencia específica a lograr es: *diseñar el proyecto de investigación, según el protocolo institucional.*

Contenido: Marco y planteamiento teórico. Sistemas de hipótesis. Sistemas de variables. Diseño metodológico. Elaboración de instrumentos. Formulación del plan de investigación en comunicación social. Parte práctica: Formulación por parte del estudiante de un plan de investigación en comunicación.

53. CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 887	3.0	2.0	2.0	4.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante su capacidad de investigación y análisis de los productos cinematográficos. La competencia específica a lograr es: *diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión*.

Contenido: Crítica cinematográfica. Géneros. Corrientes o movimientos. Estéticas del cine. Aproximaciones teóricas: determinismo social e histórico, el punto de vista estructural o semiológico, el criterio psicoanalítico. Análisis del argumento y el tema, análisis del estilo y la forma. Ejercicios críticos sobre películas en cartelera.

54. TURISMO Y COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 580	4.0	2.0	4.0	6.0	CC 583	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Propósito: Promover en el estudiante la valoración y el respeto por la diversidad y multiculturalidad, a partir de la promoción del turismo mediante el manejo de las técnicas e instrumentos comunicacionales e informativos. La competencia específica a lograr es: *diseñar planes y guías de intervención en comunicación social, para resolver problemas de entendimiento*.

Competencia: Turismo y cultura. Patrimonio material e inmaterial. Industria turística. Recurso turístico y producto turístico en el Perú. Evaluación del patrimonio turístico regional y nacional. La comunicación social y la promoción turística. El ecoturismo, turismo vivencial y otras formas de turismo.

55. INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 582	5.0	3.0	4.0	7.0	CC 583	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ESPECIALIDAD		
Naturaleza: teórico-práctico						

Ambiente: aula	

Competencia: Fortalecer la capacidad del estudiante para la elaboración, ejecución, evaluación y sistematización de proyectos de intervención en comunicación para el desarrollo social. Las competencias específicas a lograr son: a) *diseñar planes y guías de intervención en comunicación social para resolver problemas de entendimiento,* b) a*plicar planes y guías de intervención en comunicación social, para contribuir a la mejora de las relaciones humanas y sociales,* y c) *sistematizar y difundir los resultados de la implementación de planes y guías de intervención e instrumentos, considerando principios éticos y normas institucionales.*

Contenido: La intervención en comunicación para el desarrollo. Diseño del diagnóstico comunicacional participativo. Diseño de estrategias de comunicación. Selección de medios. Diseño de materiales. Producción de materiales educativos comunicacionales. Elaboración y ejecución de un proyecto de comunicación para el desarrollo. Sistematización de la intervención.

56. PROYECTOS DE EMPRESAS EN COMUNICACIÓN						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 584	3.0	1.0	4.0	5.0	CC 585	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, CREATIVIDAD Y EMPRENDIMIENTO		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de generar y gestionar empresas en comunicación, promoviendo su creatividad y emprendimiento. La competencia específica a lograr es: *diseñar proyectos para la creación de empresas en producción audiovisual, periodística y publicitaria, según técnicas e instrumentos validados en la gestión empresarial*.

Contenido: Creatividad y emprendimiento. Creación de empresas en comunicación. Concepto de planificación, planeación, proyectos y clasificación de proyectos. Criterios para preparación de proyectos de inversión privada. Estudio de mercado, definición de mercado, estructura del mercado, segmentación del mercado, la oferta y la demanda. Tamaño del Proyecto. Localización del Proyecto. Ingeniería del proyecto. Organización y administración. Inversiones. Financiamiento. Presupuestos de ingresos y egresos. Evaluación del proyecto.

57. SEMINARIO DE TESIS						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 586	6.0	3.0	6.0	9.0	ES 481 / CC 589	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS ESPECÍFICOS				Sub área: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS Y TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL		
Naturaleza: teórico-práctico						
Ambiente: aula						

Competencia: Desarrollar en el estudiante la capacidad de aprender a aprender. Asimismo, proporcionarle el conocimiento y el dominio de la metodología científica y permitirle elaborar y ejecutar proyectos de investigación científica en comunicación. La competencia específica a lograr es: *elaborar el informe de investigación, según el protocolo institucional*.

Contenido: Trabajo de campo: aplicación de instrumentos y acopio de datos. Elaboración del Primer informe parcial: problema de investigación, marco teórico, sistema de hipótesis y variables, diseño metodológico y presentación de datos acopiados. Segundo informe parcial: Presentación y discusión de resultados. Elaboración del informe final de investigación.

58. DERECHO INTERNACIONAL HUMANITARIO						
SIGLA	**CRED.**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQ.**	**DPTO.**
CC 886	3.0	3.0		3.0	Ninguno	DACHS
Área curricular: ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD				Sub área: ELECTIVAS		
Naturaleza: teórico						
Ambiente: aula						

Competencia: Promover en el estudiante la capacidad y actitud positiva para intervenir profesionalmente, con el conocimiento de las normas internacionales, en zonas de conflicto. La competencia específica a lograr es: *diseñar planes y guías de intervención en comunicación social, para resolver problemas de entendimiento*.

Contenido: Origen y definición de derecho internacional humanitario (DIH). El conflicto armado internacional. El conflicto armado no internacional. El DIH y otras formas de conflictividad. Tratados, convenios y normas del DlH. Rol e importancia de los medios de comunicación en zonas de conflicto. Riesgos y recomendaciones para el profesional de la comunicación.

6.4.6 ESTRUCTURA DEL SÍLABO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
Denominación de la asignatura

I. DATOS GENERALES

Facultad :
Escuela Profesional :
Departamento Académico :
Semestre Académico :
Currículo :
Sigla :
Requisitos :
Créditos :
Horas Semanales teóricas :
Prácticas
Total de horas
Ambiente de teoría
Ambiente de práctica
Periodo de inicio y de término :
Docente (teoría y práctica) :

II. SUMILLA

ASIGNATURA	----------					
SIGLA	**CRED**	**HT**	**HP**	**TH**	**REQUI.**	**DPTO**
----------	-------	------	------	------	-------	--------

AREA ……
NATURALEZA…….
AMBIENTE DE TEORÍA…….
AMBIENTE DE PRÁCTICA……..
COMPETENCIA DE LA ADIGNATURA……..
CONTENIDO (teoría-práctica)…….
…….
…….
UNIDADES Y COMPETENCIAS
Unidad 1……..
Unidad 2……..
Unidad 3……..

III. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS DE LA SUMILLA

SEMANAS	UNIDAD/TEMARIO	ESTRATEGÍAS DIDACTICAS	RECURSOS Y/O MATERIALES DIDÁCTICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
1				
2				

IV. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA EL APRENDIZAJE E INVESTIGACIÓN FORMATIVA
V. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN PARA EL APRENDIZAJE
VI. RESPONSABILIDAD SOCIAL, PROYECCIÓN Y EXTENCIÓN CULTURAL
VII. TUTORÍA UNIVERSITARIA
VIII. BIBLIOGRAFÍA

General.
Complementaria.
Link.

LUGAR, FECHA.
DATOS DEL DOCENTE Y FIRMA

6.4.7 EQUIVALENCIAS ENTRE PLANES DE ESTUDIO

Estudios Generales 1994	Estudios Generales 1995	Plan de Estudios 1996 Reajustado	Plan de Estudios 2004 Modificado	Currículo de Estudios 2018
Serie 100	**Serie 100**	**Serie 100**	**Serie 100**	**Serie 100**
LE-111 Español I 4.0	LE-100 Español 8.0	LE-121 Español I 3.0	LE-141 Español I 3.0	LE 181 Comunicación oral y escrita 3.0
CN-111 Ciencias naturales 4.0	CN-100 Ciencias naturales 12.0	CN-121 Ciencias naturales 4.0	CN-141 Ciencias naturales 4.0	BI 182 Ciencias naturales y medio ambiente 5.0
MA-111 Matemá-tica 4.0	MA-110 Matemática 10.0	MA-121 Matemática 4.0	MA-141 Matemática 4.0	MA 181 Matemática básica 5.0

MD-111 Metodología del trabajo intelectual 4.0	MD-100 Metodología del trabajo intelectual 4.0	MD-121 Métodos y técnicas del trabajo intelectual 4.0	TI-141 Métodos y técnicas del trabajo intelectual 3.0	MD 181 Metodología del trabajo universitario 3.0
AN-112 Antropología general 3.0	Sin equivalencia	AN-122 Introducción a la antropología 4.0	AN-142 Introducción a la antropología 4.0	CS 182 Sociedad y cultura 3.0
CS-111 Ciencias sociales 4.0	CS-100 Ciencias sociales 8.0	CS-121 Ciencia social 4.0	CS-141 Ciencia social 4.0	CS 181 Teoría social 3.0
Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia	FI-142 Filosofía 3,0	FI 182 Filosofía 3.0
LE-112 Español II 4.0		LE-122 Español II 3.0	LE-142 Español II 3.0	LE 182 Comprensión y producción de textos 4.0
Sin equivalencia	PS-202 Psicología Social 3.0	PS-222 Psicología Social 3.0	PS-241 Psicología Social 3.0	PS 181 Psicología y desarrollo humano 3.0
Sin equivalencia	Sin equivalencia	GF-122 Geografía general 4.0	GF-142 Geografía general 4.0	Sin equivalencia
EC-112 Economía general 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Sin equivalencia	CS-122 Ciencia y sociedad 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
Serie 200	**Serie 200**	**Serie 200**	**Serie 200**	**Serie 200**
Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia	CS-142 Epistemología de la ciencia social 3.0	Sin equivalencia
	LI-201 Literatura peruana 4.0 LI-202 Literatura latinoamericana 4.0	LI-221Literatura peruana 4.0 LI-222 Literatura latinoamericana 3.0	LI-241 Literatura peruana y latinoamericana 3.0	Sin equivalencia
	CC-203 Teoría de la comunicación social I 4.0	CC-223 Teoría de la comunicación I 4.0	CC-241 Introducción a las ciencias de la comunicación 3.0	CC 287 Teoría de la comunicación I 5.0
	Sin equivalencia	CC-327 Historia de los medios 3.0	CC-245 Historia de los medios 3.0	CC 281 Historia de los medios de comunicación 4.0
	Sin equivalencia	CC-329 Técnicas de elocución 2.0	CC-248 Técnicas de elocución 3.0	CC 282 Arte escénico y técnicas de elocución 3.0
	Sin equivalencia	CC-521 Ética profesional 4.0	CC-445 Ética profesional 3.0	CC 489 Ética profesional 4.0
	Sin equivalencia	SE-321 Semiótica 3.0	CC-244 Semiótica de la comunicación 3.0	CC-389 Semiótica de la comunicación 3.0
	CC-201 Redacción periodística I 4.0	CC-221 Redacción periodística I 4.0	CC-243 Redacción periodística I 4.0	CC 280 Periodismo informativo 4.0
	CC-204 Teoría de la comunicación social II 4.0	CC-224 Teoría de la comunicación social II 3.0	CC-240 Teorías de la comunicación 4.0	CC 286 Teoría de la comunicación I I 5.0
	CC-206 Comunicación y sociedad 3.0	CC-226 Com. y sociedad 3.0	CC-248 Sociología de la comunicación 3.0	Sin equivalencia
	EC-202 Economía peruana 3.0	EC-222 Economía peruana 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
	HI-205 Historia general del Perú 3.0	HI-225 Historia general del Perú 3.0	HI-245 Historia general del Perú 3.0	Sin equivalencia
	CS-201 Ciencia Contemporánea 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia
	Sin equivalencia	Sin equivalencia	CC-250 Psicología de la comunicación 3.0	Sin equivalencia
Serie 300	**Serie 300**	**Serie 300**	**Serie 300**	**Serie 300**
	Sin equivalencia	ES-122 Estadística 4.0	ES-142 Estadística social 3.0	ES 481 Estadística aplicada a la comunicación social 3.0

	Sin equivalencia	HI-320 Historia de las ideas políticas en el Perú 3.0	Sin equivalencia	HI 382 Historia de las ideas políticas 4.0
	CC-202 Redacción periodística II 4.0	CC-222 Redacción periodística II 4.0	CC-242 Redacción periodística II 4.0	CC 381 Periodismo interpretativo 4.0
	Sin equivalencia	Sin equivalencia	CC-449 Diseño y diagramación 3.0	CC 480 Taller de diagramación 3.0
	EC-201 Economía política 4.0	EC-221 Economía política 4.0	EC-241 Economía política 4.0	Sin equivalencia
	Sin equivalencia	CC-525 Periodismo de investigación 4.0	CC-549 Periodismo de investigación 4.0	CC 481 Periodismo de investigación 4.0
	Sin equivalencia	CC-423 Taller de periodismo impreso 4.0	CC-450 Taller de periodismo impreso 3.0	Sin equivalencia
	Sin equivalencia	CC-324 Comunicación y opinión pública 4.0	CC-345 Opinión pública 3.0	CC 383 Opinión pública 4.0
	Sin equivalencia	Sin equivalencia	CC-343 Teoría de la Imagen 3.0	CC 285 Teoría de la imagen 4.0
	Sin equivalencia	CC-323 Introducción al periodismo 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
	Sin equivalencia	CC-328 Periodismo especializado 5.0	CC-340 Periodismo especializado I 3.0	Sin equivalencia

Plan de Estudios 1996 Reajustado	**Plan de Estudios 2004 Modificado**	**Currículo de Estudios 2018**
Serie 400	**Serie 400**	**Serie 400**
CS-421 Metodología de la investigación social I 4.0	CS-341 Métodos y técnicas de investigación social I 4.0	CC 486 Metodología de la investigación social I 4.0
DE-422 Derecho de la información 3.0	CC-440 Legislación de la comunicación 3.0	CC 388 Derecho a la comunicación 3.0
CC-421 Relaciones públicas 3.0	CC-344 Comunicación organizacional 3.0	CC 382 Comunicación organizacional 3.0
CC-325 Comunicación popular 3.0	CC-347 Comunicación y desarrollo 4.0	CC 583 Comunicación y desarrollo 3.0
CS-422 Metodología de la investigación social II 4.0	CS-342 Métodos y técnicas de investigación social II 4.0	CC 589 Metodología de la investigación social II 5.0
Sin equivalencia	CC-349 Fundamentos de marketing 3.0	CC 482 Marketing y publicidad 4.0
Sin equivalencia	CC-446 Proyectos de comunicación 3.0	CC 584 Proyecto de Empresas de Comunicación
CC-425 Taller de radio 3.0	CC-342 Taller de radio I 4.0	CC 385 Producción radial I 4.0
CC-426 Taller de radio II 3.0	CC-443 Taller de radio II 3.0	CC 384 Producción radial II 4.0
AD-422 Administración de empresas periodísticas	CC-348 Administración de empresas de comunicación 3.0	CC 585 Administración de empresas en comunicación 3.0
CC-422 Publicidad 3.0	CC-447 Publicidad 3.0	Sin equivalencia
CC-326 Taller de fotografía I 3.0	CC-441 Taller de fotografía I 3.0	CC 387 Taller de fotografía I 4.0
CC-328 Periodismo especializado 5.0	CC-451 Periodismo especializado II 3.0	Sin equivalencia
Serie 500	**Serie 500**	**Serie 500**
CC-527 Seminario de comunicación social 4.0	CC-545 Seminario de investigación en comunicación social 4.0	CC 586 Seminario de tesis 6.0
Sin equivalencia	CC-541 Seminario de comunicación organizacional 3.0	CC 483 Seminario de comunicación organizacional 4.0
Sin equivalencia	CC-346 Marketing de medios 3.0	Sin equivalencia
CC-427 Taller de fotografía 3.0	CC-442 Taller de fotografía II 3.0	CC 386 Taller de fotografía II 4.0
CC-424 Taller de televisión 3.0	CC-444 Taller de televisión I 3.0	CC 485 Taller de televisión I 4.0
Sin equivalencia	CC-543 Taller de televisión II 3.0	CC 484 Taller de televisión II 4.0

CC-523 Taller de publicidad 2.0	CC-448 Taller de publicidad 3.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CC-547 Seminario de comunicación y desarrollo 4.0	CC 582 Intervención en comunicación para el desarrollo social 5.0
PP-522 Práctica pre profesional 12.0	PPCC-542 Práctica pre profesional 6.0	Sin equivalencia

CUADRO DE EQUIVALENCIAS DE CURSOS ELECTIVOS

Plan de Estudios 1996 Reajustado	Plan de Estudios 2004 Modificado	Currículo de Estudios 2018
Sin equivalencia	CC-350 Periodismo cultural 2.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CC-455 Periodismo virtual 2.0	Sin equivalencia
HI-122 Historia peruana y mundial 4.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
SO-326 Sociología de la educación 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
AN-326 Folklore 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
Sin equivalencia	GF-251 Ecología y población 2.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CC-252 Relaciones humanas 2.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	HI-254 Archivística 2.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CC-452 Periodismo cívico 2.0	CC 885 Periodismo cívico 3.0
AN-225 Antropología y género 4.0	AN-255 Antropología y género 3.0	AN 883 Antropología y género 3.0
HI-422 Historia de los límites del Perú 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CC-453 Comunicación y arte 2.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	HI-354 Historia de las ideas políticas en el Perú 2.0	Sin equivalencia
HI-421 Historia regional de Ayacucho 4.0	HI-450 Historia regional de Ayacucho 3.0	Sin equivalencia
HI-521 Historia del arte 3.0	Sin equivalencia	Sin equivalencia
Sin equivalencia	SO-559 Problemática peruana actual 3.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	CI-551 Cinematografía 3.0	CC 887 Crítica cinematográfica 3.0

CUADRO DE EQUIVALENCIAS DE CURSOS COCURRICULARES

Estud. Grales. 1994	Estud. Grales. 1995	Plan de Estudios 1996 Reaj.	Plan de Estudios 2004 Modif.	Currículo de Estudios 2018
AC-111 Deportes o Folklore 1.0	Sin equivalencia	AC-121 Danza 2.0	AC-252 Danzas y Canto 1.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia	AC-552 Teatro 1.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Sin equivalencia	TU-422 Turismo 3.0	AC-451 Turismo 1.0	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Sin equivalencia	Sin equivalencia	AC-151 Computación 1.0	Sin equivalencia

6.4.8 CONVALIDACIÓN DE ESTUDIOS Y ASIGNATURAS

PROCEDIMIENTOS PARA ADECUARSE AL CURRÍCULO 2018

Las asignaturas de los Planes de Estudios 1996 Reajustado y 2004 Modificado deberán tener en lo posible equivalencia con asignaturas del Currículo de Estudios 2018, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

a) Procede la equivalencia cuando el contenido de la asignatura tiene un 75% de temas similares.
b) Si una asignatura del área de formación general de un plan de estudios anterior no existe en el Currículo de Estudios 2018, ya no debe exigirse su aprobación a los alumnos con planes anteriores, debiendo complementarse su creditaje con una asignatura electiva de su plan o del plan 2018. Las asignaturas de las demás áreas si deben de aprobarse obligatoriamente a través cualquiera de las modalidades vigentes.
c) En caso de variación en número de créditos totales entre el Currículo de Estudios 2018 y planes anteriores, esta diferencia debe fundamentarse por variación de planes de estudios o complementarse con créditos electivos. La determinación, en ambos casos, debe tomarla el pleno de profesores de la Escuela.

Los procedimientos para adecuarse al Currículo 2018 son los siguientes:

1. Los alumnos que iniciaron sus estudios con el Plan de estudios 2004 Modificado, que deseen adecuarse al Currículo 2018, lo harán en la serie que les corresponde; para lo cual deberán presentar:
   - Solicitud dirigida al Decano de la Facultad, pidiendo adecuarse al Currículo 2018
   - Certificado de estudios originales
   - Recibo de Tesorería por concepto de trámite

2. El expediente es derivado a la Escuela a su vez, el Director nomina la Comisión de Docentes (2) para que en el plazo de ocho (08) días hábiles, emitan el dictamen de la realidad académica del alumno que permita su adecuación al Currículo 2018.

3. A los estudiantes que aprobaron cursos obligatorios con el Plan de Estudios 2004 ó de años anteriores, que no tengan equivalencias en el Currículo 2018, los créditos se les deberán considerar como electivos.

4. Los estudiantes que provengan del Plan de Estudios 2004 o de años anteriores que no hayan aprobado cursos obligatorios sin equivalencia del Currículo 2018, están obligados a su aprobación, cualquiera sea la serie en que se ubiquen, así como las actividades cocurriculares y otros requisitos.

5. Los alumnos que realizaron sus estudios con Planes de Estudios anteriores se adecuarán obligatoriamente a las normas establecidas en el Currículo 2018.

