



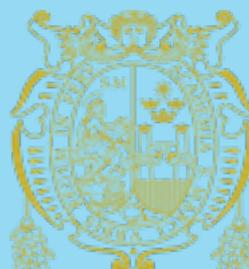
UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS  
Universidad del Perú, Decana de América  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas

# ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Periodismo - Audiovisuales - Comunicación Organizacional



## PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2018-2021



## UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

**Dr. Orestes Cachay Boza**

Rector

**Dra. Elizabeth Canales Aybar**

Vicerrectora Académica de Pregrado

**Dr. Felipe Antonio San Martín Howard**

Vicerrector de Investigación y Posgrado

**Mg. José Carlos Ballón Vargas**

Decano de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas

**Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón**

Directora de la Escuela Profesional de Comunicación Social

**Lic. Raúl Fernando Zevallos Ortiz**

Director del Departamento Académico de Comunicación Social

### **Miembros del Comité de Calidad**

Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón (Presidenta)  
Mg. Pedro Lovatón Sarco  
Mg. José Ángel Paz Delgado  
Mg. Luis Alberto Cumpa Gonzáles  
Lic. Franz Portugal Bernedo  
Mg. Paul Munguía Becerra (Graduado)  
Estudiante Cristina Amalia Alvarado Ortiz  
Estudiante Milagros Selene Requena Calderón  
Víctor Antay Gavilán (administrativo)  
Natividad Huicho (administrativa)

### **Miembros del Equipo Técnico del Plan Estratégico Institucional de la Escuela Profesional de Comunicación Social 2018-2021:**

Docentes:

Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón  
Mg. Pedro Lovatón Sarco  
Lic. Raúl Fernando Zevallos Ortiz  
Mg. José Ángel Paz Delgado  
Mg. Luis Alberto Cumpa Gonzáles  
Lic. Franz Portugal Bernedo  
Mg. Lisabel Doris Cabrera Vargas

Graduado:

Mg. Paul Munguía Becerra

Estudiantes:

Kevin Jhosijara Purisaca Moquillaza  
Fátima Saribel Cotrina Dávila  
Alexandro Jesús Quispe Díaz

Administrativos:

Víctor Antay Gavilán  
Natividad Huicho

Escuela Profesional de Comunicación Social  
Calle Germán Amézaga N° 375, Lima 1  
Teléfono: 619-7000 anexo 2820  
Dirección URL: <http://letras.unmsm.edu.pe/>  
Facebook: @comunicacionsanmarcos

## ÍNDICE

Presentación	3
Visión	6
Misión	6
Valores y principios	6
Objetivos estratégicos	7
Acciones estratégicas e indicadores	8
Anexo	16
Plana Docente	19

## PRESENTACIÓN



La Escuela Profesional de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, forma profesionales en las especialidades de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Comunicación Organizacional. En la actualidad, somos una comunidad académica integrante de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, conformada por 23 docentes, 500 estudiantes, personal administrativo y graduados de varias promociones.

Por primera vez en su historia, la Escuela Profesional de Comunicación Social, fundada en 1947, pone al servicio de toda la comunidad académica, el primer Plan Estratégico Institucional. Lo que no se planifica se improvisa, por ello, en esta oportunidad nuestro horizonte de la planeación tiene una visión a mediano plazo, pues, su proyección corresponde al papel que la Escuela tratará de cumplir en el contexto del Bicentenario de la República y de la sociedad del conocimiento.

La elaboración del presente Plan Estratégico Institucional (PEI) 2018–2021, estuvo a cargo de la Dirección de la Escuela Profesional de Comunicación Social, del Comité de Calidad constituido por docentes, estudiantes, graduados y personal administrativo (Resolución Rectoral n° 01163-R-18 del 12 de marzo del 2018), y de un equipo técnico al que se sumaron tres estudiantes del último año de la especialidad de Comunicación Organizacional.

Cada uno de los aspectos del PEI 2018-2021, se ha trabajado de acuerdo con los lineamientos establecidos en la Directiva n° 001-2017-OGPL "Directiva para la formulación y evaluación de Planes Estratégicos de Facultades de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos". También, están alineados con los planes estratégicos institucionales vigentes, tanto de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas como de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). Su marco legal se fundamenta en la Ley Universitaria n° 30220, Estatuto de la UNMSM y en la Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria.

