



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú. Decana de América
RECTORADO

Lima, 21 de Mayo del 2021

RESOLUCIÓN RECTORAL N° 004517-2021-R/UNMSM

Visto el expediente digital, con registro de Mesa de Partes General N° F0390-20210000019 de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, sobre modificación de Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17.

CONSIDERANDO:

Que mediante Resolución Rectoral N° 07030-R-17 de fecha 17 de noviembre de 2017, se ratificó la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17 del 10 de noviembre de 2017 de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, que aprobó el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Comunicación Social de la citada Facultad, que entrará en vigencia a partir del año académico 2018;

Que con Resoluciones Decanales N.°s 000119 y 000156-2021-D-FLCH/UNMSM de fechas 8 y 22 de febrero de 2021 la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, modifica la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17, respecto a incluir las asignaturas electivas en el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Comunicación Social;

Que el Consejo de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, en su sesión ordinaria de fecha 26 de enero de 2021, acordó aprobar la modificación de la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17, respecto a incluir las asignaturas electivas en el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Comunicación Social; acción que se explica en las Resoluciones Decanales N.°s 000119 y 000156-2021-D-FLCH/UNMSM de fechas 8 y 22 de febrero de 2021;

Que el Vicerrectorado Académico de Pregrado mediante Proveído N° 001038-2021-VRAP/UNMSM, emite opinión favorable;

Que la Comisión Permanente de Asuntos Académicos y Relaciones Laborales Docentes del Consejo Universitario mediante Oficio N° 000207-2021-CPAARLD-CU-OCPTAUCU/UNMSM, recomienda ratificar las Resoluciones Decanales N.°s 000119 y 000156-2021-D-FLCH/UNMSM, según se indica en la parte resolutive de la presente resolución; y,

Estando a lo acordado por el Consejo Universitario en su sesión ordinario virtual de fecha 31 de marzo de 2021 y a las atribuciones conferidas por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos;

SE RESUELVE:

- 1° Ratificar las Resoluciones Decanales N.°s 000119 y 000156-2021-D-FLCH/UNMSM de fechas 8 y 22 de febrero de 2021 de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, en el sentido de modificar la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17 de fecha 10 de noviembre de 2017, respecto a la inclusión de las asignaturas electivas en el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Comunicación Social, según anexo que en fojas tres (03) forma parte de la presente resolución.
- 2° Modificar la Resolución Rectoral N° 07030-R-17 de fecha 17 de noviembre de 2017, en los términos que se indica en el primer resolutive de la presente resolución; quedando vigente todo lo demás que contiene.





UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú. Decana de América

RECTORADO

-2-

3° *Encargar a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Vicerrectorado Académico de Pregrado y al Sistema Único de matrícula, el cumplimiento de la presente resolución rectoral.*

Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

MARTHA CAROLINA LINARES BARRANTES
SECRETARIA GENERAL

mmc

ORESTES CACHAY BOZA
RECTOR



ANEXO 1

**CURSOS ELECTIVOS A SER INCORPORADOS AL PLAN DE ESTUDIOS 2018
DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Código	Asignaturas	Créditos	H/T	H/P	Sumilla
LA9005	TALLER DE CURADURÍA	3.0	2	2	La naturaleza del taller es teórico-práctica del área de Complementarios de la especialidad. El taller desarrolla un programa anual de exposiciones y curadurías (real y/o virtual). El estudiante investiga, organiza, promociona y presenta las exposiciones. Al finalizar el taller el estudiante contará con la experiencia en la ejecución de proyectos, métodos y estrategias en el diseño y realización de exposiciones.
L06717	MUSEOLOGÍA	3.0	2	2	La naturaleza de la asignatura es teórico-práctica del área de Complementarios de la especialidad. Estudia la ciencia del museo, su organización, la historia, su rol en la sociedad, la conservación, exhibición, educación y proyección, relacionada con el entorno, el medio físico (ecología) y la tipología. Al finalizar el curso el alumno conocerá las funciones del museo y los principales museos existentes en el Perú. Estará capacitado para
L37005	TALLER EDITORIAL Y PUBLICACIONES ELECTRÓNICAS	3.0	2	2	Curso teórico-práctico. Desarrolla competencias conceptuales procedimentales y actitudinales sobre el mercado editorial y las publicaciones electrónicas para las unidades de información. Describe el proceso de elaboración de libros y revistas electrónicas.
L37050	FORMACIÓN PEDAGÓGICA EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN	3.0	2	2	Curso teórico-práctico. Orienta la formación del futuro profesional de la información, en sus procesos de observación, análisis, descripción y reflexión mediante el estudio y aplicación de los métodos didácticos como instrumentos del conocimiento que direccionan la práctica bibliotecológica en función del desarrollo de la sociedad y del conocimiento. Se incide sobre todo en el clima de aprendizaje que se crea en la biblioteca, la distribución del tiempo y del espacio y las experiencias y tareas que se realizan e influyen en la creación de una cultura de comunicación e intercambio favoreciendo la vida social de la biblioteca.
L06715	PATRIMONIO CULTURAL	3.0	2	2	La asignatura es de naturaleza teórica. Los contenidos principales abarcan el marco conceptual que define y protege el patrimonio cultural material. Asimismo, aborda el concepto de identidad nacional y analiza las leyes nacionales e internacionales de protección del patrimonio y de la diversidad cultural.