6. Los estudiantes que se adecuan al Currículo 2018, para efectos de obtención de Grado Académico de Bachiller y el Titulo de Licenciado, se regirán por los reglamentos vigentes, y están obligados a cumplir con las exigencias del mismo.

TRASLADOS INTERNOS

1. Serán convalidables las asignaturas cuyas sumillas tengan descripciones equivalentes en un 75% como mínimo, aún cuando las nomenclaturas, siglas y series no sean correspondientes.

2. Para las convalidaciones los recurrentes deberán adjuntar los siguientes documentos:
   - Solicitud dirigida al Decano de la Facultad.
   - Recibo de Tesorería por concepto de trámite.
   - Certificado de estudios originales.
   - Copia del sílabo de los cursos, fedatada por el Director de Departamento Académico correspondiente.
3. El expediente recepcionado en la Facultad, es remitido a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a su vez el Director nomina la Comisión conformada por dos docentes, presidido por el de mayor categoría y/o antigüedad, los que emiten dictamen y elaboran el cuadro de equivalencias.
4. La Comisión de Docentes, tendrá ocho (8) días hábiles para emitir el dictamen, bajo responsabilidad; en caso de incumplimiento serán pasibles de sanciones señaladas en el Reglamento General de la UNSCH.
5. Devuelto el expediente, se deriva al decanato para su tratamiento y aprobación en el Consejo de Facultad. De existir observaciones será devuelto a la comisión para superar las mismas; en caso de ser aprobado, se deriva a la Escuela para la emisión de las actas correspondientes.
6. El expediente con las actas de evaluación final es derivado al Departamento Académico, para su inscripción por el presidente de la comisión dictaminadora.
7. Inscrita el acta, sigue el procedimiento establecido para estos casos.

TRASLADOS EXTERNOS

Traslados Nacionales

1. Serán convalidables las asignaturas brindadas por universidades cuyas sumillas tengan descripciones equivalentes en un 80% como mínimo; aún cuando la nomenclatura, sigla y serie sean diferentes. En casos de convalidar cursos anuales dictadas en otras universidades del país podrán ser convalidadas con dos asignaturas secuentes del currículo de estudios vigente, siempre que la descripción de la primera sea equivalente a las sumillas de las asignaturas en un 75%, en caso de ser menor el porcentaje, se convalidará con una sola asignatura.

2. Para las convalidaciones, el recurrente deberá adjuntar los siguientes documentos:
   - Solicitud dirigida al Decano de la Facultad.
   - Recibo de Tesorería por concepto de trámite.
   - Certificado de estudios originales, fedatado por el Secretario General y/o Decano de la Facultad de la universidad de origen.
   - Copia del sílabo de las asignaturas, fedatada por el Decano de la Facultad de la universidad de origen.
3. El expediente recepcionado en la Facultad, es remitido a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a su vez, el Director nomina la comisión conformada por dos docentes, presidido por el de mayor categoría y/o antigüedad, los que emiten dictamen y elaboran el cuadro de equivalencias.
4. La Comisión de Docentes, tendrán ocho (8) días hábiles para emitir el dictamen, bajo responsabilidad; en caso de incumplimiento serán pasibles de sanciones señaladas en el Reglamento General de la UNSCH.
5. Devuelto el expediente, se deriva al decanato para su tratamiento y aprobación

en el Consejo de Facultad. De existir observaciones será devuelto a la comisión para superar las mismas; en caso de ser aprobado, se deriva a la Escuela para la emisión de las actas correspondientes.
6. El expediente con las actas de evaluación final es derivado al Departamento Académico, para su inscripción por el docente que presidió la comisión dictaminadora.
7. Inscrita el acta, sigue el procedimiento establecido para estos casos.

Traslado Internacional

1. Serán convalidables las asignaturas brindadas por universidades, cuyas sumillas tengan descripciones equivalentes en un 75% como mínimo; aún cuando la nomenclatura sigla y serie sean diferentes.
   Si el sílabo no está inscrito en idioma castellano, se deberá acompañar una traducción en este idioma, para facilitar el trabajo de la comisión.
2. Para las convalidaciones, el recurrente deberá adjuntar los siguientes documentos:
   - Solicitud dirigida al Decano de la Facultad.
   - Recibo de Tesorería por concepto de trámite.
   - Certificado de estudios originales, fedatado por el Secretario General y/o Decano de la Facultad de la universidad de origen.
   - Copia del sílabo de las asignaturas, fedatada por el Decano de la Facultad y/o autoridad competente de la universidad de origen.
3. El expediente recepcionado en la Facultad, es remitido a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, a su vez, el Director nomina la Comisión conformada por dos docentes, presidido por el de mayor categoría y/o antigüedad, los que emiten dictamen y elaboran el cuadro de equivalencias.
4. La Comisión de Docentes, tendrá ocho (8) días hábiles para emitir el dictamen correspondiente, bajo responsabilidad; en caso de incumplimiento serán pasibles de sanciones señaladas en el Reglamento General de la UNSCH.
5. Devuelto el expediente, se deriva al decanato para su tratamiento y aprobación en el Consejo de Facultad. De existir observaciones será devuelto a la comisión para superar las mismas; en caso de ser aprobado, se deriva a la Escuela para la emisión de las actas correspondientes.
6. El expediente con las actas de evaluación final, es derivado al Departamento Académico, para su inscripción por el docente que presidió la comisión dictaminadora.
7. Inscrita el acta, sigue el procedimiento establecido para estos casos.

6.5 ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS PARA EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE E INVESTIGACIÓN FORMATIVA

La EP de Ciencias de la Comunicación muestra su preferencia por los aprendizajes significativos, activos, colaborativos; por ende, sus docentes buscan articular sus alcances teóricos con los conocimientos previos del estudiante, orientan el aprendizaje a través de actividades y fomentan el aprendizaje a través de la interacción entre alumnos mediante el trabajo en equipo.

En este sentido, se emplea la metodología participativa, con la concurrencia de diversos métodos, con sus correspondientes estrategias didácticas, pertinentes para la formación de comunicadores sociales.

Metodología participativa:

Lo asumimos en la medida que ésta se centra en el estudiante y los aprendizajes, aplicando los métodos inductivo-deductivo; modo: colectivo explicativo; forma: intuitivo sensorial; con las técnicas correspondientes.

Métodos y estrategias didácticas

Para las asignaturas teóricas, se usarán los siguientes métodos y estrategias didácticas:

MÉTODO	**COMPETENCIAS**						
	Saber	Saber hacer	Trabajar en equipo	Comunicar asertivamente	Tener liderazgo	Sentido crítico	Creativi-dad
Aprendizaje cooperativo	X	X	X	X	X		
Aprendizaje colaborativo	X	X	X	X			
Lección magistral	X					X	
Tutoría	X	X	X				X
Seminario	X			X	X		
A distancia	X	X					

Aprendizaje cooperativo: Método de aprendizaje basado en el trabajo en equipo de los alumnos. Incluye diversas técnicas o estrategias (JIGSAW o Rompecabezas, Divisiones de Rendimiento por Equipos, Grupo de Investigación, Co-Op Co-Op), donde los alumnos trabajan conjuntamente para lograr determinados objetivos comunes de los que son responsables los miembros del equipo. Este método se diferencia del aprendizaje colaborativo, porque su aplicación implica mayor estructuración y el hecho de que el docente mantiene la dirección y el control del proceso formativo.

Aprendizaje colaborativo: Método centrado en el aprendizaje colaborativo donde el conocimiento es construido, transformado y extendido por los alumnos con una participación activa del profesor cambiando su rol (puede ser diseñador instruccional, mediador cognitivo e instructor). Incluye numerosas técnicas: Cuestionamiento por pares, Compartir pensamiento en pares, TAPPS o Resolución de problemas en pares pensando en voz alta, JIGSAW, Cabezas numeradas juntas. Los alumnos construyen activamente su propio conocimiento; el esfuerzo del profesor está enfocado en ayudar al estudiante a desarrollar talentos y competencia utilizando nuevos esquemas de enseñanza, convirtiéndose en un guía en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

Lección Magistral: Método expositivo en el que la labor didáctica se centra en el profesor. Éste es el que actúa la casi totalidad del tiempo, y por lo tanto, le corresponde la actividad lectiva, mientras que los alumnos son receptores de los conocimientos. Se trata de la exposición continua del profesor. Las características esenciales de la lección magistral como forma expositiva son: la

transmisión de conocimientos, el ofrecer un enfoque crítico de la disciplina que lleve a los alumnos a reflexionar y descubrir las relaciones entre los diversos conceptos, el formar una mentalidad crítica en la forma de afrontar los problemas y la existencia de un método.

Tutoría: Servicio de asesoramiento permanente, grupal e individualizado, que se brinda al estudiante con el propósito de optimizar logros y procesos estudiantiles; procesos de madurez personal, desarrollo de capacidades, la propia identidad, el sistema de valores, la toma de decisiones adecuada y actuación satisfactoria en situaciones problemáticas, favoreciendo la adaptación del estudiante a la vida universitaria.

Seminario: Método de enseñanza y aprendizaje basado en el desarrollo de un proceso de investigación sobre un ítem determinado. El que investiga es el alumno, bajo el asesoramiento y monitoreo del profesor.

A distancia: Forma de enseñanza en la cual los estudiantes no requieren asistir físicamente al lugar de estudios. En este sistema, el alumno recibe el material de estudio, personalmente, por correo electrónico u otras posibilidades que ofrece Internet.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA	**COMPETENCIAS**						
	Saber	Saber hacer	Trabajar en equipo	Comunicar asertivamente	Lideraz-go	Sentido crítico	Creativi dad
Rompecabezas	X	X	X	X	X		
Cabezas numeradas juntas	X	X	X	X			
Clase dirigida	X					X	
Consejería		X	X	X			
Estudio de caso	X	X		X	X		
Foro virtual	X	X	X	X			X

Las estrategias didácticas son los recursos y estrategias de enseñanza y aprendizaje, para lograr determinados objetivos en los estudiantes.

Rompecabezas: Esta estrategia tiene como objetivos: a) estructurar las interacciones entre los alumnos mediante equipos de trabajo y b) lograr que los alumnos dependan unos de otros para lograr sus objetivos. La secuencia de pasos que conforma esta técnica puede observarse en UPM (2008: 119).

Cabezas numeradas juntas: Esta estrategia consiste en que cada alumno en cada grupo se enumere (de 1 a 4), luego el docente o un alumno hace la pregunta del tema en estudio, cada grupo se junta para dar una respuesta y finalmente el docente selecciona un número entre 1 y 4 y la persona que tenga dicho número explica la respuesta. Esta técnica garantiza el funcionamiento exitoso del grupo debido a que todos los participantes del grupo necesitan saber y estar listos para explicar las respuestas del grupo y, además, debido a que cuando los estudiantes ayudan a sus compañeros de clase, ellos se ayudan a sí mismos y a todo el grupo, porque la respuesta dada pertenece a todo el grupo, no solamente a la persona del grupo que la está haciendo.

Clase dirigida: Forma del método de la clase magistral donde hay una exposición

continua del profesor, quien transmite conocimientos a los alumnos, ofreciendo un sistema que les permita descubrir las relaciones entre los diversos conceptos, contribuyendo a formar la mentalidad crítica frente a la realidad abordada.

Consejería: Asesoramiento permanente, grupal e individualizado, que se brinda al estudiante con el propósito de orientarle en el proceso de enseñanza y aprendizaje, para optimizar su desenvolvimiento académico y maduración personal.

Estudio de caso: Análisis intensivo y completo de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y, en ocasiones, entrenarse en los posibles procedimientos alternativos de solución.

Foro virtual: Estrategia que permite a los estudiantes intervenir en el proceso de enseñanza y aprendizaje sin la necesidad de asistir físicamente al lugar de estudios. Puede ser individual o colectivo, con la instrumentalización pertinente de todas las posibilidades que ofrece Internet.

Para las asignaturas teóricas y prácticas, se recomienda los siguientes métodos y estrategias didácticas:

MÉTODO	**COMPETENCIAS**						
	Saber	Saber hacer	Trabajo en equipo	Comunicación	Liderazgo	Toma de decisión	Creatividad
Estudio dirigido	X	X	X	X	X		X
Seminario	X			X	X		
A distancia	X	X					

Estudio dirigido: Forma de estudio centrado en el estudiante, quien interviene en el proceso de enseñanza aprendizaje, realizando actividades de construcción del conocimiento, de manera individual o colectiva, bajo el asesoramiento y monitoreo del profesor.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA	**COMPETENCIAS**						
	Saber	Saber hacer	Trabajo en equipo	Comunicación	Liderazgo	Toma de decisión	Creatividad
Phillips 66	X		X	X			X
Juego de roles	X	X		X	X	X	
Foro virtual	X	X	X	X			X
Estudio de caso	X	X	X	X		X	
Dinámica de grupos	X	X					
Trabajo de campo		X	X	X		X	X

Phillips 66: Técnica de grupos para elaborar e intercambiar información mediante una gestión eficaz del tiempo. Un grupo grande se divide en subgrupos de seis personas para discutir durante seis minutos un tema y llegar a una conclusión. Del informe de todos los subgrupos se extrae después la conclusión general.

Juego de roles: Sesión donde el profesor hace de moderador y, con la ayuda de uno o dos asistentes, organiza un escenario en el que se asignan a los estudiantes diferentes papeles que se identifican con los de la situación en la que los estudiantes se encontrarán cuando comiencen su trabajo profesional.

Dinámica de grupos: Conjunto de conocimientos teóricos y de herramientas en forma de técnicas grupales que permiten conocer a los estudiantes organizados en grupos, la forma de manejarlos, aumentar su productividad y de afianzar las relaciones internas en cada grupo.

Trabajo de campo: Situación que pone al alumno en contacto directo con una actividad real de la sociedad que ha sido previamente estudiada desde una perspectiva teórica, a partir de la cual puede adquirir una experiencia auténtica y, al mismo tiempo, comprobar conocimientos y aptitudes para el ejercicio de su profesión.

Los docentes deberán entregar a los estudiantes las clases desarrolladas y almacenadas en medios magnéticos, textos universitarios, guías de prácticas, separatas, monografías. El resumen de las clases deberán dejarlo a disposición del estudiante en archivos ubicables en bloc electrónico del docente o en la página web de la Universidad.

6.6 SISTEMA DE EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS PARA EL APRENDIZAJE Y COMPETENCIAS

La evaluación del aprendizaje permite determinar el logro de las competencias propuestas en la asignatura correspondiente. Para ello, se considerará los tres aspectos del logro de cada competencia: cognitivo, habilidades y destrezas, y actitudes.

El logro de las competencias se objetiva en el nivel de conocimientos, la calidad de los productos elaborados por los estudiantes (en prensa, fotografía, radio, televisión, publicidad, comunicación organizacional y comunicación para el desarrollo) y el nivel de habilidades y destrezas demostradas.

Las modalidades de evaluación son de carácter formativo, diagnóstico y sumativo; se aplican a través de las técnicas: aplicación de test, observación, entrevista, portafolio, etc., y sus instrumentos correspondientes: Test de referencia a criterios, sistemas de categorías, escalas, etc., según la naturaleza de las asignaturas en las series respectivas.

A continuación, tenemos el cuadro con el sistema de evaluación por series:

NATURALEZA DE ASIGNATURAS POR SERIES		**ASPECTOS DE LAS COMPETENCIAS**			**EVALUACIÓN**		
		Cognitivo	**Habilidades**	**Actitudinal**	**Modalidad**	**Técnica**	**Instrumento**
100	Teórica	X			Formativa	Aplicación de test	Test con referencia a criterios
						Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
				X	Diagnóstico	Observación	Sistemas de categorías, escalas, anedoctarios, guías de observación
	Teórico práctica	X			Formativa	Aplicación de test	Test con referencia a criterios
						Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
			X		Sumativa	Observación	Escalas, fichas, etc.
						Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo

				x	Diagnóstico	Observación	Sistemas de categorías, escalas, anedoctarios, guías de observación
200	Teórica	x			Formativa	Aplicación de test	Test con referencia a criterios
						Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
				x	Formativa	Aplicación de test	Prueba de actitudes y guías de observación
	Teórica práctico	x			Formativa	Aplicación de test	Test con referencia a criterios
						Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
						Portafolio	Inventario
			X		Sumativa	Observación	Escalas, fichas, etc.
						Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
				x	Diagnóstico	Observación	Sistemas de categorías, escalas, anedoctarios, guías de observación, etc.
300	Teórica	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
				x	Formativa	Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
						Aplicación de test	Pruebas de actitudes, guías de observación
	Teórico práctico	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
						Portafolio	Inventario
			X		Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación	Escalas, fichas, etc.
				x	Sumativa	Aplicación de test	Prueba objetiva, de actitudes, de atención y guías de observación
						Observación	Fichas de acompañamiento, inventarios (interés), escalas y actitudes
400	Teórico	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
				x	Formativa	Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
						Aplicación de test	Pruebas de actitudes, guías de observación
	Teórico práctico	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
						Portafolio	Inventario
			X		Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación	Escalas, fichas, etc.
				x	Sumativa	Aplicación de test	Prueba objetiva, de actitudes, de atención y guías de observación
						Observación	Fichas de acompañamiento, inventarios (interés), escalas y actitudes
500	Teórico	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
				x	Formativa	Observación	Sistemas de categorías, escalas, fichas, etc.
						Aplicación de test	Pruebas de actitudes, guías de observación
	Teórico práctico	x			Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación y entrevista de sondeo	Escalas, fichas, guías de observación
						Portafolio	Inventario
			X		Sumativa	Aplicación de test	Test objetivo y test de ensayo
						Observación	Escalas, fichas, etc.
				x	Sumativa	Aplicación de test	Prueba objetiva, de actitudes, de atención y guías de observación
						Observación	Fichas de acompañamiento, inventarios (interés), escalas y actitudes

6.7 RESPONSABILIDAD SOCIAL, PROYECCIÓN Y EXTENCIÓN CULTURAL

Todas las asignaturas de la malla curricular contienen el sentido de la responsabilidad social, teniendo como perspectiva la difusión y puesta en práctica de los principios y valores de la UNSCH.

La Responsabilidad Social Universitaria se define como la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones académicas. Involucra la difusión del concepto de RSU, el respeto a los derechos humanos, equidad, desarrollo personal y profesional, comunicación responsable, buen gobierno universitario, proyectos de sensibilización en cultura organizacional responsable, investigación, servicios de extensión y participación en el desarrollo.

La Proyección Universitaria se refiere a la extensión de la universidad hacia la sociedad a través de diversas actividades que fortalecen la interacción con la comunidad. Esto incluye programas culturales, acciones comunitarias, colaboraciones con entidades externas, promoción de la participación deportiva, mejora de la salud y bienestar de la comunidad universitaria, fomento de un ocio saludable, oferta cultural amplia y contemporánea, entre otros aspectos.

La Extensión Cultural Universitaria se refiere a la promoción de la cultura en la comunidad universitaria y la sociedad a través de diversas actividades, proyectos, programas y cursos que involucran la participación activa de profesores y estudiantes. Esta función busca garantizar la formación integral de profesionales altamente calificados, con capacidad de liderazgo científico, político y cultural al servicio de la sociedad.

6.8 SISTEMA TUTORIAL

La Escuela cuenta con un sistema tutorial refrendado mediante la Resolución de Consejo Universitario Nº 131-2021-UNSCH-CU de fecha 20 de mayo de 2021. Este sistema considera la implementación de la tutoría individual y grupal bajo la responsabilidad de una Comisión de tutoría, el cual busca garantizar la participación de todos los docentes de la Escuela. Para este efecto, se cuenta con la guía de tutoría respectiva, que considera los criterios de distribución de tutores y tutorados, procedimientos, registros y evaluación de la acción tutorial. Para mayor detalle ver Anexo F del presente documento (Sistema tutorial de la EP de Ciencias de la Comunicación).

6.9 ÁREAS Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

1: Estudios sobre producción y recepción de productos simbólicos en medios masivos: Prensa, Radio, Televisión y Cine
2: Estudios de contenidos de productos simbólicos.
3: Historia regional de los medios masivos de comunicación.
4: Comunicación organizacional y vida corporativa

6.10 PRÁCTICAS Y AMBIENTE

Las prácticas internas se desarrollan en los diferentes laboratorios con las que cuenta la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación y estas son:

Laboratorio de Radio
Laboratorio de Fotografía
Laboratorio de impreso

Laboratorio de televisión

Las prácticas externas preprofesionales se realizan en las instituciones públicas y privadas a nivel nacional.

6.11 REGLAMENTO DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

CAPÍTULO I

DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Art. 1º La Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, a través de la Facultad de Ciencias Sociales, confiere el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación a los alumnos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación que han concluido satisfactoriamente con todas las asignaturas exigidas en el Currículo de estudios 2018.