El Plan Estratégico Institucional de la Escuela Profesional de Comunicación Social 2018-2021, responde a las expectativas de desarrollo integral acorde con la gestión de la UNMSM, que gira en torno a cuatro ejes fundamentales:

- a) Formación académica, que busca formar comunicadores referentes en su disciplina, críticos, innovadores, éticos y comprometidos socialmente.
- b) Investigación e innovación, para generar e incrementar la producción de conocimiento humanístico, científico y tecnológico en la disciplina de la comunicación que plantee soluciones a los problemas de la sociedad.
- c) Responsabilidad Social Universitaria que nos llevará a implementar acciones estratégicas con enfoque comunicacional, vinculadas con las demandas de la comunidad universitaria y la sociedad.
- d) Gestión institucional que permitirá fortalecer la gestión y cultura institucional, garantizando el manejo eficiente de los procesos de la Escuela y el Departamento Académico.

La formulación del PEI 2018-2021, surgió como parte de la dinámica del proceso de autoevaluación con fines de mejora de la calidad educativa y la acreditación nacional. Ante la necesidad de que la Escuela Profesional de Comunicación Social cuente con una herramienta de gestión, los miembros del Comité de Calidad generaron un espacio de debate institucional que permitió el intercambio de ideas y la concertación para realizar el diagnóstico de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), definir la visión, misión, objetivos, acciones estratégicas, indicadores y metas que se planean lograr en los próximos años.

Esta acción institucional contó con la participación de docentes, estudiantes, administrativos y graduados en una serie de sesiones de trabajo realizadas a lo largo del periodo comprendido entre noviembre del 2017 y julio del 2018. Asimismo, para la aprobación de este documento de gestión se hizo una convocatoria abierta a todos los miembros de la comunidad académica, más a los grupos de interés. Aquí, se ha puesto en debate la propuesta de cada uno de los puntos del PEI 2018-2021 y se alcanzaron acuerdos y compromisos conjuntos.

La Escuela Profesional de Comunicación Social se compromete a que la difusión, implementación, seguimiento y evaluación de los objetivos y metas propuestas en este PEI 2018-2021 mantenga el carácter participativo de todos sus miembros para lograr los resultados e ideales señalados en este primer plan estratégico institucional.

Finalmente, quisiera reconocer y agradecer a todo el Equipo Técnico del Plan Estratégico Institucional de la Escuela Profesional de Comunicación Social 2018-2021, en especial a nuestro graduado y estudiantes miembros de dicho equipo, quienes pusieron todo su compromiso y esfuerzo para que este documento salga a la luz.

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón  
Directora de la Escuela Profesional  
de Comunicación Social

## Visión

Ser una Escuela referente, reconocida por desarrollar espacios de investigación, debate, creación y reflexión para generar conocimientos y proponer soluciones a los problemas de la sociedad desde el campo de la comunicación social.

## Misión

Somos una comunidad académica que forma comunicadores con sentido crítico, creativo y humanista; nuestro propósito es la búsqueda de la verdad, la práctica de valores, la promoción de la diversidad cultural, la investigación de la comunicación social y el ejercicio profesional ético y eficaz, para contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

## Valores y principios

Los valores y principios compartidos por la Escuela Profesional de Comunicación Social siguen la línea establecida por la Universidad y ratificados por la Facultad de Letras y Ciencias Humanas en su Plan Estratégico.

### Valores

Ética, Veracidad, Tolerancia, Equidad, Justicia, Solidaridad, Responsabilidad, Integridad, Dignidad, Respeto, Libertad.

### Principios

Excelencia, Transparencia, Democracia, Participación, Convivencia.



## OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

### Objetivo 1

Formar comunicadores referentes en su disciplina, críticos, innovadores, éticos y comprometidos socialmente.

### Objetivo 2

Generar e incrementar la producción de conocimiento humanístico, científico y tecnológico en la disciplina de la comunicación que plantee soluciones a los problemas de la sociedad.

### Objetivo 3

Implementar acciones de Responsabilidad Social Universitaria con enfoque comunicacional, vinculadas con las demandas de la comunidad universitaria y la sociedad.

### Objetivo 4

Fortalecer la gestión y cultura institucional, garantizando el manejo eficiente de los procesos de la Escuela y el Departamento.