L03901	INTRODUCCIÓN A LA CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN	4.0	2	4	La asignatura Introducción a la conservación y restauración es de naturaleza teórica. Tiene como competencia específica ofrecer los conocimientos panorámicos de la disciplina de la conservación y restauración. Los contenidos principales abarcan el estudio de la diversidad de los bienes culturales muebles y sus patologías, así como el conocimiento de los materiales y los equipos utilizados en los procesos de conservación y restauración.
LD0004	SEMINARIO DE HISTORIA DE LA DANZA Y MÚSICA TRADICIONALES DEL PERÚ	3.0	2	2	La asignatura es electiva, de naturaleza teórico-práctica; pertenece al área de formación especializada, en la línea de investigación en danza. Realiza investigaciones desde la propia disciplina e interdisciplinarias, mediante el conocimiento de las fuentes y los métodos teórico-prácticos de la danza y la música, la comprensión de su trayectoria histórica desarrollando su capacidad analítica y valorativa relacionada al patrimonio dancístico y su función social. Está dedicado al trabajo activo, investigación y debate en profundidad de un tema específico de la música y las danzas tradicionales del Perú.
L36013	HISTORIA DE LA MÚSICA PERUANA Y LATINOAMERICANA	3.0	2	2	La asignatura es electiva, de naturaleza teórico-práctica; pertenece al área de formación especializada, en la línea de investigación en danza. Realiza investigaciones desde la propia disciplina e interdisciplinarias, mediante el conocimiento de las fuentes y los métodos teórico-prácticos de la danza y la música, la comprensión de su trayectoria histórica desarrollando su capacidad analítica y valorativa relacionada al patrimonio dancístico y su función social. Comprende el estudio de la música clásica en el Perú y Latinoamérica a partir del período virreinal hasta el siglo XX. Así como las creaciones musicales nacionales, latinoamericanas y europeas.
LFE017	FILOSOFÍA LATINOAMERICANA RECIENTE	4.0	3	2	El estudiante podrá tener un panorama de la filosofía producida en las últimas cuatro décadas, reconociendo los argumentos más importantes de la Filosofía de la liberación, la filosofía inculturada, la filosofía intercultural y el debate producido en torno a la decolonialidad.



UNMSM

Firmado digitalmente por QUIROZ
PAPA DE GARCIA Rosalia FAU
20148092282 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 09.02.2021 12:31:31 -05:00



UNMSM

Firmado digitalmente por ESPINO
RELUCÉ Rufino Gonzalo FAU
20148092282 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 09.02.2021 19:49:07 -05:00