Art. 2º Para obtener el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación se requiere haber concluido satisfactoriamente el Currículo de estudios de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de acuerdo al siguiente detalle:

- Asignaturas obligatorias : 200 créditos*
- Asignaturas electivas : 9 créditos
- Total : **209** créditos

(*) Los tres (3) créditos de las prácticas preprofesionales se acreditan con una constancia emitida por el Director de Escuela. Los tres (3) créditos del Servicio social universitario se acreditan con una constancia emitida por una comunidad o asociación civil beneficiada con las prácticas preprofesionales del estudiante.

Art. 3° Asimismo, se requiere haber sustentado y aprobado un trabajo de investigación en la especialidad.

Art. 4º Los requisitos y procedimientos del trabajo de investigación son:

a) El candidato a Bachiller en Ciencias de la Comunicación presenta una solicitud al Decano pidiendo sustentación y aprobación de un trabajo de investigación en la especialidad, para lo cual adjunta dos (2) ejemplares del mismo, resultado del desarrollo de la asignatura Seminario de Tesis;
b) El Decano en coordinación con el Director de la Escuela nomina una Comisión de Evaluación conformada por dos docentes de la más alta categoría para la revisión del Trabajo de investigación; dicha Comisión, en un plazo máximo de quince (15) días calendarios, debe emitir su opinión, en dictamen que debe señalar los méritos y deméritos del referido Trabajo, y si esta es sustentable o no, para que el interesado pueda, según sean los casos, reajustar, modificar o reestructurar íntegramente el Trabajo de investigación;
c) Subsanadas las observaciones al Trabajo de investigación, el candidato a bachiller presenta al Decano tres (3) ejemplares del Trabajo corregido,

acompañada de una solicitud en la que se pide nominar el Jurado calificador y fecha de sustentación;

d) Con el Trabajo corregido y acordada la sustentación del mismo, el Decano, en coordinación con el Director de Escuela, nominará el Jurado Calificador integrado por tres (3) docentes de la más alta categoría (2 de ellos son los miembros de la Comisión de Evaluación, el tercero será el docente responsable de la asignatura Seminario de Tesis II; asimismo, señala la fecha de la sustentación dentro de los diez (10) días de recibida la solicitud. La sustentación se efectuará en acto público, en un ambiente de la Universidad, previa convocatoria con 24 horas de anticipación a los miembros del jurado;

e) El Decano, previa constatación del quórum requerido (dos), presidirá el acto de sustentación. El sustentante debe exponer de manera sucinta el contenido del Trabajo de investigación. Concluida la exposición, los miembros del jurado realizan oralmente las objeciones y preguntas necesarias, en el orden que señala el Presidente del jurado (Decano). El Presidente del Jurado dispone del voto dirimente en caso de paridad evaluativa en el Jurado. El Secretario Docente de la Facultad actúa como secretario del jurado, levantando el Acta donde consta la asistencia de los miembros, las notas de evaluación propuestas debidamente fundamentadas, así como cualquier incidente u observación del acto de sustentación. El Acta debe ser inscrita en el Libro de Grados y Títulos de la Facultad y suscrita por todos los miembros del Jurado;

f) Concluido el acto anterior, los miembros del Jurado proceden a deliberar en privado la evaluación correspondiente, de acuerdo a la escala vigesimal, fundamentando cada uno su calificación, la cual deberá constar en el libro de Actas de Titulación;

g) Si la evaluación es aprobatoria, el presidente del Jurado comunica públicamente al sustentante, en caso contrario se le hará conocer por intermedio del Secretario Docente, y tiene derecho a sustentar nuevamente en el lapso máximo de 30 días;

h) Si el sustentante aprueba la evaluación, el Decano expide copia del acta de aprobación y emite la Resolución Decanal correspondiente, los cuales forman parte del expediente administrativo, para solicitar el Grado académico de bachiller;

i) Los ejemplares del trabajo de investigación a ser entregados a la Universidad estarán debidamente empastados y en número de cuatro, y serán distribuidos del siguiente modo:
   - Un ejemplar para la Biblioteca Central
   - Un ejemplar para la Biblioteca de la Facultad
   - Un ejemplar para el archivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación
   - Un ejemplar será devuelto al sustentante con la nota final y la firma de los miembros del Jurado y firma y sello del Decano.

Art. 5º El procedimiento administrativo para obtener el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación es el siguiente:

a) El interesado presenta por intermedio de la Unidad de Trámite Documentario, una solicitud dirigida al Rector de la Universidad, adjuntando los siguientes documentos:

- Certificados en original de sus estudios universitarios;

- Declaración Jurada de no tener antecedentes judiciales;
- Recibo de Tesorería por concepto de Grado;
- Constancia de no adeudar a la Biblioteca y a la UNSCH, por ningún concepto, expedido por la Jefatura de la Oficina de Biblioteca e Información Cultural y el Decano de Facultad, respectivamente;
- Constancia de haber aprobado las prácticas preprofesionales expedido por la Dirección de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación;
- Tres fotografías actuales, tamaño pasaporte, en fondo blanco, con terno y corbata (varones) y vestido presentable (damas);
- Resolución Decanal que aprueba un trabajo de investigación en la especialidad;
- Constancia del conocimiento de un idioma extranjero o nativo, los mismos que pueden ser acreditados mediante certificado de estudios o por el Instituto de idiomas de la UNSCH;
- Constancia de egresado;
- Constancia de primera matrícula;
- Copia fotostática del DNI.

b) El Decano de la Facultad recepciona el expediente y nomina una Comisión Dictaminadora, en coordinación con el Director de Escuela, quien la preside, y conformada por dos (2) docentes adscritos a la E.P. de Ciencias de la Comunicación.

c) La Comisión Dictaminadora verifica los requisitos para obtener el grado académico de bachiller, tras lo cual firma el certificado de estudios respectivos; emite su dictamen favorable o desfavorable sobre la procedencia de la petición, debidamente fundamentado y firmado por todos sus miembros, en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles. Dicho dictamen debe considerar lo siguiente:

- Número de créditos exigidos;
- Año y modalidad de ingreso a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación;
- Currículo o Plan de Estudios con el que se gradúa el interesado; y
- Cuadro de equivalencia de asignaturas (cuando sea necesario)
- Conformidad con la documentación presentada

d) El Presidente de la Comisión Dictaminadora devuelve el expediente al Decanato de la Facultad. Si el dictamen es favorable, el expediente es elevado al Consejo de Facultad para su tratamiento, y de ser aprobado, se emite la respectiva Resolución de Consejo de Facultad. Si el dictamen es desfavorable se devuelve el expediente al interesado para que reinicie el trámite correspondiente, subsanando las observaciones de la Comisión.

e) El Decano de la Facultad eleva el expediente, por intermedio de la Secretaría General, al Consejo Universitario para que confiera al interesado el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación, y el otorgamiento del Diploma respectivo, el mismo que es firmado(a) por el (la) interesado(a) y las autoridades universitarias.

f) En caso que exista dos o más expedientes presentados en la misma fecha, el Decano tramitará de acuerdo con el orden de ingreso registrado por la Unidad de Trámite Documentario

g) La Facultad de Ciencias Sociales llevará un Registro de Grados Académicos aprobados, para la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

indicando los apellidos y nombres del graduado, la fecha, miembros de la Comisión Dictaminadora y número de la Resolución Decanal.

CAPÍTULO II

DEL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO (A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Art. 6° La Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, a través de la Facultad de Ciencias Sociales, confiere el título profesional de Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación.

Art. 7° Para obtener el título profesional de: Licenciado en Ciencias de la Comunicación, se requiere poseer el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación, y acogerse a una de las siguientes modalidades:

a. Elaborar, sustentar y aprobar una tesis en forma individual o grupal;
b. Presentar y sustentar un trabajo de suficiencia profesional de su especialidad, después de ser bachiller y haber ejercido la profesión durante tres años consecutivos en labores propias de la especialidad.

CAPÍTULO III

DEL PROCEDIMIENTO DE TITULACIÓN CON TESIS

Art. 8° El bachiller que se acoja a la titulación mediante tesis presenta una solicitud dirigida al Decano de la Facultad solicitando el Título Profesional y acompañando los siguientes documentos:
a) Copia fotostática del Grado de Bachiller
b) Recibo de Tesorería por concepto de Titulación (copia)

Art. 9° La obtención de la Licenciatura Profesional, mediante la presentación y aprobación de Tesis se sujeta al siguiente procedimiento:

a) Presentar dos (2) ejemplares del Plan de Tesis acompañando una solicitud dirigida al Decano de la Facultad y señalando el nombre del Asesor, quien puede ser profesor adscrito al Departamento Académico de Ciencias Histórico Sociales, profesor de nuestra Universidad o un profesional calificado que no tenga relación laboral con la Universidad, previa aprobación por la Dirección de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
b) El Decano deriva el Plan de Tesis a una Comisión de Evaluación conformada por un docente de la especialidad a fin de que en un plazo de cinco (5) días, emita opinión por escrito (favorable o desfavorable) del Plan correspondiente, opinión que se pondrá en conocimiento del interesado;
c) Aprobado el Plan de Tesis, el titulando debe iniciar su labor de investigación teniendo como plazo máximo un año, para concluirla; transcurrido este tiempo en caso de no haber presentado la Tesis, el solicitante debe presentar un nuevo Plan actualizado;
d) Concluida la Tesis y con opinión escrita y favorable del asesor, el interesado presenta dos ejemplares del Informe final de la tesis al Decanato, acompañando una solicitud en la que pide la conformación de la Comisión de Evaluación para su revisión y opinión escrita acerca de los méritos, deméritos

y recomendaciones;

e) El Decano en coordinación con el Director de la Escuela deriva la solicitud adjuntando la opinión favorable del Asesor a la Comisión de Evaluación, conformada por dos docentes de la más alta categoría para la revisión del Informe final de tesis; dicha Comisión, en un plazo máximo de quince (15) días calendarios, debe emitir su opinión, en dictamen que debe señalar los méritos y deméritos de la Tesis, y si esta es sustentable o no, para que el interesado pueda, según sean los casos, reajustar, modificar o reestructurar íntegramente la Tesis;
f) Subsanadas las observaciones a la Tesis, el candidato a la licenciatura presenta al Decano tres (3) ejemplares de la Tesis corregida, acompañada de una solicitud en la que se pide nominar el Jurado calificador y fecha de sustentación;
g) Con la Tesis corregida y acordada la sustentación de la Tesis, el Decano, en coordinación con el Director e Escuela, nominará el Jurado Calificador integrado por tres (3) docentes de la más alta categoría (2 de ellos son los miembros de la Comisión de Evaluación, el tercero será un docente de la especialidad); asimismo, señala la fecha de la sustentación dentro de los diez (10) días de recibida la solicitud. La sustentación se efectuará en acto público, en un ambiente de la Universidad, previa convocatoria con 24 horas de anticipación a los miembros del jurado;
h) El Decano, previa constatación del quórum requerido (dos), presidirá el acto de sustentación. El sustentante debe exponer de manera sucinta el contenido de la Tesis. Concluida la exposición, los miembros del jurado realizan oralmente las objeciones y preguntas que crean necesarias, en el orden que señala el Presidente del jurado (el Decano). El Presidente del Jurado dispone del voto dirimente en caso de paridad evaluativa en el Jurado. El Secretario Docente de la Facultad actúa como secretario del jurado, levantando el Acta donde consta la asistencia de los miembros, las notas de evaluación propuestas debidamente fundamentadas, así como cualquier incidente u observación del acto de sustentación. El Acta debe ser inscrita en el Libro de de Grados y Títulos de la Facultad y suscrita por todos los miembros del Jurado;
i) Concluido el acto anterior, los miembros del Jurado proceden a deliberar en privado la evaluación correspondiente, de acuerdo a la escala vigesimal, fundamentando cada uno su calificación, la cual deberá constar en el libro de Actas de Grados y Títulos;
j) Si la evaluación es aprobatoria, el presidente del Jurado comunica públicamente al sustentante, en caso contrario se le hará conocer por intermedio del Secretario Docente, y tiene derecho a sustentar nuevamente en el lapso máximo de 30 días. En caso de persistir la desaprobación deberá presentar un nuevo plan de tesis y ajustarse a los procedimientos anteriormente señalados, y;
k) Si el sustentante aprueba la evaluación, el Decano expide copia del acta de aprobación y emite la Resolución Decanal correspondiente, los cuales forman parte del expediente administrativo, para solicitar el Título de Licenciado.
l) Los ejemplares de tesis a ser entregadas a la Universidad estarán debidamente empastadas y en número de cuatro, y serán distribuidos del siguiente modo:
   - Un ejemplar para la Biblioteca Central
   - Un ejemplar para la Biblioteca de la Facultad
   - Un ejemplar para el archivo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

- Un ejemplar será devuelto al sustentante con la nota final y la firma de los miembros del Jurado y firma y sello del Decano.

ESTRUCTURA DEL PLAN DE TESIS

Los planes de investigación para tesis se sujetarán a la siguiente estructura:

CARATULA

- Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
- Facultad de Ciencias Sociales
- Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
- Escudo de la UNSCH
- Título de la investigación
- Autor
- Ayacucho – Perú
- Año

I. GENERALIDADES

1.1. Título
1.2. Autor
1.3. Resumen
1.4. Justificación y relevancia del problema a estudiarse
1.5. Impactos y beneficiarios previstos
1.6. Cronograma de actividades detallado por mes
1.7. Recursos disponibles
1.8. Presupuesto
1.9. Financiamiento

II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1. Problema
2.2. Objetivos
2.3. Marco teórico
2.4. Hipótesis
2.5. Variables e indicadores
2.6. Metodología de investigación
2.7. Referencias bibliográficas

III. ANEXOS

3.1. Matriz de consistencia

ESTRUCTURA DEL INFORME FINAL DE TESIS O BT CONCLUIDO

Los informes finales de tesis se sujetarán a la siguiente estructura:

CARÁTULA

- Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga
- Facultad de Ciencias Sociales
- Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
- Escudo de la UNSCH
- Titulo de la investigación, seguida de la expresión *Tesis presentada para optar el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación*
- Autor

- Asesor
- Ayacucho – Perú.
- Año

AGRADECIMIENTOS

Comentar, si fuera el caso, el reconocimiento a las instituciones y personas que apoyaron técnica o financieramente en la ejecución de la investigación. No debe ser muy extensa ni incluir un número excesivo de nombres.

ÍNDICE O SUMARIO

Comprende todas las partes que conforman el BT concluido, consignándose el número de la página en la que aparece cada ítem, división y subdivisiones, empezando todos en el margen.

RESUMEN

Permite al lector identificar el contenido básico de un trabajo en forma rápida para determinar la relevancia que tiene en relación con sus intereses y decidir si necesita o no consultar el trabajo completo. El resumen es una presentación abreviada y precisa del contenido de un trabajo, sin interpretación o critica. Consta de una descripción muy breve del problema (que); los objetivos principales (por qué); el lugar de la investigación (dónde); el tipo de estudio y los métodos aplicados (cómo); y los principales resultados y conclusiones. Puede constar de 250 a 500 palabras, pero no debe exceder nunca de una página.

INTRODUCCIÓN

La introducción es de gran importancia debido a que en él se señalan, de manera breve, los siguientes elementos: una explicación del marco teórico bajo el cual se presenta el problema; las razones de índole personal que motivaron la elección del tema y el problema investigado; una breve sugerencia del estado actual del problema; el planteamiento del problema y su posible solución; los objetivos del estudio y, de ser posible, una síntesis sobre el contenido general con explicaciones preliminares que precedan al texto. La introducción no sigue normas fijas, pero el orden debe ser lógico.

REVISIÓN DE LITERATURA

Consiste en el marco teórico que sirve de apoyo a la investigación, y que permite el análisis de los resultados. En ésta se consigna los antecedentes, referido a los trabajos publicados en relación con el problema de investigación. No se reseña toda la literatura sobre el tema sino la más importante, la más reciente y la que más se identifica con el trabajo que se presenta. Estos antecedentes no son un resumen de todos los documentos, si un análisis crítico de los mismos. También se consigna en esta parte los enfoques teóricos y conceptuales de las teorías, leyes y principios que existen sobre el problema investigado. De igual forma los métodos y técnicas existentes para abordar el problema.

MATERIAL Y MÉTODOS

En esta parte del informe se describen los pasos seguidos en el proceso de la investigación, destacando las características del estudio, que permite a otros investigadores entender la investigación, interpretar los resultados y repetir los trabajos siguiendo estos mismos métodos. En ésta debe incluirse

los detalles correspondientes a: el tipo de investigación; las variables respecto a las cuales se recopilan los datos; la población de la que se seleccionó la muestra; el tamaño de la muestra y el método de muestreo; el grupo control (si hubiere); los procedimientos de recopilación de datos, que incluyen técnicas e instrumentos; el tratamiento de la formación, incluido las pruebas estadísticas de ser aplicables; la interpretación de los datos; y la presentación de los resultados.

Si se hubieran desarrollado nuevos métodos, modificaciones importantes de procedimientos conocidos o nuevas técnicas de trabajo, se indicará claramente dando los detalles necesarios. Si la técnica, método, aparatos, diseños o procedimientos han sido descritos en publicaciones anteriores, se darán las citas bibliográficas respectivas, evitando así duplicar su descripción.

RESULTADOS

La presentación sistemática de los resultados, en relación con los objetivos de la investigación, es la parte esencial del informe. Son las consecuencias de los experimentos y observaciones hechas. Se detalla de manera que puedan ser interpretados por el lector; por lo tanto, deben ser presentados en forma objetiva, concisa y clara, con ayuda de cuadros, gráficos, y en lo posible con sus análisis estadísticos. Deberán ser incluidos, para mayor claridad, los siguientes aspectos:

- Resumen de los datos obtenidos. Se puede presentar la información en tablas y en graficas. Si se presentan en tablas, los gráficos pueden ir como anexos o la inversa, no se recomienda presentar tablas y gráficos al mismo tiempo; pero si se usan en la discusión, tanto las graficas como las tablas deben tener una explicación escrita que facilite su comprensión.
- El análisis de los datos en función de las hipótesis. Se incluye el nombre de la prueba estadística usada, el nivel de significación y los grados de libertad.
- Cuando la investigación arroja algún resultado importante, aunque no tenga relación con la hipótesis, deberá ser reportado.
- Cada tabla y grafica, fotografías deben tener el titulo correspondiente, y la numeración correlativa.

DISCUSIÓN

El propósito de esta sección del informe es demostrar la validez y la confiabilidad de los resultados, para inferir las conclusiones. Debe discutirse y no recapitular los resultados en forma de enunciados – resumen. Por consiguiente, la discusión debe establecer las relaciones entre los resultados obtenidos y hechos o teorías ya existentes sobre el problema investigado; explicar la naturaleza de los resultados, si éstos no concuerdan con conclusiones experimentales previamente establecidas. En ambos casos se pueden citar las referencias de literatura indispensables; señalar las aplicaciones prácticas y consecuencias teóricas de los resultados obtenidos, indicando claramente las limitaciones impuestas; resumir el estado actual del problema; explicación de algunas fallas, en caso que los resultados no confirmen la hipótesis; y recomendaciones de las consecuencias del experimento en futuras investigaciones.

CONCLUSIONES

Son las síntesis del estudio. Las conclusiones *no son un resumen,* son los juicios emitidos por el investigador con base en la *síntesis* de los resultados obtenidos. Esto requiere de la expresión clara de los resultados, recalcando que la hipótesis quedó comprobada o no. Asimismo, las conclusiones deben reflejar los alcances y limitaciones de la investigación, y de igual forma, deben responder directamente a los objetivos propuestos. Después de tres espacios simples se colocarán las conclusiones a doble espacio. Deben ir numeradas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Es el conjunto de datos precisos y detallados que describe una publicación o parte de ella y que permite su identificación. Se debe incluir las referencias de todas las fuentes de información citadas en el texto. La referencia bibliográfica puede ser parte de una bibliografía o constituir una nota al texto. Los elementos de las referencias deberán obtenerse en lo posible de la hoja de título, y del encabezamiento de un artículo cuando se trate de un trabajo incluido en una publicación periódica.

El modo de realizar los asientos bibliográficos está sujeto a normas internacionales o al estilo de la revista en que debe publicarse el informe. A continuación, presentamos las reglas de catalogación angloamericana.

<u>Referencias bibliográficas de libros y publicaciones monográficas</u>

Deben incluir

- Apellido del autor (con mayúsculas), nombre título (y subtítulo si lo hubiera). Número de edición a partir de la segunda, solo para trabajos publicados. Lugar (ciudad) de publicación: editorial, año. Número de páginas.