## ACCIONES ESTRATÉGICAS E INDICADORES

### **Objetivo 1**

Formar comunicadores referente en su disciplina, críticos, innovadores, éticos y comprometidos socialmente.

### **Acciones Institucionales del Objetivo 1**

#### **1.1. Currículo actualizado, diversificado y basado en la formación por competencias**

##### **Indicadores**

- Número de jornadas curriculares.
- Número de actualizaciones curriculares.

##### **Metas al 2021**

- Una jornada curricular por año.
- Currículo actualizado, diversificado y basado en la formación por competencias.

#### **1.2. Proceso de enseñanza-aprendizaje integral basado en la formación por competencias**

##### **Indicadores**

- Porcentaje aprobatorio en la evaluación de desempeño docente.
- Porcentaje de sílabos actualizados con el enfoque por competencias.
- Porcentaje de desarrollo de la programación de los sílabos de las asignaturas.

##### **Metas al 2021**

- 80 % de docentes aprobados en la Evaluación de Desempeño Docente.
- 100 % de los sílabos actualizados con el enfoque por competencias.
- 100 % de desarrollo de la programación de los sílabos de las asignaturas.

#### **1.3. Programa de tutoría académica para los estudiantes**

##### **Indicadores**

- Porcentaje de estudiantes participantes del programa de tutoría.
- Porcentaje de estudiantes participantes del programa de tutoría que mejoran su rendimiento académico.

### Metas al 2021

- 20 % de estudiantes participantes del programa de tutoría académica.
- 60 % de estudiantes participantes del programa de tutoría que mejoren su rendimiento académico.

## 1.4. Proceso de acreditación nacional de la EP de Comunicación Social

### Indicador

- Ejecución de la autoevaluación y evaluación externa.

### Meta al 2021

- Acreditación nacional.

## 1.5. Promoción de la movilidad nacional e internacional de docentes y estudiantes

### Indicadores

- Porcentaje de docentes que realizan movilidad nacional.
- Porcentaje de docentes que realizan movilidad internacional.
- Número de docentes visitantes nacionales e internacionales.
- Número de estudiantes visitantes nacionales e internacionales.
- Porcentaje de estudiantes que realizan movilidad nacional.
- Porcentaje de estudiantes que realizan movilidad internacional.

### Metas al 2021

- 50 % de docentes que realizan movilidad nacional.
- 30 % de docentes que realizan movilidad internacional.
- 4 docentes visitantes nacionales e internacionales.
- 20 estudiantes visitantes nacionales e internacionales.
- 20 % de estudiantes que realizan movilidad nacional.
- 10 % de estudiantes que realizan movilidad internacional.



## Objetivo 2

Generar e incrementar la producción de conocimiento humanístico, científico y tecnológico en la disciplina de la comunicación que plantee soluciones a los problemas de la sociedad.

### Acciones Institucionales del Objetivo 2

#### 2.1. Programa de fortalecimiento de capacidades de investigación e innovación para docentes

##### Indicador

- Número de docentes que participan en el programa.

##### Meta al 2021

- 25 docentes participantes.

#### 2.2. Líneas de investigación, innovación y desarrollo vinculadas a la sociedad

##### Indicadores

- Porcentaje de proyectos de investigación ejecutados por docentes, que desarrollan las líneas de investigación.
- Porcentaje de tesis sustentadas que desarrollan las líneas de investigación.

##### Metas al 2021

- 80 % de proyectos de investigación ejecutados desarrollan las líneas de investigación.
- 75 % de tesis sustentadas desarrollan las líneas de investigación.

#### 2.3. Redes de investigación nacionales e internacionales

##### Indicadores

- Número de redes nacionales de investigación en las que participa la EP.
- Número de redes internacionales de investigación en las que participa la EP.

##### Metas al 2021

- Dos redes nacionales de investigación en las que participa la EP.
- Dos redes internacionales de investigación en las que participa la EP.

## 2.4. Producción de conocimiento humanístico, científico y tecnológico que responda a las necesidades de la sociedad

### Indicadores

- Número de artículos en revistas indexadas de autoría docente.
- Número de ediciones de la revista Comunicación publicadas.
- Número de libros de comunicación publicados por docentes.
- Porcentaje de egresados con tesis de bachiller sustentadas.
- Número de tesis de licenciatura sustentadas.
- Número de ponencias o conferencias presentadas en eventos académicos nacionales e internacionales.
- Número de productos audiovisuales premiados o reconocidos en espacios nacionales e internacionales.
- Número de proyectos de comunicación orientados a la generación de conocimiento.