Ejemplos:

1. Con un sólo autor:
   GARGUREVICH REGAL, Juan. *De periodistas a comunicadores. Crónica de una transición*. Lima: La Voz ediciones, 2014. 81 p.
2. Con dos autores:
   STRAYER, J. Y H GATZKE. *El desarrollo de la civilización*. 2da. Ed. New York Harcourt, Brace and World, 1961. 2v.
3. Con más de tres autores:
   BLANCO C. y otros. *Notas para construir una biblioteca del tiempo precursor.* P. 211-217. En la causa de la emancipación del Perú: testimonios de la época precursora 1780 – 1820. Acta del simposio organizado por el Seminario de Historia del Instituto Riva Agüero. 1957. Lima: 1960.578 p.
4. Obra publicada por una institución:
   PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU. La causa de emancipación del Perú: testimonios de la época precursora 1780 – 1820. Acta del simposio organizado por el Seminario de Historia del Instituto Riva Agüero. 1957. Lima: 1960.578 p.

5. Para un capítulo de un libro:
   Autor (s) del capítulo (apellido seguido por nombres en iníciales). Título del Capítulo. En: Editores del libro (apellido seguido por iníciales). Eds.

Título del libro. Lugar; editorial, año, número de páginas del capítulo.

WINIKOFF B, CASTLE M. *The influence of maternal employment on infant feeding*. In: Winokoff, B.; Castle, M.A. y Laukaran, V.H. eds. *Feeding infants in four societies: causes and consecuences of mother´s choices. New York: Greenwood press, 1988. Págs. 121-145.*

Referencias bibliográficas de publicaciones periódicas

Deben incluir

- Apellidos del autor (con mayúsculas), nombre. Título del artículo. Título de la publicación periódica en el que se encuentra. Lugar de publicación (ciudad), número de volumen y fascículo en el que se encuentra entre paréntesis, páginas y fecha.

Ejemplos:

1. Cuando existe volumen:

PELOCOER Y. *Riesgo y personalidad*. Salud mental. 2005; 5 (1): 21-29.

2. Cuando no existe volumen:

VAUGHAN O. et al Diet of man: needs and wants. Pediátricas. 2004; 29:90 – 96.

ANEXOS

Esta sección del informe de investigación contiene los materiales ilustrativos y componentes que faciliten la compresión del trabajo realizado. Pueden citarse las tablas, las gráficas, los dibujos, las fotografías e instrumentos que se consideren convenientes presentar en la parte final del informe. Debe incluir necesariamente la Matriz de Consistencia del Plan de Tesis.

CAPÍTULO IV

DEL PROCEDIMIENTO DE TITULACIÓN POR TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Art. 10° El bachiller que se acoja a la titulación mediante trabajo de suficiencia profesional presenta una solicitud dirigida al Decano de la Facultad solicitando el Título Profesional y acompañando los siguientes documentos:

a) Copia fotostática del Grado de Bachiller
b) Recibo de Tesorería por concepto de Titulación (copia)

Art. 11° La obtención de la licenciatura por trabajo de suficiencia profesional se sujeta al siguiente procedimiento:

a) El Decano de la Facultad conjuntamente con el Director de Escuela y el Presidente de la Comisión Académica de Escuela, nomina un Jurado integrado por tres (3) profesores de la más alta categoría a los que se sumará el Decano que preside y el Secretario del Consejo de Facultad.
b) Tres días después de la nominación del Jurado, el Presidente citará a sus miembros para elaborar en no menos de siete (7) días calendarios un banco de 30 temas, de los cuales 50% (15) pertenecen a las asignaturas del área de Estudios de especialidad, 30% (9) pertenecen al área de Estudios específicos y 20% (6) al área de Estudios generales. El solicitante conocerá dicho banco

de temas y dispondrá de 30 días calendarios para su preparación.

c) Cumplido el plazo de preparación, el Decano de la Facultad señala fecha y hora de la su tentación del trabajo profesional de suficiencia, el que se efectuará en acto público en un ambiente de la Universidad, previa convocatoria escrita, con 24 horas de anticipación, a los miembros del Jurado y al candidato.
d) El Decano, luego de constatar el quórum requerido, presidirá el acto de sustentación del trabajo de suficiencia profesional; el Jurado sorteará seis temas en forma proporcional (3, 2, 1) en presencia del candidato que sirvan de base para las preguntas orales que obligatoriamente deben hacer todos los miembros del Jurado.
e) A la conclusión de la sustentación oral, el Jurado deliberará bajo la presidencia del Decano, proponiendo cada uno la evaluación correspondiente y fundamentándola. La evaluación final resulta de promediar la evaluación efectuada por cada miembro del Jurado; ello quedará registrada en el Libro de Grados y Títulos de la Facultad.
f) El secretario Docente de la Facultad actúa como secretario del Jurado levantando el Acta donde debe constar la asistencia de los miembros del Jurado, las notas propuestas debidamente fundamentadas y cualquier otro incidente u observación. El Acta finalmente debe ser inscrita en el Libro de Grados y Títulos de la Facultad.

Finalmente, el Decano de la Facultad otorgará a los que aprueben la sustentación del trabajo de suficiencia profesional una Constancia de aprobación, donde figura la evaluación con la firma del Decano y el Secretario Docente de la Facultad, la cual será presentada como parte del expediente administrativo, para solicitar el título de licenciado. Aprobado por el Consejo de Facultad el otorgamiento del Título de Licenciado, el Decano expide la Resolución Decanal proponiendo al Consejo Universitario el otorgamiento del Título correspondiente.

CAPÍTULO V
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Primera La tramitación para la expedición de diplomas de grados académicos y títulos profesionales es personal; en casos excepcionales, con poder notarial.

Segunda La suscripción (firma) de los referidos diplomas es personal y previa identificación con su D.N.I. debiendo obligatoriamente efectuarse en la Secretaría General de la UNSCH, bajo pena de anularse el diploma en caso de ser firmado fuera de ella. Asimismo, no se admite en ningún caso la firma del representante en el diploma a nombre del interesado.

Tercera En caso de ausencia de la mayoría de docentes miembros del Jurado Calificador, para la sustentación de la Tesis de Licenciatura o el Examen de suficiencia profesional, se postergarán los actos respectivos por 48 horas, amonestando en forma drástica a los docentes incursos en falta injustificada.

Cuarta De no hacerse presente el Secretario Docente, para los actos referidos en el Art. anterior, se le reemplazará por un docente

miembro del Jurado, y será amonestado severamente en caso de falta injustificada.

Quinta Los postulantes a optar el Título profesional de licenciatura, escogerán una de las dos modalidades de titulación que establece el Reglamento, y no habrá posibilidad de cambio de mecanismo escogido; en caso de desaprobación, tendrá derecho a presentarse nuevamente por el mismo mecanismo o modalidad escogida inicialmente, cada 45 días hasta tres oportunidades después de las cuales deberá optar por otra modalidad.

Sexta Los egresados que hayan concluido sus estudios con planes anteriores al de 1996 podrán optar el Grado de Bachiller, siempre que hayan aprobado todas las asignaturas y cumplido con los requisitos de su respectivo plan, de acuerdo a lo prescrito en el Decreto Legislativo N° 739 referido a la graduación automática.

Séptima El estudiante que ingresa a la Escuela, por traslado interno, externo o internacional, se adecuará al presente Currículo de Estudios.

Octava Los asuntos no previstos en el presente reglamento serán resueltos por el Consejo de Facultad o por el Consejo Universitario, según la naturaleza del caso.

Novena Los docentes que retrasen u obstaculicen el trámite regular de los distintos procedimientos señalados en el presente documento, serán sancionados de acuerdo a las normas internas vigentes.

CAPÍTULO VI
DISPOSICIÓN FINAL

Quedan derogadas todas las disposiciones administrativas de la Universidad que se opongan al presente Currículo de Estudios 2018.

6.12 LINEAMIENTOS PARA OBTENCIÓN DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES DE UNIVERSIDADES CON LICENCIAS DENEGADAS.

Los lineamientos para la obtención de grados y títulos profesionales de universidades denegadas, se ajustan a las directivas generales establecidas por la universidad.

6.13 PERFIL DEL DOCENTE QUE REQUIERE LA CARRERA PROFESIONAL

La EP de Ciencias de la Comunicación requiere docentes:

- Con estudios de pregrado en comunicación social
- Con estudios de posgrado en comunicación social o disciplinas afines
- Con estudios de maestría o especialización (diplomados, cursos y similares) en docencia universitaria, que garanticen competencias

pedagógico-didácticas y humanísticas
- Con experiencia profesional de un año a partir de la obtención del grado de magister
- Competencias comunicativas en un segundo idioma distinto al castellano, que puede ser un idioma extranjero o nativo
- Sin antecedentes penales y policiales
- Que acrediten estado óptimo de salud física y mental mediante certificado médico

Las áreas temáticas de la carrera donde los docentes deben acreditar su experticia mediante estudios de diplomado, maestría y doctorado son:
- Epistemología e investigación en comunicación
- Comunicación organizacional
- Comunicación para el desarrollo
- Comunicación política
- Comunicación audiovisual
- Periodismo
- Publicidad y marketing
- Estudios socio culturales

6.14 INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA

• AULAS DE CLASE

Son tres las aulas con que cuenta la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Su capacidad física y otras características se detallan en el siguiente cuadro:

AULA	NIVEL	AREA	CAPACIDAD	OTRAS CARACTERÌSTICAS
C-148	Primero	82.43 m2	80 alumnos	Ventanas en los laterales, puerta de ingreso, altillo para zona de docentes, pizarra acrílica, puntos de luz para funcionamiento de PCs portátiles, sistema de redes para clases virtuales en el techo y zona de docentes, pisos con cerámicos de alto tránsito, puertas de madera, ventanas de aluminio con protector metálico exterior e interior con cortinas para regular el ingreso de luz natural exterior al aula.
C-229	Segundo	82.43 m2	80 “	
C-322	Tercero	41.21 m2	30 “	

• LABORATORIOS

La Escuela cuenta con el taller de fotografía. Sus características son:

TALLER	NIVEL	AREA	AMBIENTES	CAPACIDAD
FOTOGRAFÍA	Primero	109.86 m2	Hall de informes	10 alumnos
			Sala de secado	10 “
			Sala de sesiones de fotografía	04 “
			Cuarto oscuro 1	06 “
			Cuarto oscuro 2	02 “
			Sala de depósito o archivo	01 “
			SS.HH. para varones	02 “
			SS.HH. para mujeres	01 “

Este laboratorio está equipado y tiene los siguientes equipos nuevos:
- Sistema de iluminación para estudio fotográfico
- Equipos de revelado fotográfico

• GABINETES

La Escuela no tiene gabinetes.

• CENTROS EXPERIMENTALES

La Escuela no tiene campos experimentales.

• BIBLIOTECAS ESPECIALIZADAS

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación no tiene biblioteca especializada. Los libros y revistas de la especialidad se hallan en la Biblioteca Central de la Universidad.

• TALLERES

Son tres los talleres con que cuenta nuestra unidad académica. Sus características son:

TALLER	NIVEL	AREA	AMBIENTES	CAPACIDAD
RADIO	Primero	110.05 m2	Hall de informes	12 alumnos
			Sala de grabación 1	08 “
			Sala de grabación 2	08 “
			Sala de grabación 3	02 “
			Sala de grabación 4	04 “
			SS.HH. para hombres	01 “
			SS.HH. para mujeres	01 “
TV	Primero	260.30 m2	Hall de informes	10 “
			Set de TV	30 “
			Sala de edición 1	03 “
			Sala de edición 2	03 “
			Sala de edición 3	03 “
			Sala de edición 4	03 “
			Sala de edición 5	03 “
			Sala de archivos múltiple	05 “
			SS.HH. para hombres	05 “
			SS.HH. para mujeres	05 “
	Mezanine	84.22 m2	Sala master de video	06 “
			Sala master de audio	03
			SS.HH para hombres	01 “
			SS.HH para mujeres	01
			Sala de depósitos	01 “
IMPRESOS	Tercero	41.21 m2	Sala con equipos de cómputo	14 “

Los talleres de Televisión y Radio y el laboratorio de Fotografía están totalmente equipados. En estos ambientes, se tiene los siguientes equipos nuevos y materiales de instrucción:
- 1 Cámara filmadora digital para estudio
- 5 Cámaras filmadoras digitales para trabajo de campo
- 3 Trípodes para estudio
- 5 Trípodes para trabajo de campo
- 5 islas de edición no lineal de televisión

- 1 Sala master de video equipado
- 1 Sala de audio equipado
- 2 Sistemas de iluminación móvil
- 1 Sistema de iluminación fijo en set
- 3 Islas edición y grabación de radio
- 1 Sala de producción de radio equipado
- 1 Sistema de iluminación para estudio fotográfico
- 2 Ambientes para revelado fotográfico equipados
- 2 Equipos de ampliación fotográfico
- 3 Cámaras fotográficas analógicas
- 2 Cámaras fotográficas digitales BRIDGE
- 1 Scaner plano para negativos y fotos ampliadas

El taller de Impresos está semiequipado; tiene los siguientes equipos nuevos:
- 1 Equipo de cómputo para diseño gráfico
- 1 Impresora láser en formato A3

- **COLEGIOS DE APLICACIÓN**

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación no cuenta con centros educativos de aplicación.

CUADRO RESUMEN: AMBIENTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AMBIENTES	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CANTIDAD	SUBTOTAL
Aulas de clase	C-148, C-229 y C-322	3	3
Laboratorios	**Taller de Fotografía**: Hall de informes Sala de Secado Cuarto oscuro Sala de Depósito o Archivo SSHH	1 1 2 1 2	7
Talleres	**Taller de Radio**: Hall de Informes Sala de Grabación SSHH	1 4 2	7
	Taller de TV: Hall de Informes Set de Televisión Sala de Edición Sala de Archivos múltiple Sala Master de Video Sala Master de Audio Sala de Depósitos SSHH	1 1 5 1 1 1 1 4	15
	Taller de Impresos: Sala con equipos de cómputos	1	1
TOTAL			**33**

6.15 ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DEL CURRÍCULO DE LA ESCUELA PROFESIONAL

Las estrategias de gestión de la EP de Ciencias de la Comunicación se implementan en los aspectos: evaluación y seguimiento del currículo, manejo de la oferta académica, monitoreo y evaluación.

1. Evaluación y seguimiento del currículo:

- La evaluación de las asignaturas, a cargo del Director de Escuela, apoyado por la Comisión Permanente de Evaluación del Currículo (COPEC).
- La evaluación de los semestres, realizado por el Director y el Decano de la Facultad.
- La evaluación de las prácticas preprofesionales, realizada por el Director de Escuela, conforme a lo establecido en el Reglamento de Prácticas preprofesionales.
- La evaluación de los profesores, realizada por los estudiantes.
- La evaluación y seguimiento de egresados, a cargo del Director de Escuela, mediante un sistema de seguimiento del egresado, orientado a mantener el vínculo permanente entre universidad y egresado.
- La evaluación de la acción tutorial del docente, realizada por el Director de Escuela apoyado por la Comisión de Tutoría de la Escuela, con arreglo al Reglamento del sistema de tutoría de la UNSCH. Según este reglamento, la Escuela cuenta con una Comisión de Tutoría integrada por cinco miembros con un perfil de buena conducta: cuatro profesores y un delegado estudiantil perteneciente al Tercio Superior.
- La acción tutorial del docente, materia de la evaluación, implica las actividades siguientes: orientación del estudiante sobre el manejo de los componentes del currículo, guía sobre las técnicas de estudio, orientación para los exámenes, consejería para matrícula y desmatrícula, elección de asignaturas y detalles similares.

2. Manejo de la oferta académica:

- Marketing de la carrera, realizada por el pleno de docentes conforme al Plan Operativo Anual de la Escuela.
- Autoevaluación, licenciamiento y acreditación de la carrera, a cargo de la Comisión de Autoevaluación y Acreditación, bajo la presidencia del Director de Escuela.
- La conservación del número y calidad de convenios, que es vigilada por el Director de Escuela y el Decano de la Facultad.
- El posicionamiento de los egresados a nivel regional, nacional e internacional, que es vigilado por el Director de Escuela.
- El monitoreo del proyecto educativo (currículo), a cargo de la COPEC.
  Es la vigilancia de la implementación del currículo de estudios e implica la recolección, análisis e interpretación de información, con la finalidad de identificar los escollos, debilidades y vacíos presentados, y sugerir las soluciones adecuadas. El proceso de monitoreo es permanente y se alimenta de la evaluación del proyecto educativo. Para su implementación, la COPEC diseña al iniciar el año académico los instrumentos de recolección de información y otros pertinentes.
- La evaluación del currículo, bajo la responsabilidad de la Comisión Permanente de Evaluación del Currículo.
  Tiene la finalidad de apreciar la calidad del proyecto educativo desde su diseño, implementación y puesta en práctica, así como a valorar su impacto y sostenibilidad, para mantener y promover su mejoramiento continuo. Se realiza anualmente, preferentemente en el mes de diciembre, para lo cual la COPEC programa las acciones específicas y diseña los instrumentos necesarios. El resultado de la evaluación es socializado ante el pleno de docentes de la Escuela y luego ante la comunidad de la Escuela.

ANEXOS

ANEXO A: RESOLUCIÓN RECTORAL DE CREACIÓN DE LA CARRERA

ANEXO B: CARACTERIZACIÓN DE LA PROFESIÓN, CONSTRUCCIÓN DEL MAPA FUNCIONAL DEL PERFIL DE EGRESO, ESTANDARIZACIÓN DE COMPETENCIAS Y MATRIZ DE COHERENCIA

A) Caracterización de la profesión

¿Por qué existe la carrera?

Huamanga, desde la época colonial, se caracterizó por tener una vida intelectual muy activa. Esto tuvo continuidad en la época republicana, particularmente en el siglo XIX, cuando se crea una gran variedad de periódicos. Durante el siglo XX, la actividad periodística siguió un sostenido proceso de desarrollo; sin embargo, fue el año de 1994, cuando se alcanzó a la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga la primera iniciativa que buscaba profesionalizar a un grupo de periodistas prácticos. Paralelamente, en la Facultad de Ciencias Sociales se diseñó la propuesta de crear una Escuela de Formación Profesional en Ciencias de la Comunicación, que se implementó a partir de 1994.

El número de periodistas en la región de Ayacucho era insuficiente, lo que motivó a establecer como necesidad de la nueva carrera de Comunicación formar periodistas. En este sentido, la primera promoción de egresados, en el año 1998, no solo cubrió la demanda de periodistas, sino que abrió nuevas líneas de intervención en comunicación en la región: comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo y comunicación audiovisual, que comenzaron a generar espacios laborales cada vez más expectantes.

Con el currículo 2004, se procuró responder a esta demanda, logrando que los profesionales de Ciencias de la Comunicación comenzaran a llenar los vacíos en los nuevos espacios laborales. Sin embargo, en el caso de la actividad privada, el limitado flujo comercial de fines de los noventa e inicios del 2000 no logró absorber un importante número de egresados, debido a las características del mercado local y regional. Esta situación varió significativamente a partir del 2006, cuando gracias al incremento sustantivo en el PBI se abrió una gama de posibilidades en las diferentes carreras profesionales. La Comunicación Social, como profesión, no ha estado ajena a este crecimiento y, por consiguiente, a la dinámica del mercado, las ofertas laborales han crecido y se hacen necesarias acciones inmediatas con el fin de responder a estos retos.

Atendiendo a estas exigencias, a mediados de 2012, la EP de Ciencias de la Comunicación realizó el estudio de la demanda profesional en la región, obteniendo interesantes resultados:

1. Las instituciones públicas y privadas van comprendiendo cada vez más la necesidad de contar con profesionales en comunicación.
2. Los empleadores de los egresados de la Escuela exigen que ésta forme comunicadores polivalentes, principalmente con las competencias de comunicación organizacional, marketing y publicidad, comunicación para el desarrollo y comunicación audiovisual.
3. La mayor parte de los puestos de trabajo vinculados al ejercicio profesional de la carrera, en las instituciones, son cubiertos por concurso público, salvo las jefaturas en instituciones públicas por ser puestos de confianza.

4. Para las instituciones públicas y privadas no es una garantía exclusiva de calidad el contar con un título profesional, sino el desempeño profesional.
5. Los valores como la responsabilidad, honestidad e identificación institucional son valorados por las instituciones públicas y privadas, asimismo el trabajo en equipo tiene mucha importancia.
6. Los egresados identifican en la formación académica en la Escuela como puntos fuertes los vinculados al conocimiento teórico y los puntos débiles los vinculados a la parte práctica.
7. Los empleadores consideran que no existe preferencia por egresados de universidades específicas.
8. Existe una demanda latente de cursos de capacitación en temas de comunicación en las instituciones públicas y privadas.