### Metas al 2021

- 40 artículos publicados en revistas indexadas de autoría docente.
- 6 números de la revista Comunicación.
- 6 libros/compilaciones de comunicación publicados por docentes.
- 80 % de egresados con tesis de bachiller sustentadas anualmente.
- 15 tesis de licenciatura sustentadas anuales.
- 12 ponencias o conferencias presentadas en eventos académicos nacionales e internacionales anualmente.
- 4 productos audiovisuales premiados.
- 3 proyectos de comunicación orientados a la generación de conocimiento.



### **Objetivo 3**

Implementar acciones de Responsabilidad Social Universitaria con enfoque comunicacional, vinculadas con las demandas de la comunidad universitaria y la sociedad.

## **Acciones Institucionales del Objetivo 3**

### **3.1. Redes de responsabilidad social con enfoque comunicacional focalizados para su vinculación con la sociedad**

#### **Indicador**

- Número de redes de responsabilidad social con enfoque comunicacional implementados.

#### **Meta al 2021**

- Dos redes de responsabilidad social con enfoque comunicacional implementados.

### **3.2. Proyectos sostenibles de desarrollo, innovación y emprendimiento social**

#### **Indicador**

- Número de proyectos de desarrollo, innovación y emprendimiento social ejecutados.

#### **Meta al 2021**

- Dos proyectos de desarrollo, innovación y emprendimiento social ejecutados.

### **3.3. Programas de responsabilidad social con enfoque comunicacional hacia la comunidad universitaria**

#### **Indicador**

- Número de programas de RSU desde la comunicación hacia la comunidad sanmarquina.

#### **Meta al 2021**

- Dos programas de RSU desde la comunicación hacia la comunidad sanmarquina.

### 3.4. Consultoría profesional y asistencia técnica en comunicación para mejorar la competitividad de las unidades académico-administrativas de la universidad.

#### Indicador

- Número de unidades académico-administrativas beneficiadas con la consultoría profesional y asistencia técnica.

#### Meta al 2021

- Diez unidades académico-administrativas beneficiadas con la consultoría profesional y asistencia técnica.

### 3.5. Propuestas de comunicación de incidencia en la agenda pública

#### Indicador

- Número de propuestas de comunicación de incidencia en la agenda pública.

#### Meta al 2021

- 9 propuestas de comunicación de incidencia en la agenda pública.



## **Objetivo 4**

Fortalecer la gestión y cultura institucional, garantizando el manejo eficiente de los procesos de la Escuela y el Departamento.

### **Acciones Institucionales del Objetivo 4**

#### **4.1. Implementación de la política de modernización de la gestión pública mediante el rediseño de procesos administrativos y académicos con el soporte tecnológico adecuado de la Escuela y el Departamento**

##### **Indicador**

- Porcentaje de procesos administrativos y académicos de la Escuela y Departamento integrados a un sistema de gestión electrónico

##### **Meta al 2021**

- 40 % de procesos administrativos y académicos integrados

#### **4.2. Cooperación eficaz y convenios con las instancias universitarias, instituciones nacionales e internacionales**

##### **Indicadores**

- Número de convenios con instituciones públicas y privadas.
- Número de convenios con instituciones académicas nacionales e internacionales.

##### **Meta al 2021**

- Diez convenios específicos con instituciones públicas y privadas.
- Diez convenios específicos con instituciones académicas.

#### **4.3. Gestión de la infraestructura, equipamiento y material bibliográfico de la Escuela**

##### **Indicador**

- Número de espacios implementados para la práctica profesional.
- Número de nuevos equipos de cómputo adquiridos anualmente.
- Número de equipos audiovisuales renovados anualmente.
- Número de softwares actualizados anualmente.
- Porcentaje de laboratorios con mantenimiento anual.
- Porcentaje de laboratorios renovados.
- Número de libros actualizados sobre comunicación disponibles en la Biblioteca de la facultad.

### Metas al 2021

- Tres nuevos espacios implementados para la práctica profesional.
- Veinte nuevos equipos de cómputo adquiridos anualmente.
- Dos equipos audiovisuales renovados anualmente para uso de los estudiantes.
- Dos softwares actualizados anualmente.
- 100 % de laboratorios con mantenimiento anual.
- 100 % de laboratorios renovados.
- Veinte títulos de libros nuevos por año sobre distintas áreas de la comunicación (tres ejemplares por cada título).



## ANEXO

### Análisis situacional FODA

#### Fortalezas

1. Pertenecer a la UNMSM y ser parte de la Facultad fundadora de la universidad.
2. El proceso de selección de estudiantes.
3. Mantiene un núcleo de docentes de formación interdisciplinaria.
4. Diversidad cultural y social de los estudiantes.
5. Poseer líneas de investigación que profundizan en el fenómeno de la comunicación.
6. Compromiso social de estudiantes y docentes.
7. Currículo diversificado y actualizado.
8. Convenios institucionales de intercambio estudiantil y docente.
9. Formación humanística, científica y tecnológica.
10. Acceso a bases de datos de revistas indexadas y repositorios de tesis en línea.
11. Reconocimiento y liderazgo de los egresados en la sociedad.
12. Estudiantes y docentes con competencias para el desarrollo de la comunicación en las organizaciones.
13. Tener la mayor población estudiantil y el mejor rendimiento académico de la facultad.
14. Tesis de calidad con impacto social.
15. Empleabilidad de los estudiantes de quinto superior.

#### Debilidades

1. Déficit en número de docentes para asumir el conjunto de tareas académicas de la Escuela y el Departamento.
2. Dependencia en la gestión de recursos financieros y toma de decisiones.
3. Tenemos graves carencias de infraestructura, equipamiento y mobiliario.
4. No existe suficiente coordinación entre las tres especialidades de la Escuela, lo cual genera fragmentación.
5. Falta de coordinación oportuna de la instancia administrativa en favor del desarrollo académico.
6. Insuficiente número de personal administrativo.
7. Escasa capacitación y actualización en estrategias didácticas en los docentes.
8. Baja producción de tesis de los estudiantes con relación al número de egresados.
9. Baja producción científica de los docentes.
10. Insuficiente articulación de los estudiantes de diferentes ciclos académicos.
11. Reducido peso político en la gestión de la facultad.
12. Escasa participación de los docentes en las actividades de la Escuela.
13. Ausencia de plan de desarrollo de la Escuela.
14. Escasos espacios físicos para la actividad docente (asesorías, tutorías, investigación, etc.)

15. Insuficiente seguimiento y vinculación con egresados y grupos de interés.
16. Escaso número de proyectos de responsabilidad social.
17. Ausencia de evaluación del logro del perfil de egreso.
18. Poca difusión del perfil de la carrera en la sociedad.
19. Ausencia de un centro de recursos digitales hemerográficos, audiovisuales.
20. Escaso y desactualizado material bibliográfico y hemerográfico.
21. Desvinculación con el posgrado en comunicaciones.
22. Ausencia de acciones y condiciones que propicien la interacción social de los estudiantes.
23. Reducida participación de los estudiantes en los eventos académicos de la Escuela.
24. Reducido número de titulados.
25. Baja presencia en redes de escuelas y facultades.
26. Poca dominio de un segundo idioma (nativo o extranjero) en docentes y estudiantes.
27. Poca identificación de los docentes con la Escuela.
28. Falta de reconocimiento económico a los ayudantes de cátedra.
29. Procesos burocráticos en la administración de la universidad.
30. La revista *Comunicación* no está indexada.

### Oportunidades

1. Oferta de becas (movilidad) institucional, nacional, internacional.
2. Renovación docente en el nuevo marco legal.
3. Servicios de comunicación que estudiantes y docentes de la Escuela pueden proveer a la universidad.
4. Espacios en la universidad para la ejecución de prácticas pre profesionales de los estudiantes.
5. Posibilidades de acceso a las TIC y fuentes de información.
6. Mayor valoración de la gestión de la comunicación en la sociedad.
7. Buena percepción de los egresados de la Escuela en los empleadores.
8. Demanda de equipos interdisciplinarios e implementación de grupos de investigación en la universidad.
9. Convocatoria de proyectos para docentes Regina.
10. Convocatorias para financiamientos de investigación y actividades académicas.
11. Identificación de los egresados con la Escuela.