¿A qué necesidades responde?

Los resultados del estudio anteriormente citado permiten reconocer la demanda de comunicadores sociales polivalentes con competencias específicas para los campos laborales del periodismo, la comunicación en las organizaciones y la comunicación audiovisual.

Asimismo, conviene señalar que el conflicto armado interno (1980 – 2000) ha dejado como secuela situaciones de ruptura del tejido social con graves repercusiones en la dimensión comunicativa, lo cual plantea la necesidad de desarrollar espacios de resiliencia y de tolerancia donde el papel del comunicador social, formado con las competencias requeridas, se hace fundamental.

¿Qué vinculación tiene la carrera con otras disciplinas?

La carrera de las ciencias de la comunicación tiene una vinculación directa con las ciencias sociales (sociología, antropología y psicología social); asimismo, con las ciencias humanas (filosofía, lingüística y literatura).

¿Cuál es el campo específico de su acción principal?

El campo de la carrera se focaliza en las siguientes líneas de intervención:

- Periodismo (en prensa, radio, televisión y medios digitales)
- Comunicación organizacional (relaciones públicas, imagen y prensa institucional)
- Comunicación para el desarrollo (ONGs y programas y proyectos sociales)
- Investigación académica y docencia universitaria

¿Cuál es el ámbito potencial de su actuación profesional?

Se van configurando nuevas líneas de intervención:

- Comunicación audiovisual (producción en radio, televisión y cine)
- Comunicación global (uso de medios digitales en un contexto globalizado)
- Publicidad y comunicación política (agencias publicitarias, consultorías)

¿Qué futuro tiene frente a las tendencias de la ciencia, la tecnología y las humanidades modernas?

La sociedad actual se caracteriza por la centralidad de la comunicación, que se

evidencia en el uso y consumo masivo de las tecnologías de la información y la comunicación. A simple vista “todos y a nivel global estamos conectados”. Esto se asocia a la demanda de comunicadores con nuevas experticias (manejo de medios digitales) y capacidades cognitivas para comprender los nuevos problemas y patologías generadas por el uso y abuso de estas tecnologías y proponer soluciones.

¿Qué funciones emergentes se aprecian frente a la profesión?

Las funciones de la carrera que se van visualizando son:

- La función mediadora del comunicador que articula sentidos para propiciar el entendimiento y el consenso frente a la ruptura de la comunicación como dimensión de las crisis políticas y sociales
- La función analítica del comunicador que cumple roles de analista social
- La función de liderazgo del comunicador social que dirige los recursos humanos en las corporaciones usando las herramientas de la comunicación organizacional

¿Cuál es la demanda social y las posibilidades de empleabilidad de los graduados?

En la década del 2010, Ayacucho y sus zonas de influencia (Huancavelica, Apurímac y VRAEM) son un escenario donde se visualiza la demanda de comunicadores sociales en las líneas de comunicación organizacional, comunicación audiovisual, comunicación para el desarrollo y periodismo.

B) CONSTRUCCIÓN DEL MAPA FUNCIONAL DEL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA PROFESIONAL

El perfil de egreso se formuló utilizando la metodología del análisis funcional, que implicó el uso de la estrategia deductiva. Así, se determinó a) el propósito principal de la profesión, b) las funciones claves, c) las unidades de competencia y c) los elementos de competencia.

C) ESTANDARIZACIÓN O NORMALIZACIÓN DE COMPETENCIAS

La estandarización de los elementos de competencia tuvo como resultado los cuadros que siguen a la Figura 1.

D) Matriz de coherencia entre propósito principal, funciones clave, unidades de competencia, elementos de competencia, saberes y módulos / asignaturas

Figura 1. MAPA FUNCIONAL DEL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNSCH



ANEXO C: CUADROS CON LOS ELEMENTOS DE COMPETENCIA ESTANDARIZADOS

<table>
<tr><td>VERSIÓN: Primera</td><td>FECHA DE APROBACIÓN:</td><td colspan="2">VIGENCIA:
PROFESIÓN:</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE COMPETENCIA</td><td>Código
1.1.</td><td colspan="2">Desarrollar acciones periodísticas en medios escritos, audiovisuales y transmediales, con una mirada global, local y vocación humanística, buscando desarrollar una mentalidad crítica en las audiencias.</td></tr>
<tr><td>ELEMENTO DE LA COMPETENCIA</td><td>Código
1.1.1.</td><td colspan="2">Elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional</td></tr>
<tr><td colspan="2">CRITERIOS DE DESEMPEÑO
VERBO + OBJETO + CONDICIÓN
a. Identifica y prioriza los hechos cotidianos, novedosos, actuales y de interés general en concordancia con el código de ética del Colegio de Periodistas del Perú y la legislación vigente
b. Registra las declaraciones de los protagonistas e involucrados en el hecho noticioso, mediante un proceso que incluya la planificación, validación de cuestionarios conforme a la teoría general del periodismo
c. Redacta hechos noticiosos de acuerdo a la estructura informativa del género periodístico del que se trata y tomando en cuenta los principios más esenciales de gramática y de estilística</td><td colspan="2">CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES
1. Acontecer regional, nacional e internacional (a, b)
2. Teoría del periodismo informativo (a, b y c)
3. Principios éticos del comunicador social (a, b y c)
4. Legislación vigente para el ejercicio profesional del comunicador social (a, b y c)
5. Fundamentos del diseño y la diagramación (c)
6. Sociología de la comunicación (a y b)
7. Técnicas de redacción periodística (c) y (d)</td></tr>
<tr><td colspan="2">RANGO DE APLICACIÓN</td><td colspan="2">EVIDENCIAS REQUERIDAS</td></tr>
<tr><td colspan="2">• CATEGORÍA 1: Escrito
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 2: Radial
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 3: Televisivo
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 4: Digital
CLASES:
LUGAR:</td><td colspan="2">DE CONOCIMIENTO
Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7
DE DESEMPEÑO
Redacta textos informativos según rangos de aplicación.
DE PRODUCTO
• Una noticia informativa en cualquiera de los rangos.
• Una crónica informativa en cualquiera de los rangos.
• Una entrevista informativa en cualquiera de los rangos.</td></tr>
<tr><td colspan="4">ACTITUDES:
¿Cuál es el comportamiento del alumno para lograr esta competencia?
• Responsabilidad y compromiso con la sociedad
• Diligencia en el proceso de construcción de la noticia
• Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>VERSIÓN:
Primera</td><td>FECHA DE APROBACIÓN:</td><td colspan="2">VIGENCIA
PROFESIÓN:</td></tr>
<tr><td>UNIDAD DE COMPETENCIA</td><td>Código
1.1.</td><td colspan="2">Desarrollar acciones periodísticas en medios escritos, audiovisuales y transmediales, con una mirada global, local y vocación humanística, buscando desarrollar una mentalidad crítica en las audiencias.</td></tr>
<tr><td>ELEMENTO DE LA COMPETENCIA</td><td>Código
1.1.2.</td><td colspan="2">Elaborar textos interpretativos periodísticos de actualidad local y nacional.</td></tr>
<tr><td colspan="2">CRITERIOS DE DESEMPEÑO
a. Investiga los antecedentes de un hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo
b. Analiza e interpreta el hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo
c. Redacta textos de periodismo interpretativo de acuerdo a los estándares del periodismo profesional y tomando en cuenta los principios más esenciales de gramática y de estilística</td><td colspan="2">CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES
1. Acontecer regional, nacional e internacional (a, b)
2. Teoría del periodismo interpretativo (a, b y c)
3. La investigación en el periodismo (a y b)
4. Principios éticos del comunicador social (a, b y c)
5. Legislación vigente para el ejercicio profesional del comunicador social (a, b y c)
6. Lenguaje de los medios masivos tradicionales y alternativos (a, b)
7. Técnicas de redacción periodística (c)</td></tr>
<tr><td colspan="2">RANGO DE APLICACIÓN</td><td colspan="2">EVIDENCIAS REQUERIDAS</td></tr>
<tr><td colspan="2">• CATEGORÍA 1: Escrito
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 2: Radial
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 3: Televisivo
CLASES:
LUGAR:
• CATEGORÍA 4: Digital
CLASES:
LUGAR:</td><td colspan="2">DE CONOCIMIENTO
Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7
DE DESEMPEÑO
Redacta textos interpretativos según rangos de aplicación
DE PRODUCTO
• Un testimonio en cualquiera de los rangos
• Una crónica interpretativa en cualquiera de los rangos
• Un ensayo en cualquiera de los rangos
• Un reportaje en cualquiera de los rangos</td></tr>
<tr><td colspan="4">ACTITUDES:</td></tr>
</table>

- Responsabilidad y compromiso con la sociedad
- Diligencia en el proceso de construcción de la noticia
- Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 1.1.	Desarrollar acciones periodísticas en medios escritos, audiovisuales y transmediales, con una mirada global, local y vocación humanística, buscando desarrollar una mentalidad crítica en las audiencias.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 1.1.3	**Elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
1. Identifica hechos sociales relevantes que ameriten una opinión periodística 2. Analiza los hechos más importantes de la sociedad de manera crítica y reflexiva 3. Expresa opiniones dentro de los estándares de la redacción periodística profesional	1. Acontecer regional, nacional e internacional (a, b) 2. Sociología de la comunicación (a y b) 3. Teoría del periodismo de opinión (a, b y c) 4. Periodismo digital (a, b y c) 5. Principios éticos del comunicador social (a, b y c) 6. Legislación vigente para el ejercicio profesional del comunicador social (a, b y c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Escrito CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Televisivo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Digital CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO** Redacta textos de periodismo de opinión **DE PRODUCTO** • Una columna en cualquiera de los rangos • Un artículo firmado en cualquiera de los rangos • Un editorial en cualquiera de los rangos

ACTITUDES:
- Responsabilidad y compromiso con la sociedad
- Diligencia en el proceso de construcción de la noticia
- Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	2.1.	Planificar y realizar productos audiovisuales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción audiovisual profesional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**2.1.1.**	**Diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Observa crítica y creativamente hechos y situaciones noticiosas y cotidianas de la realidad local y regional para exponerlos en un marco informativo y estético, en concordancia con los cánones del fotoperiodismo y el lenguaje fotográfico b. Capta los hechos fotografiables con el uso de instrumentos técnicos y artísticos previamente planificados y validados, según los parámetros de la propaganda y la publicidad c. Edita las imágenes obtenidas en ordenadores gráficos para presentarlas según los parámetros del diseño gráfico, acorde a los formatos de impresión y referenciados en la teoría de la imagen	1. Técnicas y lenguaje de fotografía (a, b y c) 2. La luz, características y propiedades (b) 3. Teoría de la imagen (a, b y c) 4. Historia de los medios de comunicación social (a) 5. Teoría del color (b y c) 6. Técnicas de fotoperiodismo (a, b y c) 7. Técnicas de revelado y manipulación de fotografías (c) 8. Géneros y subgéneros fotográficos (a, b y c) 9. Teoría y estética del retrato fotográfico (a, b y c) 10. Diseño gráfico (c) 11. Teoría de la propaganda y la publicidad (b)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Fotografía periodística CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Fotografía publicitaria CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Fotografía paisajística CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Fotografía de retrato CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 11 **DE DESEMPEÑO** Elabora productos fotográficos usando el lenguaje y la técnica de la fotografía profesional **DE PRODUCTO** 04 productos, uno por cada rango

ACTITUDES:
- Compromiso y sensibilidad social
- Respeto al código de ética de la fotografía periodística y publicitaria
- Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 2.1.	Planificar realizar productos radiales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción radial profesional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 2.1.2.	**Diseñar y producir productos radiales.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSION ESCENCIALES**
a. Elabora aspectos de la pre producción radial, tomando en cuenta los códigos éticos del comunicador y siguiendo los procesos de la producción radial en los diferentes géneros b. Registra los audios requeridos, así como las voces indicadas c. Realiza los trabajos de posproducción radial (edición, masterización) tomando en cuenta los lineamientos y reglas de la edición	1. Guiones y libretos radiales(a, b y c) 2. Lenguaje radial (a y c) 3. Manejo de software de edición de audio y de emisión de programas radiales (c) 4. Género periodístico radial (formatos)(a, b y c) 5. Género dramático radial (formatos)(a, b y c) 6. Técnicas de locución (a)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Informativos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Dramáticos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Publicidad radial CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO** Realiza formatos y programas radiales **DE PRODUCTO** 6 Productos (dos por rango)

ACTITUDES:
- Compromiso y sensibilidad social
- Respeto al código de ética y a la Ley de Radio y Televisión 28278
- Respecto a los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 2.1.	Planificar y realizar productos audiovisuales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción audiovisual profesional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 2.1.3.	**Diseñar y elaborar productos simbólicos para televisión.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Diseña y elabora los aspectos de la preproducción televisiva (proyecto audiovisual, guiones y locaciones) tomando en cuenta los códigos éticos del comunicador y siguiendo los procesos de la producción audiovisual profesional en los diferentes géneros b. Registra los acontecimientos de hechos reales y de ficción considerando las recomendaciones de iluminación y manejo de audio profesional c. Realiza los trabajos de posproducción televisiva (edición, ensamblaje, sonorización, etc.) tomando en cuenta los lineamientos y reglas de la edición	1. Teoría de la imagen (a, b y c) 2. Lenguaje audiovisual (a, b y c) 3. Teoría del color (a, b y c) 4. Manejo de cámara (b) 5. Manejo de software de edición de audio y video (c) 6. Sistemas de Iluminación (b) 7. Elaboración de guiones audiovisuales (a) 8. Los géneros televisivos (a y b) 9. Teoría de la publicidad y propaganda (a, b y c) 10. Redacción para audiovisuales (a)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Programas televisivos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Documentales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Publicidad radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Videos ficcionales CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 10 **DE DESEMPEÑO** Realiza productos audiovisuales para televisión **DE PRODUCTO** 04 productos, uno por cada rango

ACTITUDES:
- Compromiso y sensibilidad social
- Respeto al código de ética de la fotografía periodística y publicitaria
- Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticioso

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 2.1.	Planifica y realiza productos audiovisuales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción audiovisual profesional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 2.1.4.	**Diseñar y elaborar productos simbólicos para Internet.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**

a. Reconoce los elementos básicos de los componentes multimedia a través del manejo de conceptos básicos de multimedia b. Planifica los productos multimedia tomando en cuenta el tratamiento del texto, sonido, imágenes, video y animación digitales multimedia c. Elabora productos multimedia para ser cargados en las plataformas digitales de las redes interactivas de internet	1. Teoría de la redes sociales (a) 2. Procesos de codificación y digitalización de la información multimedia (b y c) 3. Definición y descripción de elementos multimedia (a y b) 4. Lenguaje multimedia (texto, sonido, imágenes, video y animación) (a, b y c) 5. Manejo de programas de edición gráficos y audiovisuales (c) 6. Estándares de compresión de los formatos gráficos y audiovisuales (b) 7. Propiedad intelectual y derecho de autor (c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
CATEGORÍA 1: Internet y redes sociales CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO** Elabora productos multimedia para internet **DE PRODUCTO** 5 productos
ACTITUDES: • Compromiso y sensibilidad social • Respeto al código de ética de la comunicación social • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
Título de la NCP	2.2.	Gestionar empresas en producción audiovisual, periodística, corporativa y publicitaria, aplicando la teoría general de la administración.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	2.2.1.	**Dirigir empresas audiovisuales, periodísticas, corporativas y publicitarias, según teorías de la administración.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Identifica los tipos y características organizacionales tomando en cuenta las teorías del comportamiento organizacional b. Identifica y analiza las funciones y características de la administración según la teoría general de la administración c. Analiza las etapas del proceso administrativo como la planificación, organización, dirección y control tomando en cuenta lecturas seleccionadas y ejemplos de casos	1. Teoría del comportamiento organizacional (a, b y c) 2. Teoría general de la administración (b) 3. Eficiencia y eficacia de gestión empresarial (c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Empresas audiovisuales (radio y TV) CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Empresas del periodismo impreso CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Agencias de publicidad y marketing CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Empresas de producción audiovisual CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 5: Consultoras en comunicación CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuestas a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO** Dirige empresas audiovisuales, periodísticas y publicitarias **DE PRODUCTO** Un plan de dirección de empresa, para cualquiera de los rangos de aplicación
ACTITUDES: • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Serenidad y flexibilidad para tomar decisiones • Apertura a la comunicación	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	2.2.	Gestionar empresas en producción audiovisual, periodística y publicitaria, aplicando la teoría general de la administración.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**2.2.2.**	**Diseñar proyectos para la creación de empresas en producción audiovisual, periodística y publicitaria, según técnicas e instrumentos validados en la gestión empresarial.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Identifica los aspectos del estudio estratégico para la empresa en comunicación siguiendo metodologías de la planeación estratégica b. Cuantifica la información del estudio de mercado, tomando en cuenta los fundamentos básicos del marketing c. Identifica las necesidades de los recursos materiales y humanos para la creación de empresas siguiendo metodologías establecidas en la gestión de empresas. d. Determina los recursos económicos y financieros, mediante la utilización de indicadores de rentabilidad para la empresa privada	1. Realidad nacional (económica, política y social) (a) 2. Fundamentos de marketing (b) 3. Teoría administrativa (a, b, c y d) 4. Indicadores de rentabilidad (d)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**

• CATEGORÍA 1: Empresas audiovisuales (radio y TV) CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Empresas del periodismo impreso CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Agencias de publicidad y marketing CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Empresas de producción audiovisual CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO** Respuestas a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 4 **DE DESEMPEÑO** Diseña proyectos orientados a crear empresas según el rango de aplicación **DE PRODUCTO** Un proyecto para la creación de una empresa en comunicación, en uno de los rangos de aplicación
ACTITUDES: • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Serenidad y flexibilidad para tomar decisiones • Apertura a la comunicación • Liderazgo, motivación y emprendimiento	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	Código 3.1.	Planificar la promoción de la comunicación interna y externa en las organizaciones para la mejora del clima organizacional y el fortalecimiento de la cultura organizacional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 3.1.1.	**Identificar problemas en la comunicación interna y externa, según el protocolo institucional**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Diagnostica la situación de la comunicación organizacional b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos sobre la situación de la comunicación en la organización c. Propone estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización	1. Teoría de las organizaciones (a) 2. Comunicación organizacional (a y c) 3. Comportamiento organizacional (a y b) 4. Clima organizacional (a y c) 5. Cultura organizacional (a y c) 6. Técnicas para diagnosticar la comunicación organizacional (a y c) 7. Métodos, técnicas e instrumentos para la investigación en comunicación organizacional (b y c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO:** Identifica problemas de comunicación organizacional **DE PRODUCTO:** Dos informes de la situación de la comunicación organizacional, uno para cada rango de aplicación
ACTITUDES: • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Lealtad y respeto con la información obtenida de la institución	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:**	**PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 3.1.	Planificar la promoción de la comunicación interna y externa en las organizaciones para la mejora del clima organizacional y el fortalecimiento de la cultura organizacional.	
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 3.1.2.	**Diseñar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional.**	

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Construye estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización b. Diseña un proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional	1. Comunicación organizacional (a y b) 2. Comportamiento organizacional (a y b) 3. Clima organizacional (a y b) 4. Cultura organizacional (a y b) 5. Construcción de estrategias comunicacionales (b)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 5 **DE DESEMPEÑO:** Diseña proyectos de mejoramiento de la comunicación en las organizaciones **DE PRODUCTO:** Dos proyectos de comunicación organizacional, uno para cada rango de aplicación
ACTITUDES: • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)	

VERSIÓN:	**FECHA DE**	**VIGENCIA:**

Primera	**APROBACIÓN:**	**PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 3.1.	Planificar la promoción de la comunicación interna y externa en las organizaciones para la mejora del clima organizacional y el fortalecimiento de la cultura organizacional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 3.1.3.	**Implementar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Elabora y valida sus estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización b. Aplica estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización c. Evalúa la aplicación de las estrategias de comunicación interna y externa de una organización d. Sistematiza y redacta el informe final del proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional	1. Comunicación organizacional (a, b y c) 2. Comportamiento organizacional (a, b y c) 3. Clima organizacional (a, b y c) 4. Cultura organizacional (a, b y c) 5. Estrategias comunicacionales (a, b y c) 6. Técnicas de sistematización de la intervención en comunicación organizacional (d) 7. Sofwart SPSS y Atlas ti (d) 8. Sistema internacional de redacción académica APA (d)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 8 **DE DESEMPEÑO:** Diseña un proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional **DE PRODUCTO:** Un informe de implementación de proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional

ACTITUDES:
- Compromiso con los fines y objetivos institucionales
- Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 3.2.	Gestionar el área de comunicación de las organizaciones según estándares de calidad nacional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 3.2.1.	**Elaborar propuestas de creación del área de comunicación en las organizaciones públicas y privadas.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Diagnostica la situación de la comunicación en la institución b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos sobre la situación de la comunicación en la institución c. Propone un proyecto de creación de un área de comunicación en la institución	1. Comunicación organizacional (a, b y c) 2. Comportamiento organizacional (a, b y c) 3. Clima organizacional (a, b y c) 4. Cultura organizacional (a, b y c) 5. Técnicas para diagnosticar la comunicación organizacional (a y c) 6. Métodos, técnicas e instrumentos para la investigación en comunicación organizacional (a, b y c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Institución pública CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Institución privada CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO:** Diseña un proyecto de creación de un área de comunicación en una institución **DE PRODUCTO:** Un proyecto de creación de un área de comunicación en uno de los rangos

ACTITUDES:
- Compromiso con los fines y objetivos institucionales
- Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 3.2.	Gestionar el área de comunicación de las organizaciones según estándares de calidad nacional.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 3.2.2.	**Dirigir áreas de comunicación en las organizaciones públicas y privadas.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Dirige al equipo de trabajo del área de comunicación b. Posiciona el área de comunicación dentro de la institución c. Monitorea el plan operativo anual del área d. Evalúa al equipo de trabajo del área de comunicación e. Evalúa los planes operativos anuales del área de comunicación	1. Gestión de la comunicación organizacional (a, b y c) 2. Jefatura y liderazgo (a y b) 3. Técnicas de monitoreo y evaluación de la comunicación organizacional. (c, d y e)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**

• CATEGORÍA 1: Institución pública CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Institución privada CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO:** Dirige un área de comunicación en una institución **DE PRODUCTO:** Un informe de ejecución del POA de un área de comunicación en uno de los rangos
ACTITUDES: • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 4.1.	Ejecutar proyectos de investigación en comunicación social, según los estándares de la investigación científica especializada.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.1.1.	**Identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Identifica fuentes teóricas sobre problemas de investigación en comunicación social b. Identifica problemas de investigación en comunicación social c. Construye y redacta el problema de investigación en comunicación social	1. Teorías de la sociedad y la comunicación (a) 2. Teoría de la investigación en comunicación (a) 3. Métodos, técnicas e instrumentos para la identificación de fuentes teóricas en investigación en comunicación social (a y b) 4. Estado de la cuestión en problemas de comunicación social (a y b) 5. Métodos, técnicas e instrumentos para la construcción del problema de investigación en comunicación (c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 5 **DE DESEMPEÑO:** Construye y plantea problemas de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO:** Un problema de investigación en uno (01) de los rangos
ACTITUDES: • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 4.1.	Ejecutar proyectos de investigación en comunicación social, según los estándares de la investigación científica.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.1.2.	**Diseñar el proyecto de investigación, según el protocolo institucional.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Identifica las fases del proceso de investigación en comunicación social b. Justifica y fundamenta la necesidad de ejecutar su proyecto de investigación c. Construye el marco teórico del proyecto de investigación d. Define los objetivos e hipótesis para su proyecto de investigación e. Elige métodos, técnicas e instrumentos para su proyecto de investigación f. Redacta el proyecto de investigación, según el protocolo institucional	1. Proceso de investigación en comunicación social (a, b y c) 2. Métodos, técnicas e instrumentos para la realización de un proyecto de investigación en comunicación social (d, e y f)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 2 **DE DESEMPEÑO:** Construye un proyecto de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO:** Un proyecto de investigación en uno (01) de los rangos

ACTITUDES: • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 4.1.	Ejecutar proyectos de investigación en comunicación social, según los estándares de la investigación científica.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.1.3.	**Elaborar el informe de investigación, según el protocolo institucional.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Elabora y valida sus instrumentos para el trabajo de campo b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos, según su proyecto de investigación c. Realiza el tratamiento de los datos acopiados d. Construye y redacta los informes parciales y el informe final de la investigación realizada	1. Métodos, técnicas e instrumentos para la realización de un proyecto de investigación en comunicación social (a, b y c) 2. Sofwart SPSS y Atlas ti (c y d) 3. Sistema internacional de redacción académica APA (d)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO:** Ejecuta el proyecto de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO:** Dos (02) informes parciales por uno de los rangos Un (01) informe final por un rango

ACTITUDES: • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESION:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 4.2.	Elaborar planes y guías de intervención e instrumentos para hacer más efectiva la comunicación social en las organizaciones y la sociedad, en base a las recomendaciones de los estudios científicos
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.2.1.	**Diseñar guías de intervención en comunicación social, para resolver problemas de entendimiento**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Diagnostica realidades problemáticas comunicacionales b. Construye estrategias comunicacionales de intervención c. Elabora y redacta planes y guías de intervención en comunicación social	1. Métodos, técnicas e instrumentos para la construcción del problema de investigación en comunicación social (a) 2. Proyectos y planes de intervención en comunicación social (b y c) 3. Construcción de productos educativos comunicacionales (b y c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO:** Elabora planes y guías de intervención en comunicación social **DE PRODUCTO:** Un plan o guía de intervención en comunicación social en uno (01) de los rangos

ACTITUDES: • Respeto al otro desde una visión intercultural • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPETENCIA	**Código** 4.2.2.	Elaborar planes y guías de intervención e instrumentos para hacer más efectiva la comunicación social en las organizaciones y la sociedad, en base a las recomendaciones de los estudios científicos.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.2.2.	**Aplicar planes y guías de intervención en comunicación social, para contribuir a la mejora de las relaciones humanas y sociales.**

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES
a. Planifica la intervención en realidades problemáticas comunicacionales b. Aplica estrategias comunicacionales de intervención. c. Evalúa procesos de intervención en comunicación social	1. Planificación de la intervención en comunicación social (a) 2. Técnicas de intervención en comunicación social (b) 3. La evaluación de necesidades, de procesos y de resultados (c)
RANGO DE APLICACIÓN	**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR:	**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO:** • Aplica planes y guías de intervención en comunicación social • Evalúa la intervención en comunicación social **DE PRODUCTO:** Un informe de intervención en comunicación social en uno (01) de los rangos
ACTITUDES: • Respeto al otro desde una visión intercultural • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas	

VERSIÓN: Primera	**FECHA DE APROBACIÓN:**	**VIGENCIA:** **PROFESIÓN:**
UNIDAD DE COMPRETENCIA	**Código** 4.2.	Elaborar planes y guías de intervención e instrumentos para hacer más efectiva la comunicación social en las organizaciones y la sociedad, en base a las recomendaciones de los estudios científicos.
ELEMENTO DE LA COMPETENCIA	**Código** 4.2.3.	**Sistematizar y difundir los resultados de la implementación de planes y guías de intervención e instrumentos, considerando principios éticos y normas institucionales.**
CRITERIOS DE DESEMPEÑO		**CONOCIMIENTOS Y COMPRENSIÓN ESENCIALES**
a. Acopia información de intervención en comunicación b. Elabora un documento de difusión sobre intervención en comunicación susceptible de ser publicado		1. Técnicas de sistematización de la intervención en comunicación social (a) 2. Sistema internacional de redacción académica APA (b)
RANGO DE APLICACIÓN		**EVIDENCIAS REQUERIDAS**
• CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR:		**DE CONOCIMIENTO:** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 2 **DE DESEMPEÑO:** Sistematiza una experiencia de intervención en comunicación social **DE PRODUCTO:** Un documento de difusión sobre intervención en comunicación social en uno (01) de los rangos
ACTITUDES: • Respeto al otro desde una visión intercultural • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas		

ANEXO D: FIGURA DE MATRIZ DE COHERENCIA

Figura 2: MATRIZ DE COHERENCIA ENTRE PROPÓSITO PRINCIPAL, FUNCIONES CLAVE, UNIDADES DE COMPETENCIA, ELEMENTOS DE COMPETENCIA, SABERES Y MÓDULOS / ASIGNATURAS

PROPÓSITO PRINCIPAL	FUNCIONES CLAVE	UNIDADES DE COMPETENCIA	ELEMENTO DE COMPETENCIA	ESTÁNDARES DE COMPETENCIA	SABERES DE LA COMPETENCIA	NOMBRE DE LAS ASIGNATURAS	Nº CRÉD	HT	HP	TH	ÁREA CURRICULAR
Comunicar mensajes asertivamente, en las organizaciones públicas y privadas y la sociedad en general, para establecer relaciones de entendimiento y contribuir al fortalecimiento del sistema democrático y al desarrollo social en la región y el país, bajo el marco legal vigente, el respeto a los derechos humanos, a la diversidad y a la conservación del medio ambiente	1. Informar y orientar a la ciudadanía mediante la actividad periodística, según los procedimientos establecidos por la teoría general del periodismo y el código de ética del Colegio de Periodistas	1.1. Realizar acciones periodísticas en medios escritos, audiovisuales y transmediales, con una mirada global, local y vocación humanística, buscando desarrollar una mentalidad crítica en las audiencias	1.1.1. Elaborar textos informativos periodísticos de actualidad local y nacional	**Criterios de desempeño:** a. Identifica y prioriza los hechos cotidianos, novedosos, actuales y de interés general en concordancia con el código de ética del Colegio de Periodistas del Perú y la legislación vigente b. Registra las declaraciones de los protagonistas e involucrados en el hecho noticioso, mediante un proceso que incluya la planificación, validación de cuestionarios conforme a la teoría general del periodismo c. Redacta hechos noticiosos de acuerdo a la estructura informativa del género periodístico del que se trata y tomando en cuenta los principios más esenciales de gramática y de estilística **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Escrito CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Televisivo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Digital CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Acontecer regional, nacional e internacional (a, b) 2. Teoría del periodismo informativo (a, b y c) 3. Principios éticos del comunicador social (a, b y c) 4. Legislación vigente para el ejercicio profesional del comunicador social (a, b y c) 5. Fundamentos del diseño y la diagramación (c) 6. Sociología de la comunicación (a y b) 7. Técnicas de redacción periodística (c) y (d)	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Responsabilidad y compromiso con la sociedad • Diligencia en el proceso de construcción de la noticia • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos	Periodismo informativo Historia de los medios de comunicación social Ética profesional Derecho a la comunicación Taller de diagramación Sociedad y cultura Realidad nacional y mundial	4.0 4.0 4.0 3.0 3.0 3.0 3.0	2 3 4 2 1 2 2	4 2 2 4 2 2	6 5 4 4 5 4 4	Estudios de especialidad Estudios específicos Estudios específicos Estudios específicos Estudios de especialidad Estudios generales Estudios generales

				Evidencias requeridas: **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO** Redacta textos informativos según rangos de aplicación. **DE PRODUCTO** • Una noticia informativa en cualquiera de los rangos. • Una crónica informativa en cualquiera de los rangos. • Una entrevista informativa en cualquiera de los rangos.							
			1.1.2. Elaborar textos interpretativos de actualidad local y nacional	**Criterios de desempeño:** a. Investiga los antecedentes de un hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo b. Analiza e interpreta el hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo c. Redacta textos de periodismo interpretativo de acuerdo a los estándares del periodismo profesional y tomando en cuenta los principios más esenciales de gramática y de estilística **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Escrito CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Televisivo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Digital CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Investiga los antecedentes de un hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo 2. Analiza e interpreta el hecho noticioso, según los estándares del periodismo interpretativo 3. Redacta textos de periodismo interpretativo de acuerdo a los estándares del periodismo profesional y tomando en cuenta los principios más esenciales de gramática y de estilística **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO**	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Responsabilidad y compromiso con la sociedad • Diligencia en el proceso de construcción de la noticia • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos	Periodismo interpretativo Periodismo de investigación Historia de las ideas políticas Opinión pública Literatura peruana y latinoamericana	4.0 4.0 4.0 4.0 3.0	2 2 4 3 2	2 4 2 2	6 6 4 5 4	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios específicos Estudios específicos Estudios de especialidad

				Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO** Redacta textos interpretativos según rangos de aplicación **DE PRODUCTO** • Un testimonio en cualquiera de los rangos • Una crónica interpretativa en cualquiera de los rangos • Un ensayo en cualquiera de los rangos • Un reportaje en cualquiera de los rangos.							
			1.1.3. Elaborar textos periodísticos de opinión sobre los hechos más relevantes de la sociedad	**Criterios de desempeño:** a. Identifica hechos sociales relevantes que ameriten una opinión periodística b. Analiza los hechos más importantes de la sociedad de manera crítica y reflexiva c. Expresa opiniones dentro de los estándares de la redacción periodística profesional **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Escrito CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Televisivo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Digital CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Acontecer regional, nacional e internacional (a, b) 2. Sociología de la comunicación (a y b) 3. Teoría del periodismo de opinión (a, b y c) 4. Periodismo digital (a, b y c) 5. Principios éticos del comunicador social (a, b y c) 6. Legislación vigente para el ejercicio profesional del comunicador social (a, b y c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO** Redacta textos de periodismo de opinión **DE PRODUCTO** • Una columna en cualquiera de los rangos	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Responsabilidad y compromiso con la sociedad • Diligencia en el proceso de construcción de la noticia • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos	Periodismo de opinión Periodismo digital Antropología y género Periodismo cívico Gestión ambiental y desarrollo sostenible	4.0 3.0 3.0 3.0 5.0	2 1 3 2 3	4 4 2 4	6 5 3 4 7	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios específicos

				• Un artículo firmado en cualquiera de los rangos • Un editorial en cualquiera de los rangos							
	2. Crear productos comunicacionales audiovisuales, aplicando los estándares de calidad nacional	2.1. Planificar y realizar productos audiovisuales efectivos y con responsabilidad social tomando en cuenta los lineamientos de la producción audiovisual profesional	2.1.1. Diseñar y elaborar productos simbólicos para fotografía	**Criterios de desempeño:** a. Observa crítica y creativamente hechos y situaciones noticiosas y cotidianas de la realidad local y regional para exponerlos en un marco informativo y estético, en concordancia con los cánones del fotoperiodismo y el lenguaje fotográfico b. Capta los hechos fotografiables con el uso de instrumentos técnicos y artísticos previamente planificados y validados, según los parámetros de la propaganda y la publicidad **c.** Edita las imágenes obtenidas en ordenadores gráficos para presentarlas según los parámetros del diseño gráfico, acorde a los formatos de impresión y referenciados en la teoría de la imagen **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Fotografía periodística CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Fotografía publicitaria CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Fotografía paisajística CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Fotografía de retrato CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Técnicas y lenguaje de fotografía (a, b y c) 2. La luz, características y propiedades (b) 3. Teoría de la imagen (a, b y c) 4. Historia de los medios de comunicación social (a) 5. Teoría del color (b y c) 6. Técnicas de fotoperiodismo (a, b y c) 7. Técnicas de revelado y manipulación de fotografías (c) 8. Géneros y subgéneros fotográficos (a, b y c) 9. Teoría y estética del retrato fotográfico (a, b y c) 10. Diseño gráfico (c) 11. Teoría de la propaganda y la publicidad (b) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso y sensibilidad social • Respeto al código de ética de la fotografía periodística y publicitaria • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos	Taller de fotografía I Taller de fotografía II Teoría de la imagen Taller de arte y creatividad	4.0 4.0 4.0 3.0	2 2 4 1	4 4 4	6 6 4 5	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios específicos Estudios de especialidad

				1 al 11 **DE DESEMPEÑO** Elabora productos fotográficos usando el lenguaje y la técnica de la fotografía profesional. **DE PRODUCTO** 04 productos, uno por cada rango.							
			2.1.2. Diseñar y producir productos radiales	**Criterios de desempeño:** a. Elabora aspectos de la pre producción radial, tomando en cuenta los códigos éticos del comunicador y siguiendo los procesos de la producción radial en los diferentes géneros b. Registra los audios requeridos, así como las voces indicadas c. Realiza los trabajos de posproducción radial (edición, masterización) tomando en cuenta los lineamientos y reglas de la edición **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Informativos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Dramáticos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Publicidad radial CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Guiones y libretos radiales(a, b y c) 2. Lenguaje radial (a y c) 3. Manejo de software de edición de audio y de emisión de programas radiales (c) 4. Género periodístico radial (formatos)(a, b y c) 5. Género dramático radial (formatos)(a, b y c) 6. Técnicas de locución (a) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO** Realiza formatos y programas radiales **DE PRODUCTO** Realiza formatos y programas radiales	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso y sensibilidad social • Respeto al código de ética y a la Ley de Radio y Televisión 28278 • Respeto a los derechos de las personas involucradas en los hechos noticiosos	Producción radial I Producción radial II Arte escénico y técnicas de elocución	4.0 4.0 3.0	2 2 1	4 4 4	6 6 5	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios de especialidad
			2.1.3. Diseñar y elaborar productos	**Criterios de desempeño:** a. Diseña y elabora los aspectos de la preproducción televisiva (proyecto audiovisual, guiones y locaciones)	**Conceptual** (saber, conocimientos)	Taller de televisión I	4.0	2	4	6	Estudios de especialidad

			simbólicos para televisión	tomando en cuenta los códigos éticos del comunicador y siguiendo los procesos de la producción audiovisual profesional en los diferentes géneros b. Registra los acontecimientos de hechos reales y de ficción considerando las recomendaciones de iluminación y manejo de audio profesional c. Realiza los trabajos de posproducción televisiva (edición, ensamblaje, sonorización, etc.) tomando en cuenta los lineamientos y reglas de la edición **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Programas televisivos CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Documentales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Publicidad radial CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Videos ficcionales CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Teoría de la imagen (a, b y c) 2. Lenguaje audiovisual (a, b y c) 3. Teoría del color (a, b y c) 4. Manejo de cámara (b) 5. Manejo de software de edición de audio y video (c) 6. Sistemas de Iluminación (b) 7. Elaboración de guiones audiovisuales (a) 8. Los géneros televisivos (a y b) 9. Teoría de la publicidad y propaganda (a, b y c) 10. Redacción para audiovisuales (a) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 10 **DE DESEMPEÑO** Realiza productos audiovisuales para televisión. **DE PRODUCTO** 04 productos, uno por cada rango	**Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso y sensibilidad social • Respeto al código de ética de la fotografía periodística y publicitaria • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos noticioso	Taller de televisión II Fundamentos de la producción audiovisual Taller de iluminación Crítica cinematográfica	4.0 3.0 3.0 3.0	2 3 2 2	4 2 2	6 3 4 4	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios de especialidad (electivo) Estudios de especialidad (electivo)
			2.1.4. Diseñar y elaborar productos	**Criterios de desempeño:** a. Reconoce los elementos básicos de los componentes multimedia a través del manejo de conceptos básicos de multimedia	**Conceptual** (saber, conocimientos)	Producción digital	3.0	1	4	5	Estudios de especialidad

			simbólicos para Internet	b. Planifica los productos multimedia tomando en cuenta el tratamiento del texto, sonido, imágenes, video y animación digitales multimedia c. Elabora productos multimedia para ser cargados en las plataformas digitales de las redes interactivas de internet **Rango de aplicación:** CATEGORÍA 1: Internet y redes sociales CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Teoría de la redes sociales (a) 2. Procesos de codificación y digitalización de la información multimedia (b y c) 3. Definición y descripción de elementos multimedia (a y b) 4. Lenguaje multimedia (texto, sonido, imágenes, video y animación) (a, b y c) 5. Manejo de programas de edición gráficos y audiovisuales (c) 6. Estándares de compresión de los formatos gráficos y audiovisuales (b) 7. Propiedad intelectual y derecho de autor (c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO** Elabora productos multimedia para internet **DE PRODUCTO** 5 productos	**Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso y sensibilidad social • Respeto al código de ética de la comunicación social • Respeto de los derechos de las personas involucradas en los hechos	Teoría de la imagen	4.0	4		4	Estudios específicos
		2.2. Gestionar empresas en producción audiovisual, periodística, corporativa y publicitaria, aplicando la teoría general de la administración	2.2.1. Dirigir empresas audiovisuales, periodísticas, corporativas y publicitarias, según teorías de la administración	**Criterios de desempeño:** a. Identifica los tipos y características organizacionales tomando en cuenta las teorías del comportamiento organizacional b. Identifica y analiza las funciones y características de la administración según la teoría general de la administración. c. Analiza las etapas del proceso administrativo como la planificación, organización, dirección y control tomando en cuenta lecturas seleccionadas y ejemplos de casos **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Empresas audiovisuales (radio y TV) CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Empresas del periodismo impreso	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Serenidad y	Administración de empresas en comunicación Marketing y publicidad	3.0 4.0	3 2	4	3 6	Estudios de especialidad Estudios de especialidad

				CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Agencias de publicidad y marketing CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 4: Empresas de producción audiovisual CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 5: Consultoras en comunicación CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Teoría del comportamiento organizacional (a, b y c) 2. Teoría general de la administración (b) 3. Eficiencia y eficacia de gestión empresarial (c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO** Dirige empresas audiovisuales, periodísticas y publicitarias. **DE PRODUCTO** Un plan de dirección de empresa, para cualquiera de los rangos de aplicación	flexibilidad para tomar decisiones • Apertura a la comunicación						
			2.2.2. Diseñar proyectos para la creación de empresas en producción audiovisual, periodística y publicitaria, según técnicas e instrumentos validados en la gestión empresarial	**Criterios de desempeño:** a. Identifica los aspectos del estudio estratégico para la empresa en comunicación siguiendo metodologías de la planeación estratégica b. Cuantifica la información del estudio de mercado, tomando en cuenta los fundamentos básicos del marketing c. Identifica las necesidades de los recursos materiales y humanos para la creación de empresas siguiendo metodologías establecidas en la gestión de empresas. d. Determina los recursos económicos y financieros, mediante la utilización de indicadores de rentabilidad para la empresa privada **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Empresas audiovisuales (radio y TV) CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Empresas del periodismo impreso CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Agencias de publicidad y marketing CLASES:	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Serenidad y flexibilidad para tomar decisiones • Apertura a la comunicación • Liderazgo,	Proyectos de empresas en comunicación	3.0	1	4	5	Estudios específicos

				LUGAR: • CATEGORÍA 4: Empresas de producción audiovisual CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Realidad nacional (económica, política y social) (a) 2. Fundamentos de marketing (b) 3. Teoría administrativa (a, b, c y d) 4. Indicadores de rentabilidad (d)Fundamentos del diseño y la diagramación (c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 4 **DE DESEMPEÑO** Diseña proyectos orientados a crear empresas según el rango de aplicación **DE PRODUCTO** Un proyecto para la creación de una empresa en comunicación, en uno de los rangos de aplicación	motivación y emprendimiento						
	6 Realizar la comunicación en las organizaciones, según los procedimientos establecidos por la teoría de la comunicación organizacional y el código de ética del Colegio de Relacionistas Públicos	3.1. Planificar la promoción de la comunicación interna y externa en las organizaciones para la mejora del clima organizacional y el fortalecimiento de la cultura organizacional	3.1.1. Identificar problemas en la comunicación interna y externa, según el protocolo institucional	**Criterios de desempeño:** a. Diagnostica la situación de la comunicación organizacional b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos sobre la situación de la comunicación en la organización **c.** Propone estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Teoría de las organizaciones (a) 2. Comunicación organizacional (a y c) 3. Comportamiento organizacional (a y b) 4. Clima organizacional (a y c) 5. Cultura organizacional (a y c) 6. Técnicas para diagnosticar la comunicación organizacional (a y c) 7. Métodos, técnicas e instrumentos para la investigación en comunicación organizacional (b y c)	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Lealtad y respeto con la información obtenida de la institución	Comunicación organizacional Opinión pública	3.0 4.0	2 3	2 2	4 5	Estudios de especialidad Estudios específicos

				Evidencias requeridas: **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 7 **DE DESEMPEÑO** Identifica problemas de comunicación organizacional **DE PRODUCTO** Dos informes de la situación de la comunicación organizacional, uno para cada rango de aplicación							
			3.1.2. Diseñar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional	**Criterios de desempeño:** Construye estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización Diseña un proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Comunicación organizacional (a y b) 2. Comportamiento organizacional (a y b) 3. Clima organizacional (a y b) 4. Cultura organizacional (a y b) 5. Construcción de estrategias comunicacionales (b) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 5 **DE DESEMPEÑO** Diseña proyectos de mejoramiento de la comunicación en las organizaciones **DE PRODUCTO** Dos proyectos de comunicación organizacional, uno para cada rango de aplicación	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)	Ética profesional Comunicación organizacional	4.0 3	4 2	2	4 4	Estudios específicos Estudios de especialidad
			3.1.3. Implementar el proyecto de mejoramiento del clima organizacional	**Criterios de desempeño:** a. Elabora y valida sus estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización b. Aplica estrategias para la solución de los problemas de comunicación interna y externa de una organización c. Evalúa la aplicación de las estrategias de comunicación	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad	Seminario de comunicación organizacional	4.0	2	4	6	Estudios de especialidad

			y fortalecimiento de la cultura organizacional	interna y externa de una organización d. Sistematiza y redacta el informe final del proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación Interna CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Comunicación externa CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Comunicación organizacional (a, b y c) 2. Comportamiento organizacional (a, b y c) 3. Clima organizacional (a, b y c) 4. Cultura organizacional (a, b y c) 5. Estrategias comunicacionales (a, b y c) 6. Técnicas de sistematización de la intervención en comunicación organizacional (d) 7. Sofwart SPSS y Atlas ti (d) 8. Sistema internacional de redacción académica APA (d) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 8 **DE DESEMPEÑO** Diseña un proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional **DE PRODUCTO** Un informe de implementación de proyecto de mejoramiento del clima organizacional y fortalecimiento de la cultura organizacional	**Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)						
		3.2. Gestionar el área de comunicación de las organizaciones, según estándares de calidad nacional	3.2.1. Elaborar propuestas de creación del área de comunicación en las organizaciones públicas y privadas	**Criterios de desempeño:** a. Diagnostica la situación de la comunicación en la institución b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos sobre la situación de la comunicación en la institución c. Propone un proyecto de creación de un área de comunicación en la institución **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Institución pública CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Institución privada CLASES: LUGAR:	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales	Administración de empresas en comunicación	3.0	3		3	Estudios de especialidad

				Conocimiento y comprensión esenciales: 1. Comunicación organizacional (a, b y c) 2. Comportamiento organizacional (a, b y c) 3. Clima organizacional (a, b y c) 4. Cultura organizacional (a, b y c) 5. Técnicas para diagnosticar la comunicación organizacional (a y c) 6. Métodos, técnicas e instrumentos para la investigación en comunicación organizacional (a, b y c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 6 **DE DESEMPEÑO** Diseña un proyecto de creación de un área de comunicación en una institución **DE PRODUCTO** Un proyecto de creación de un área de comunicación en uno de los rangos	• Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)						
			3.2.2. Dirigir áreas de comunicación de las organizaciones públicas y privadas	**Criterios de desempeño:** a. Dirige al equipo de trabajo del área de comunicación b. Posiciona el área de comunicación dentro de la institución c. Monitorea el plan operativo anual del área d. Evalúa al equipo de trabajo del área de comunicación e. Evalúa los planes operativos anuales del área de comunicación **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Institución pública CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Institución privada CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Gestión de la comunicación organizacional (a, b y c) 2. Jefatura y liderazgo (a y b) 3. Técnicas de monitoreo y evaluación de la comunicación organizacional. (c, d y e) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO**	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Compromiso con los fines y objetivos institucionales • Respetar las normas institucionales (MOF, ROF, POA)	Administración de empresas en comunicación	3.0	3		3	Estudios de especialidad

				Dirige un área de comunicación en una institución **DE PRODUCTO** Un informe de ejecución del POA de un área de comunicación en uno de los rangos						
	4. Investigar fenómenos de la comunicación social, aplicando la teoría de la comunicación y la sociedad y en base a las líneas de investigación especializada en comunicación local, regional y nacional	4.1. Ejecutar proyectos de investigación en comunicación social, según los estándares de la investigación científica especializada	4.1.1. Identificar el problema de investigación en comunicación social, según el protocolo institucional	**Criterios de desempeño:** a. Identifica fuentes teóricas sobre problemas de investigación en comunicación social b. Identifica problemas de investigación en comunicación social c. Construye y redacta el problema de investigación en comunicación social **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Teorías de la sociedad y la comunicación (a) 2. Teoría de la investigación en comunicación (a) 3. Métodos, técnicas e instrumentos para la identificación de fuentes teóricas en investigación en comunicación social (a y b) 4. Estado de la cuestión en problemas de comunicación social (a y b) 5. Métodos, técnicas e instrumentos para la construcción del problema de investigación en comunicación (c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 5 **DE DESEMPEÑO** Construye y plantea problemas de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO** Un problema de investigación en uno (01) de los rangos	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores.	Teoría social Introducción a las ciencias de la comunicación Teoría de la comunicación I Teoría de la comunicación II Semiótica de la comunicación Metodología de la investigación social I	3.0 4.0 5.0 5.0 3.0 4.0	2 3 4 4 2 3	2 2 2 2 2 2	4 5 6 6 4 5	Estudios específicos Estudios específicos Estudios específicos Estudios específicos Estudios de especialidad Estudios específicos

			4.1.2. Diseñar el proyecto de investigación, según el protocolo institucional	**Criterios de desempeño:** a. Identifica las fases del proceso de investigación en comunicación social b. Justifica y fundamenta la necesidad de ejecutar su proyecto de investigación c. Construye el marco teórico del proyecto de investigación d. Define los objetivos e hipótesis para su proyecto de investigación e. Elige métodos, técnicas e instrumentos para su proyecto de investigación f. Redacta el proyecto de investigación, según el protocolo institucional **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Proceso de investigación en comunicación social (a, b y c) 2. Métodos, técnicas e instrumentos para la realización de un proyecto de investigación en comunicación social (d, e y f) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 2 **DE DESEMPEÑO** Construye un proyecto de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO** Un proyecto de investigación en uno (01) de los rangos	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores	Metodología de la investigación social II Estadística aplicada a la comunicación social Teoría de la comunicación I Teoría de la comunicación II	5.0 3.0 5.0 5.0	2 2 4 4	6 2 2 2	8 4 6 6	Estudios específicos Estudios específicos Estudios específicos Estudios específicos
			4.1.3. Elaborar el informe de investigación, según el protocolo	**Criterios de desempeño:** a. Elabora y valida sus instrumentos para el trabajo de campo b. Realiza el trabajo de campo para acopiar datos, según su proyecto de investigación	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer –	Seminario de tesis	6.0	3	6	9	Estudios específicos

			institucional	c. Realiza el tratamiento de los datos acopiados d. Construye y redacta los informes parciales y el informe final de la investigación realizada **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Ámbito de la **producción** comunicacional CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: Ámbito de los **contenidos** comunicacionales CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 3: Ámbito de la **circulación y consumo** de productos comunicacionales CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Métodos, técnicas e instrumentos para la realización de un proyecto de investigación en comunicación social (a, b y c) 2. Sofwart SPSS y Atlas ti (c y d) 3. Sistema internacional de redacción académica APA (d) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO** Ejecuta el proyecto de investigación en comunicación social **DE PRODUCTO** Dos (02) informes parciales por uno de los rangos Un (01) informe final por un rango	capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas • Honestidad intelectual y respeto a las contribuciones de otros autores						
		4.2. Elaborar planes y guías de intervención e instrumentos para hacer efectiva la comunicación social en las organizaciones y la sociedad, en	4.2.1. Diseñar planes y guías de intervención en comunicación social, para resolver problemas de entendimiento	**Criterios de desempeño:** a. Diagnostica realidades problemáticas comunicacionales b. Construye estrategias comunicacionales de intervención c. Elabora y redacta planes y guías de intervención en comunicación social **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:**	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Respeto al otro desde una visión intercultural	Comunicación y desarrollo Turismo y comunicación Intervención en comunicación para el desarrollo social Metodología	3.0 4.0 5.0 4.0	2 2 3 3	2 4 4 2	4 6 7 5	Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios de especialidad Estudios

		base a las recomendaciones de los estudios científicos		1. Métodos, técnicas e instrumentos para la construcción del problema de investigación en comunicación social (a) 2. Proyectos y planes de intervención en comunicación social (b y c) 3. Construcción de productos educativos comunicacionales (b y c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO** Elabora planes y guías de intervención en comunicación social **DE PRODUCTO** Un plan o guía de intervención en comunicación social en uno (01) de los rangos	• Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas	de la investigación social I Teoría de la comunicación II Derecho internacional humanitario	 5.0 3.0	 4 3	 2 	 6 3	específicos Estudios específicos Estudios de especialidad
			4.2.2. Aplicar planes y guías de intervención en comunicación social, para contribuir a la mejora de las relaciones humanas y sociales	**Criterios de desempeño:** a. Planifica la intervención en realidades problemáticas comunicacionales b. Aplica estrategias comunicacionales de intervención. c. Evalúa procesos de intervención en comunicación social **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Planificación de la intervención en comunicación social (a) 2. Técnicas de intervención en comunicación social (b) 3. La evaluación de necesidades, de procesos y de resultados (c) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 3 **DE DESEMPEÑO** • Aplica planes y guías de intervención en comunicación social • Evalúa la intervención en comunicación social **DE PRODUCTO** Un informe de intervención en comunicación social en uno	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Respeto al otro desde una visión intercultural • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas	Intervención en comunicación para el desarrollo social Comunicación y desarrollo	5.0 3.0	3 2	4 2	7 4	Estudios de especialidad Estudios de especialidad

				(01) de los rangos							
			4.2.3. Sistematizar y difundir los resultados de la implementación de planes y guías de intervención e instrumentos, considerando principios éticos y normas institucionales	**Criterios de desempeño:** a. Acopia información de intervención en comunicación b. Elabora un documento de difusión sobre intervención en comunicación susceptible de ser publicado **Rango de aplicación:** • CATEGORÍA 1: Comunicación para el desarrollo CLASES: LUGAR: • CATEGORÍA 2: **Resolución de conflictos** CLASES: LUGAR: **Conocimiento y comprensión esenciales:** 1. Técnicas de sistematización de la intervención en comunicación social (a) 2. Sistema internacional de redacción académica APA (d) **Evidencias requeridas:** **DE CONOCIMIENTO** Respuesta a preguntas de conocimiento y comprensión del 1 al 2 **DE DESEMPEÑO** Sistematiza una experiencia de intervención en comunicación social **DE PRODUCTO** Un documento de difusión sobre intervención en comunicación social en uno (01) de los rangos	**Conceptual** (saber, conocimientos) **Procedimental** (saber hacer – capacidad **Actitudinal** (saber ser – actitudes): • Respeto al otro desde una visión intercultural • Rigurosidad en el cumplimiento de las tareas investigativas	Intervención en comunicación para el desarrollo social	5.0	3	4	7	Estudios de especialidad

ANEXO E: INFORME DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS MODIFICADO 2004

Antecedentes:

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación se creó en el año de 1994 en base a los términos establecidos por la Ley Universitaria vigente y la propuesta del Consejo Universitario refrendada mediante Resolución Rectoral N° 0842-93 del 2 de diciembre de 1993 y la Resolución Rectoral N° 0385-94 del 31 de mayo de 1994, a partir de entonces fueron aprobados, de acuerdo a norma, dos planes de estudio, el de 1994 y el de 1996, que absorbió al primero. Estos planes de estudio fueron elaborados con el *enfoque de objetivos* y presentaban serias limitaciones: la falta de articulación adecuada con el mercado laboral, conexión precaria entre las asignaturas y el perfil de salida, saturación de lo técnico en las asignaturas y la ausencia de un perfil adecuado de los profesores requeridos por la Escuela.

Entre octubre de 2002 y diciembre de 2003, una comisión integrada por los profesores Giuliana Pantoja Chihuán (presidente), Carlos Infante Yupanqui (miembro), Urbano Muñoz Ruiz (miembro), Doris Corrales Vizcarra (miembro), Félix Cavero García (Miembro) y Jésica Infante (miembro), llevó adelante el proceso de elaboración del Plan de Estudios 2004.

El Plan de Estudios 2004 y el Reglamento de Grados y Títulos de la EP de Ciencias de la Comunicación elaborado fue ratificado con Resolución de Consejo Universitario Nº 249-2004-UNSCH-CU del 27 de abril de 2004, con lo cual se puso en funcionamiento.

La finalidad del nuevo proyecto educativo era superar las limitaciones de la Escuela que se habían venido arrastrando desde los orígenes: infraestructura insuficiente e inadecuada, equipos limitados, falta de profesores y sobre todo de profesores especializados. En parte se logró este propósito, con la construcción de la infraestructura de los talleres de TV, Radio y Fotografía, la adquisición de modernos equipos y la ampliación del número de profesores, que de seis pasó a 13 (aunque 5 de éstos en calidad de jefes de práctica a tiempo parcial).

El Plan de estudios 2004, sin embargo, tenía algunas deficiencias:

a) énfasis en los contenidos (el enfoque utilizado fue el de objetivos como en los planes de estudios anteriores) y
b) elaboración previo un ligero diagnóstico en gabinete de la demanda de la profesión en la región (cuando lo que debió hacerse era un estudio a nivel de la región con participación de los grupos de interés: empleadores, egresados y otros).

No obstante estas limitaciones, este instrumento permitió a la Escuela crecer en cantidad (infraestructura, equipos y profesores), pero no en calidad.

El Plan de Estudios Modificado 2004: virtudes y limitaciones

El Plan de Estudios Modificado 2004 se configura, para superar deficiencias de forma del proyecto educativo de la Escuela. Fue ratificado por Resolución del Consejo Universitario Nº 1149-2010-UNSC-CU.

El aporte más significativo de este nuevo instrumento fue incorporar en el reglamento de grados y título la Submodalidad de titulación por aprobación de ciclo de actualización profesional, al cual permitió implementar el I Ciclo de actualización profesional en Ciencias de la Comunicación entre abril y junio de 2013, con el cual se busca titular a 40 bachilleres de Ciencias de la Comunicación, todos egresados de la Escuela.

Entre las deficiencias, se determinó el excesivo énfasis en los contenidos, expresado en el número desmesurado de asignaturas, con los siguientes detalles:

c) Seis asignaturas obligatorias por semestre académico en la gran mayoría de los semestres (Series 100 I, 100 II, 200 I, 200 II, 300 I, 300 II, 400 I y 400 II). Si se añade las asignaturas electivas y cocurriculares, el estudiante termina llevando como promedio 7 asignaturas por semestre.
d) La concentración de tres seminarios en el semestre académico 500 I.

El resultado es que se nota abrumadora carga conceptual y lectiva para el estudiante, que terminaba agotado. El agravante es que en algunos casos los contenidos se repiten: por ejemplo, Periodismo Especializado I y Periodismo Especializado II duplican los contenidos de Redacción Periodística I, Redacción Periodística II y Redacción Periodística IIII.

Recomendaciones:

Elaborar un currículo de estudios basado en competencias, considerando las capacitaciones en calidad universitaria que desde el 2008 realiza la UNSCH y sin perder de vista las lecciones aprendidas con los currículos anteriores, sobre todo el currículo vigente.

Incorporar en la Comisión de Elaboración de Currículo a los docentes que en el 2011 fueron formados como especialistas en calidad universitaria por expertos de la Asamblea Nacional de Rectores.

Considerar el estudio realizado en la Región el 2012 por la Escuela: *Informe de Estudio de la Demanda Social y de Mercado de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación*.

Ayacucho, 2 de mayo de 2013

Mg. Urbano Muñoz Ruiz

ANEXO F: SISTEMA TUTORIAL DE LA EP DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

I. FINALIDAD: Implementar el Sistema de Tutoría de acuerdo al modelo del CONEAU en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH.

II. OBJETIVO: Implementar el Sistema de Tutoría como una estrategia pedagógica para la formación integral y elevar el nivel académico de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH.

III. GLOSARIO DE TÉRMINOS

3.1 Tutoría Universitaria: Es la acción de intervención formativa destinada al seguimiento de los estudiantes que se ocupa de la información, la formación y orientación personalizada y grupal y que se centra su atención en facilitar la adaptación a la universidad, apoyar el proceso de aprendizaje, mejorar el rendimiento académico, brindar soporte emocional, social y profesional.

Se perfila como uno de los factores necesarios de apoyo y asesoramiento didáctico- curricular y psicopedagógico que favorece la calidad e innovación del aprendizaje, fomenta el desarrollo formativo y profesional de los estudiantes y mejora las relaciones y acciones de acogida, bienestar académico y social entre estos, los profesores y la propia institución.

3.2 Sistema Tutorial Universitario: Es una forma de dar respuesta a la creciente exigencia social sobre los rendimientos y resultados del sistema universitario, consecuencia de una mayor conciencia de los ciudadanos/as, en ese sentido de acción tutorial se articula como un recurso para que los estudiantes puedan recibir una asistencia personalizada para configurar mejor su itinerario formativo y optimizar su rendimiento académico de tal manera que para mejorar la calidad universitaria es pertinente la acción tutorial universitaria.