### Amenazas

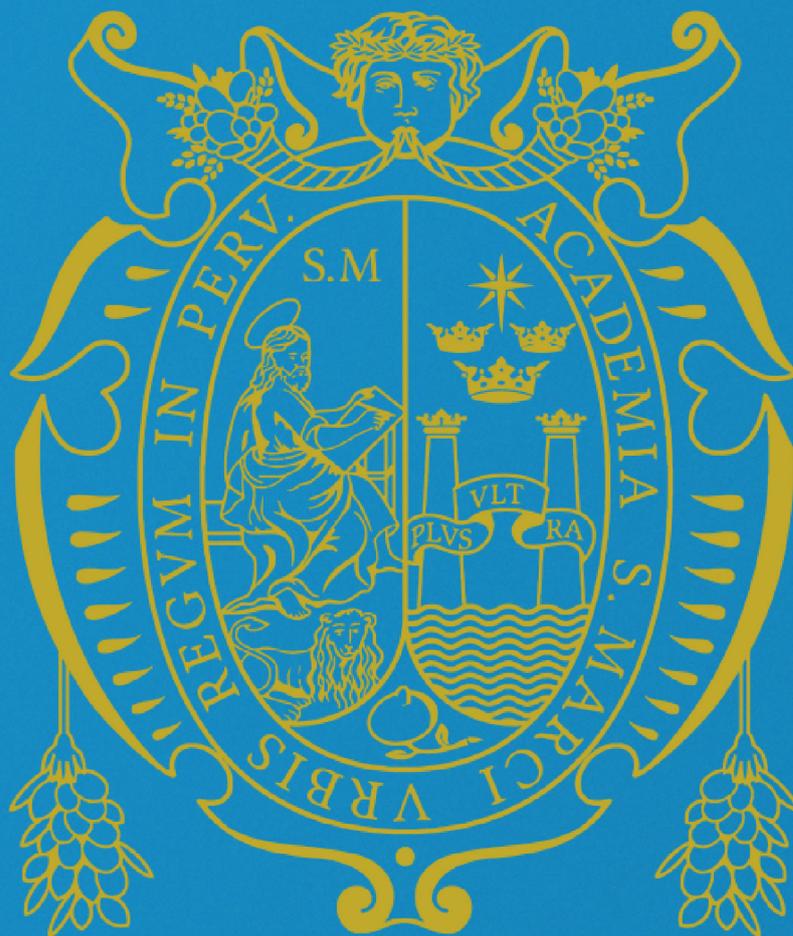
1. Incremento de instituciones especializadas en comunicación en el país.
2. Implicancias de la burocracia estatal en la administración de la universidad y la Escuela.
3. Corrupción en la gestión pública.

4. Restricciones en la autonomía universitaria.
5. Inseguridad ciudadana y en el campus.
6. Difícil acceso a la ciudad universitaria.
7. Intentos de estigmatización a los sanmarquinos por los medios de comunicación y el mercado.
8. Escasa valoración de la Escuela en la universidad.
9. Falta de política institucional en salud.



## **PLANA DOCENTE:**

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón  
Mg. Lisabel Doris Cabrera Vargas  
Mg. Luz Carrillo Mauriz  
Dr. Carlos Hugo Cornejo Quesada  
Mg. Luis Alberto Cumpa González  
Lic. Rosa Cusipuma Arteaga  
Mg. María Magdalena García Toledo  
Mg. Carlos Ricardo Gonzáles García  
Lic. Lilly Elsa Huamanchumo Sánchez  
Dr. Víctor Malpartida Castillo  
Mg. Thelmy María del Carmen Mendoza Michilot  
Mg. María Jacqueline Oyarce Cruz  
Mg. José Ángel Paz Delgado  
Lic. Franz Jesús Portugal Bernedo  
Lic. Abel Fernando Santibáñez Collado  
Lic. Iris Gladys Tinoco Casallo  
Mg. Vladimir Bartolomé Tornero Cruzatt  
Dr. Dennis Vargas Marín  
Dra. Gaby Vargas Vargas  
Mg. José Ernesto Ventocilla Maestre  
Lic. Benedicto Alberto Villagómez Páucar  
Lic. Christian Humberto Wiener Fresco  
Lic. Raúl Fernando Zevallos Ortiz



UNMSM

Escuela Profesional de  
**Comunicación Social**