3.3 Tutoría: Es un acompañamiento al estudiante de carácter personal, académico, social y profesional en su formación integral, el cual tiene por finalidad realizar una orientación sistemática a lo largo de la vida estudiantil para que el estudiante mejore su rendimiento académico, soluciones sus dificultades universitarias y desarrolle una actitud proactiva con capacidad de reflexión crítica y convivencia social.

3.4 Tutor: Es el docente que realiza el acompañamiento tutorial desarrollando contenidos técnicos y científicos de su campo de conocimiento, facilitador del aprendizaje, consejero dando orientaciones certeras y promoviendo la independencia, la autoestima, la resiliencia y la definición e implementación de un proyecto de vida personal.

3.5 Tutorado: Es un estudiante dinámico de aprendizaje, con un gran interés de crecer, desarrollarse académica y profesionalmente**.**

3.6 Modalidades de la Tutoría

Tutoría Individual: En función a sus características y necesidades particulares y es solicitada por el estudiante, la cual se realiza mediante una entrevista**.**
Tutoría grupal: Definidos por criterios de agrupación, se orienta a abrir un espacio de comunicación, conversación e intercambio grupal en el cual se revisan y discuten temas que sean de su interés, inquietud y preocupación**.**
Tutoría virtual: Se realiza a distancia mediante la utilización de redes sociales.

IV. BASE LEGAL:

a) Ley Universitaria N° 30220
b) Estatuto Universitario de la UNSCH

c) Reglamento General- UNSCH
d) Ley del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (Ley N°28740)
e) Plan Estratégico Institucional 2007-2011 y Currículos de Estudios de las escuelas profesionales
f) Proyecto Educativo Nacional al 2021, propuesto por el Consejo Nacional de Educación, aprobado por Resolución Suprema N° 001-2007 ED.
g) Proyecto Tunning para Europa y América Latina
h) Reglamento de Implementación del Sistema de Tutoría – UNSCH
i) Directiva N° 01-2010-VRAC-UNSCH Lineamientos para la Construcción del Currículo por Competencias
j) Directiva N° 004-2013-VRAC-UNSCH

V. AMBITO DE APLICACIÓN: La totalidad de estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH, desde la serie 100 hasta la serie 500.

VI. PRINCIPIOS DE LA TUTORIA: La tutoría en la E.P de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH debe estar enmarcado en los principios de calidad, equidad, inclusión, el trabajo en equipo y la responsabilidad social.

VII. ENFOQUE DE LA TUTORIA: La tutoría en la E.P de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH debe tener un enfoque en desarrollar la madurez emocional y la autorregulación, pensamiento crítico, autodeterminación, el pensamiento innovador, convivencia en la interculturalidad y el compromiso social.

VIII. ACTIVIDADES DE LA ACCION TUTORIAL:

Elaboración del perfil académico, familiar y social
Elaboración del plan tutorial personalizado
Orientación en la matricula
Acompañamiento en el área personal, académico, social y profesional.
Planteamiento de estrategias tutoriales
Evaluación del Sistema Tutorial
Presentación de Informes de la Acción Tutorial

IX. INDICADORES DE CALIDAD: En base al modelo de calidad para la acreditación de carreras universitarias con sus indicadores.

X. GESTION:

Presentar el Proyecto de Implementación del Sistema Tutorial en la E.P. de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH
Presentar el plan de Acción Tutorial
Pedir la reestructuración de la Comisión de Tutoría
Ejecución del Proyecto
Al finalizar el semestre Académico 2015-II se evaluará el Sistema Tutorial
Plantear el Plan de Mejora para el siguiente semestre del Sistema Tutorial
Los tutores deben de presentar el informe de la actividad tutorial de semestre a la comisión de Tutoría de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH y la Comisión presentara un informe consolidado a la Comisión Central de Tutoría para su evaluación y certificación.

PLAN DE ACCION TUTORIAL

ESTRATEGIAS

DESIGNACION DE TUTORES

Criterios:

Participación voluntaria del docente.
Deseo y ganas de apoyar y orientar al estudiante en su formación profesional.
Participar en capacitaciones para el fortalecimiento de su labor tutorial.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Implementar el Sistema de Tutoría como una estrategia pedagógica para la formación integral y elevar el nivel académico de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH

Objetivos Específicos:

Contribuir a mejorar su rendimiento académico.
Orientar al estudiante de la serie 100 en su adaptación a la vida universitaria.
Fortalecer las habilidades personales, sociales y profesionales de los estudiantes de serie 100.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

1. Presentación de la Implementación del Sistema Tutorial en la E.P. de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH
2. Charla de inducción sobre Tutoría Universitaria dirigido a los Docentes y Estudiantes
3. Lanzamiento de la Implementación del Sistema Tutorial en la E.P. de Ciencias de la Comunicación de la UNSCH
4. Creación de una página en Facebook
5. Publicación de los grupos de Tutoría.
6. Primera reunión de trabajo con los tutores de la Acción Tutorial
7. Reuniones mensuales
8. Presentación del informe semestral
9. Reunión de evaluación

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Nº	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	FECHA Y LUGAR
1	Presentación de Sistema Tutorial de la EP de Ciencias de la Comunicación	Comisión de Tutoría de la EP Ciencias de la Comunicación	
2	Charla de inducción sobre Tutoría Universitaria dirigido a los Docentes	Comisión Central de Tutoría de la UNSCH	
3	Charla de inducción sobre Tutoría Universitaria dirigido a los estudiantes	Comisión de Tutoría de la EP	
4	Lanzamiento de la Implementación del Sistema Tutorial en la EP	Comisión de Tutoría de la EP Director de Escuela	
5	Creación de una página en Facebook	Comisión de Tutoría de la EP	
6	Publicación de los grupos de Tutoría	Presidenta de la Comisión de Tutoría de la EP	
7	Primera reunión de trabajo con los tutores de la Acción Tutorial	Comisión de Tutoría de la EP	
8	Reuniones mensuales	Comisión de Tutoría de la EP	
9	Presentación del informe semestral	Comisión de Tutoría de la EP	

10	Reunión de evaluación	Comisión de Tutoría de la EP	
11	Presentación del Informe Final a la Comisión Central de Tutoría de la UNSCH	Comisión de Tutoría de la EP	

INSTRUMENTOS DE GESTIÓN
Formato de ficha socio económico
Formato de tutoría individual
Formato de tutoría grupal
Formato de informe semestral
Formato de evaluación a tutores
Visita a la página de Facebook

CRITERIOS DE EVALUACION DEL SISTEMA TUTORIAL:
Registro de asistencia a Tutorías individuales, grupales y virtuales.
Rendimiento académico.

PRESUPUESTO:
VRAC
OGA
FCS
EFP.Cs.Cc.
Centro de Estudiantes de la EFP Cs. de la Cc.
Centro Federado de la Facultad de Ciencias Sociales

ANEXO G: REGLAMENTO DE PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

GENERALIDADES

Art. 1º Sub área de Prácticas pre-profesionales de la E.P. de Ciencias de la Comunicación se divide en los ámbitos: Intrainstitucionales y Extrainstitucionales. Las Prácticas pre-profesionales Intrainstitucionales se desarrollan durante los primeros semestres de la carrera en la Universidad, de manera paralela a los estudios; las Prácticas pre-profesionales Extrainstitucionales, fuera de la Universidad y durante los semestres finales.

DE LA DEFINICIÓN:

Art. 2º Las Prácticas pre-profesionales Intrainstitucionales son actividades de entrenamiento profesional integral, guiadas por las asignaturas CC 280 Periodismo informativo, CC 381 Periodismo interpretativo, CC 385 Producción radial I, CC 384 Producción radial II y CC 386 Taller de fotografía II, que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación realizan durante los semestres IV, V y VI en el interior de la Universidad, paralelamente a sus estudios.

Art. 3º Las Prácticas pre-profesionales Extrainstitucionales son actividades de entrenamiento profesional integral bajo la forma de pasantías orientadas a generar aprendizajes a partir de las vivencias en el centro de práctica con el asesoramiento del personal de planta. Están guiadas por las asignaturas CC 483 Seminario de comunicación organizacional, CC 485 Taller de televisión I, CC 482 Marketing y publicidad, CC 484 Taller de televisión II, CC 581 Periodismo digital y CC 582 Intervención en comunicación para el desarrollo Social (en función a las

menciones correspondientes). Estas prácticas las realizan los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, paralelamente a sus estudios, durante los semestres VII, VIII, IX y X fuera de la Universidad, en empresas periodísticas e instituciones públicas y privadas con áreas de comunicaciones u oficinas vinculadas al ejercicio de la comunicación organizacional.

DE LOS OBJETIVOS

Art. 4º El sub área de las Prácticas pre - profesionales Intrainstitucionales propone el desempeño del estudiante en el ejercicio periodístico y la producción en radio, fotografía y televisión.

Art. 5º El sub área de las Prácticas pre - profesionales Extrainstitucionales propone el desempeño integral del estudiante en el ejercicio profesional de la comunicación.

DE LOS CENTROS DE PRÁCTICA

Art. 6º Constituyen centros de práctica intrainstitucional de los estudiantes, los diversos órganos de difusión informativa (periódicos murales, boletines, revistas, espacios radiales y televisivos) con que cuentan las unidades académicas y administrativas de la UNSCH.

Art. 7º Constituye centros de práctica extrainstitucional de los estudiantes, las empresas periodísticas (emisoras radiales, televisivas y medios escritos: diarios y revistas) e instituciones públicas (Gobierno Regional, direcciones desconcentradas de los ministerios, municipalidades provinciales, municipalidades distritales) y privadas (ONGs y empresas de publicidad) que cuentan con el área de comunicaciones y oficinas de relaciones públicas.

DE LOS REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS

Art. 8º La adscripción al Área de prácticas preprofesionales de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación se realiza inmediatamente después de finalizado el periodo de matrículas del Semestre académico IV. Para adscribirse, el alumno deberá haber aprobado el 90 % del total de asignaturas de los tres primeros semestres de la carrera y estar matriculado en el Semestre IV.

Art. 9º El alumno solicita su adscripción al Área de prácticas preprofesionales en documento dirigido al Director de la Escuela y, al ser aceptada la solicitud, el Director le designa un docente asesor, el cual acompañará al alumno hasta su emisión del Informe final de prácticas preprofesionales.

Art. 10º El alumno practicante será acreditado por un documento formal de la Dirección de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, ante el medio de comunicación o institución, para su desempeño en la práctica.

Art. 11º El alumno practicante, para la realización de la Práctica Pre Profesional, elabora en coordinación con el docente asesor, el Plan de Actividades de la práctica durante el semestre correspondiente. El Plan deberá ser aprobado por el docente asesor en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles.

Art. 12º El jefe inmediato del practicante asignado por la institución, sobre todo en el caso de que las prácticas sean extrainstitucionales, será periódicamente consultado por el docente asesor sobre la labor del practicante y su opinión será tomada en cuenta para la evaluación final de este.

Art. 13º La práctica pre-profesional intrainstitucional tendrá una duración mínima de 36 semanas calendario (12 semanas por cada semestre académico); el cual será supervisado permanentemente por el docente asesor, quien orientará al practicante en la sistematización permanente de los resultados de sus prácticas.

Art. 14º La práctica pre-profesional extrainstitucional tendrá una duración mínima de 48 semanas calendario (12 semanas por cada semestre académico), el mismo que será supervisado por el docente asesor.

Art. 15º Requisitos para que el docente asesor autorice a un alumno el comienzo de la práctica pre-profesional extrainstitucional son: a) el alumno está matriculado en el octavo semestre académico y b) el alumno acredita haber participado en no menos de **15** conferencias a lo largo de los semestres anteriores, gran parte de las cuales serán patrocinadas y organizadas por la Escuela.

Art. 16º El practicante deberá cumplir las comisiones que se le asignan y adecuarse a los horarios o rutinas que se le señalen. Deberá obtener una copia de todos los textos que trabaje para archivarlos en un fólder que será revisado periódicamente por el docente asesor.

Art. 17º Al finalizar la práctica, el medio de comunicación o institución externa deberá extender una constancia al estudiante, que acredite el tiempo de duración de la práctica y el número de horas, asimismo, remitirá a la Dirección de la Escuela la calificación en forma lacrada.

Art. 18º Las prácticas pre-profesionales extrainstitucionales culminan dos semanas antes de la finalización del Semestre académico X, en seguida el alumno elaborará un (01) ejemplar del Informe final de las prácticas preprofesionales en un plazo no mayor de 7 (siete) días calendarios y lo presentará al docente asesor, para su evaluación y emisión del dictamen respectivo. El Informe final dará cuenta de la totalidad de las prácticas preprofesionales intrainstitucionales y extrainstitucionales realizadas por el alumno, además de tener entre sus anexos las constancias o certificados de haber asistido a por lo menos **20** conferencias de la especialidad durante los cinco años de estudios del alumno.

Art. 19º Adjunto al dictamen favorable del docente asesor, el Informe final será presentado a la Dirección de la Escuela para su evaluación, aprobación y pase a exposición.

DE LA EVALUACIÓN Y EXPOSICIÓN

Art. 20º El Informe final de las prácticas preprofesionales para efectos académicos tendrá en consideración cuatro aspectos básicos:

a. Cultura y conocimientos generales de la comunicación: equivale a 5 puntos.

b. Aplicación eficiente de las técnicas periodísticas: equivale a 5 puntos.
c. Formulación y ejecución de proyectos en comunicación: equivale a 5 puntos.
d. Iniciativa y responsabilidad: equivale a 5 puntos.

La evaluación de las prácticas pre profesionales del estudiante estará a cargo del docente asesor, quien deberá emitir el dictamen correspondiente a la Dirección de la Escuela en un plazo no mayor de 5 (cinco) días calendarios.

Art. 21º La Dirección de la escuela designará un (01) profesor informante para evaluar el Informe final de prácticas preprofesionales del alumno debiendo emitir en un plazo no mayor a los 5 días hábiles el dictamen correspondiente. De ser favorable el dictamen, la Dirección, en coordinación con el docente asesor, programará fecha, hora y lugar para la sustentación del Informe final. De ser observado el informe, este deberá ser corregido y presentado nuevamente siguiendo el mismo procedimiento anterior.

Art. 22º La sustentación será en acto público ante una comisión presidida por el Director de la escuela e integrada por el profesor informante y el docente asesor.

Art. 23º Culminado la sustentación, el Director de Escuela emitirá una constancia señalando que el estudiante ha concluido satisfactoriamente sus prácticas preprofesionales. Dicha constancia tiene el siguiente creditaje.

Práctica preprofesional intrainstitucional:		1 crédito
Práctica preprofesional extrainstitucional:		2 créditos
Total	:	3 créditos

DEL DOCENTE ASESOR

Art. 24º El docente asesor es designado por la Dirección de la Escuela entre los profesores auxiliares, asociados y principales, con regímenes de tiempo completo y dedicación exclusiva.

Art. 25º. Para su labor de asesoramiento de las prácticas preprofesionales, el docente asesor empleará 5 (cinco) horas semanales del total de diez horas dedicadas a la atención a los estudiantes.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EVALUACIÓN DE PRÁCTICA PREPROFESIONAL INTRAINSTITUCIONAL

ESTUDIANTE: ……..
CODIGO DE ESTUDIANTE: ……
DOCENTE ASESOR: ……..

SEMESTRE IV

ASIGNATURA		PRESENTAC. DE INFORME (5 PUNTOS)	CONTENIDO DE INFORME (3 PUNTOS)	PRESENTAC. DE PRODUCTOS (10 PUNTOS)	ANEXOS (2 PUNTOS)
SIGLA					
HORAS					

VALORACIÓN:	A: EXCELENTE 100%	B: BUENO 75%	C: REGULAR 50%	D: MALO 25%	E: PÉSIMO MAL 0%

PUNTAJE OBTENIDO [ ]

……..……
FIRMA DEL DOCENTE
ASESOR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EVALUACION DE PRÁCTICA PREPROFESIONAL EXTRAINSTITUCIONAL

I. DATOS GENERALES

Practicante: .....

Período de Evaluación: del ..... al .....

Razón Social de la institución o empresa:.....

Dirección: .....Teléf.: .....

Persona que califica. Nombre: .....

Cargo: .....

Lugar de Práctica (Oficina): .....

Tareas principales asignadas:

1.....

2.....

3.....

4.....

5.....

INSTRUCCIONES PARA LA EVALUACION

Le agradeceré se sirva evaluar al practicante, colocando en la columna de calificación el puntaje correspondiente. Tome en cuenta la siguiente escala:

- Deficiente : (0), (0,1), (0,2), (0,3), (0,4) y (0,5)
- Regular: (0,6) y (0,7)
- Eficiente : (0,8) y (0,9)
- Muy eficiente: (1.0)

II. CRITERIOS PARA LA EVALUACION:

A. ASPECTO COGNITIVO	CALIF
1. Demuestra dominio teórico sobre el campo de sus prácticas	
2. Relaciona lo teórico con lo práctico	
3. Presenta propuestas, planes y proyectos	
4. Participa en programas o cursos de capacitación	
5. Identifica los objetivos de la entidad	

C. ASPECTO ACTITUDINAL	CALIF.
11. Coopera con la conservación y mantenimiento de equipos	
12. Es puntual a la hora de llegar al trabajo.	
13. Es disciplinado en la realización de tareas.	
14. Muestra interés por aprender cosas nuevas.	
15. Comparte sus conocimiento y	

B. ASPECTO APTITUDINAL	**CALIF.**
6. Realiza con rapidez y eficiencia su trabajo.	
7. Tiene iniciativa y seriedad en el trabajo	
8. Planifica y programa su trabajo	
9. Toma decisiones en el desempeño de las funciones asignadas.	
10. Presenta los trabajos con mucho cuidado y calidad.	

experiencias	
D. ASPECTO APTITUDINAL	**CALIF.**
16. Se comunica con fluidez y propiedad.	
17. Demuestra seguridad y habilidad en el trabajo.	
18. Tiene manifestaciones de cortesía y buen trato.	
19. Comprende y presta atención a las indicaciones que se le hace	
20. Usa adecuadamente los equipos que se le asigna.	

TOTAL PUNTAJE: ( )

Fecha…….

Firma y sello del Representante de la Entidad

NOTA: La presente hoja de Evaluación será devuelta en sobre lacrado junto con la Constancia de Práctica Profesional que le otorgue la institución o empresa al *practicante.*

FICHA DE EVALUACIÓN DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES

NOMBRE DEL EXPOSITOR:……..…….

ENTIDAD DE Prácticas PRE PROFESIONALES:……

1. ORGANIZACIÓN DE LA EXPOSICIÓN				
Exposición de ideas	Bien estructurada y ordenada (1.0)	Aceptable, con algunas deficiencias (0.5)	Desorganizada (0.0)	
Expone el diagnóstico y problemas de la entidad, señala la estrategia que empleó para resolverlos e indica resultados obtenidos	Sí (3.0)	Poco claro (1.5)	No (0)	
Capacidad de síntesis. Se han seleccionado aspectos relevantes	Mucha (1.0)	Bastante (0.5)	Poca (0)	
Maneja con propiedad las categorías y conceptos teóricos	Sí (2.0)	En parte (1.0)	No (0)	
Puntuación propuesta: 7.0		Puntuación obtenida:		

2. PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS				
Presenta productos comunicacionales	Bien elaborados (2.0)	Con algunas deficiencias (1.0)	No presenta (0.0)	
Presenta productos para distintos tipos de medio	Sí (2.0)	Para algunos medios (1.0)	Para ninguno (0)	
Los productos encuadran en las estrategias	Sí, existe una relación lógica (2.0)	Sí, pero no se observa una relación lógica (1.0)	No (0)	
Puntuación propuesto: 6.0		Puntuación obtenida:		

3. EJECUCIÓN Y PRESENTACIÓN DE PROYECTOS				
Presenta productos comunicacionales	Presenta varios proyectos en comunicación (2.0)	Presenta solo 1 (1.0)	No presenta (0.0)	
Presenta resultados de la	Sí (3.0)	Parcialmente (1.5)	No (0)	

ejecución de proyectos				
Los proyectos encuadran en las estrategias	Sí, existe una relación lógica (2.0)	Sí, pero no se observa una relación lógica (1.0)	No (0)	
Puntuación propuesto: 7.0		Puntuación obtenida:		

Observaciones:

Puntaje final: ……

…… ……..…..…….……

DIRECTOR DE ESCUELA NOMBRE Y FIRMA DE DOCENTE ASESOR

……..

NOMBRE Y FIRMA DE DOCENTE INFORMANTE