L03125	FILOSOFÍA DEL LENGUAJE	4.0	3	2	El curso presentará, leerá y comentará algunos textos clásicos para la filosofía del lenguaje como el diálogo Crátilo de Platón; el cap. IV (parte I) del Leviatán de Hobbes; el libro III del Ensayo sobre el entendimiento humano de Locke; el Curso de lingüística general de Saussure; algunos textos de las escuelas lingüísticas de Praga, de Copenhague; la teoría de la gramática generativa de Chomsky, del positivismo lógico, del primer (Tractatus) y segundo Wittgenstein (Cuadernos Azul y marrón) y la teoría de la acción comunicativa de Habermas.
L04151	LENGUA EXTRANJERA I	3.0	1	4	El curso tiene como contenido las estructuras y el vocabulario elemental del idioma inglés como lengua extranjera. Consiste en desarrollar las cuatro macrohabilidades que son comprender auditivamente, hablar, leer y escribir, a lograrse mediante la aplicación del método comunicativo. El nivel que se persigue es elemental, transaccional, con temas de la vida cotidiana.
LGE008	GRAMÁTICA NORMATIVA Y REDACCIÓN	3.0	2	2	Es un curso teórico-práctico y tiene como propósito proporcionar la normativa vigente ofrecida en las obras académicas de la RAE. Abarca la presentación de la doctrina normativa y la información de las cuestiones normativas actuales de la lengua española establecidas en los planos de la ortografía de la letra, la palabra, la frase, la sintaxis y el léxico. Además, se imparte aspectos relativos a la construcción de la variedad discursiva académica vinculados con los estilos de redacción, el empleo de los conectores lógicos y la precisión léxica.
L03990	TALLER DE TEATRO Y GUIONES LITERARIOS I	4.0	2	4	El curso es eminente y expresamente práctico. Se redacta y autoriza todo el tiempo asuntos de diverso interés, por temas o motivaciones diversas. Se concentran estos temas o motivaciones en conflictos dramáticos que permiten urdir tramas e intrigas a través de escenas que puede llevar a actos o secuencias o cuadros o episodios sucesivos según sea el formato dramático elegido por el alumno.
L31029	PROMOCIÓN CULTURAL	3.0	2	2	El curso ofrece una primera aproximación a un conjunto de conceptos, acciones y actividades que constituyen la gestión de la cultura en la sociedad contemporánea. Tiene una parte de revisión conceptual que permita conocer los debates críticos sobre la cultura y su vinculación con el desarrollo, con un énfasis especial en las posibilidades de gestionar esa relación con eficacia. Adicionalmente, el curso acompaña a los y las estudiantes en el diseño estratégico de sus proyectos culturales, los que deberán exhibir una concepción estratégica y la aplicación pertinente de lo revisado durante el curso.



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

RECTORADO

Lima, 19 de enero del 2018

Se ha expedido:

RESOLUCION RECTORAL N° 00210-R-18

Lima, 19 de enero del 2018

Visto el expediente, con registro de Mesa de Partes General N° 00467-SG-18 del Vicerrectorado Académico de Pregrado, sobre modificación de anexos de planes de estudios a requerimiento de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU.

CONSIDERANDO:

Que el artículo 39° de la Ley N° 30220 – Ley Universitaria, señala que “El régimen de estudios se establece en el Estatuto de cada universidad, preferentemente bajo el sistema semestral, por créditos y con currículo flexible. Puede ser en la modalidad presencial, semipresencial o a distancia. El crédito académico es una medida del tiempo formativo exigido a los estudiantes para lograr aprendizajes teóricos y prácticos. Para estudios presenciales se define un crédito académico como equivalente a un mínimo de dieciséis (16) horas lectivas de teoría o el doble de horas de práctica. Los créditos académicos de otras modalidades de estudio, son asignados con equivalencia a la carga lectiva definida para estudios presenciales”;

Que mediante Resolución Rectoral N° 07095-R-17 de fecha 22 de noviembre del 2017, se modificaron los anexos de las Resoluciones Rectorales N°s 07009, 07011, 07012, 07013, 07015, 07019, 07020, 07021, 07023, 07024, 07025, 07027, 07029, 07030, 07032, 07033, 07034, 07035, 07036, 07038, 07040, 07041, 07042, 07043, 07045, 07053, 07057, 07059, 07060, 07061, 07062, 07066 y 07067-R-17 todas de fecha 17 de noviembre del 2017, que corresponden a los Planes de Estudios de 45 Escuelas Profesionales de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en el sentido de sustituir o incorporar las páginas de los anexos y/o reemplazar anexos, según cuadro y anexos que forman parte de la referida resolución, para el Licenciamiento Institucional ante la SUNEDU;

Que con Oficio N° 43-VRAP-2018, el Vicerrectorado Académico de Pregrado manifiesta que a fin de superar las observaciones formuladas por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria – SUNEDU, se han realizado las correcciones de los anexos correspondientes a los planes de estudios de las Escuelas Profesionales que se indica de nuestra Casa Superior de Estudios, según cuadro y anexos que en cada caso se indica;

Que cuenta con el Proveído N° 0032-R-2018 del 17 de enero del 2018, del Despacho Rectoral; y,

Estando dentro de las atribuciones conferidas al señor Rector por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos;

SE RESUELVE:

- 1° Rectificar los anexos de las respectivas Resoluciones Rectorales, correspondientes a los planes de estudios de las Escuelas Profesionales que se indica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para continuar el proceso de Licenciamiento Institucional ante la SUNEDU, según cuadro y anexos que forman parte de la presente resolución rectoral; por las consideraciones expuestas, quedando vigentes todo lo demás que contienen.
- 2° Encargar al Vicerrectorado Académico de Pregrado y a las Facultades respectivas de la universidad, el cumplimiento de la presente resolución rectoral.

Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese (fdo) Orestes Cachay Poma, Rector (fdo) Eddy Luz Juárez Severino, Secretaria General (e). Lo que transcribe para conocimiento y demás fines.

Atentamente,

ALBERTO RONALD CÁCERES YAFIA
Jefe de la Secretaría Administrativa



PLAN DE ESTUDIOS 2018
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACION SOCIAL

PRIMER SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
HSO101	Lenguaje y Comunicación	4	2	4		
HSO102	Introducción a la Ciencia	4	3	2		
HSO103	Proceso Histórico Cultural del Perú	4	3	2		
HSO104	Matemática Aplicada a las Ciencias Sociales y Humanas	4	2	4		
HSO105	Geografía y Medio Ambiente	4	3	2		
HSO106	Ética, Ciudadanía y Diversidad Cultural	4	3	2		
TOTAL		24				

SEGUNDO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
HSO201	Lenguaje Académico	4	2	4	HSO101	Lenguaje y Comunicación
HSO202	Introducción a la Investigación Científica	4	3	2	HSO102	Introducción a la Ciencia
HSO203	Arte y Literatura del Perú y América Latina	4	3	2		
HSO204	Realidad Nacional y Globalización	4	3	2		
HSO205	Introducción a la Filosofía	4	2	4		
	Curso electivo por especialidad	2	1	2		
	Curso electivo por especialidad	2	1	2		
TOTAL		24				

TERCER SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05685	Redacción Básica	4	3	2	HSO101	Lenguaje y Comunicación
L05638	Fotografía Básica	3	1	4		
L35001	Psicología de la Comunicación	3	2	2		
L05720	Teorías de la Comunicación	3	2	2		
L05721	Teorías de las Organizaciones	3	2	2		
L35004	Historia de la Comunicación	3	2	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		22				

CUARTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05632	Epistemología de la Comunicación	3	2	2	L05720	Teorías de la Comunicación
L05639	Fotografía Avanzada	3	1	4	L05638	Fotografía Básica
L35005	Redacción Periodística	4	3	2	L05685	Redacción Básica
L35006	Semiótica	3	2	2		
L35007	Opinión Pública	3	2	2		
L35002	Tecnología aplicada a la Información y Comunicación	3	2	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		22				



QUINTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05684	Publicidad y Propaganda	3	2	2		
L05703	Taller de Imagen	4	2	4		
L05704	Taller de Periodismo Informativo	3	2	2	L35005	Redacción Periodística
L35072	Gestión de Plataformas Digitales	3	2	2	L35002	Tecnología aplicada a la Información y Comunicación
LC5001	Comunicación Intercultural	3	3	0		
L35010	Marketing Social	3	2	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		22				

SEXTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05705	Taller de Periodismo Interpretativo	3	2	2	L05704	Taller de Periodismo Informativo
L05715	Taller de Sonido	3	2	2	L05703	Taller de Imagen
LC6001	Taller de Infografía para Diversos Soportes de	4	2	4		
L35071	Estadística aplicada a la Comunicación	3	2	2		
LC6002	Ética y Deontología en las Comunicaciones	3	2	2		
L35013	Comunicación en las Organizaciones	3	2	2	L05721	Teorías de las Organizaciones
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		22				

SEPTIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35014	Diseño Periodístico	3	1	4		
LC7002	Gestión de Empresas Periodísticas	4	2	4		
L35016	Periodismo Radial I	4	2	4		
L35009	Investigación en comunicación I	4	3	2	L05832	Epistemología de la Comunicación
L35017	Periodismo de Televisión I	4	2	4		
L35018	Análisis del Discurso Periodístico	3	3	0		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		25				

SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05608	Comunicación Educativa	4	2	4		
L35035	Cultura Organizacional	4	3	2		
L35009	Investigación en Comunicación I	4	3	2	L05632	Epistemología de la Comunicación
L35021	Taller de Producción de Materiales Mediales de	4	2	4		
LC7001	Comunicación y Crisis	4	2	4		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		23				



SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACION AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35009	Investigación en Comunicación I	4	3	2	L05632	Epistemología de la Comunicación
L35023	Dirección de Arte	4	2	4		
L35024	Taller de Guión Audiovisual I	3	2	2		
L35025	Taller de Fotografía Especializada	3	2	2		
L35026	Comunicación Escénica	3	2	2		
LC7003	Taller de Producción Radial	3	0	6		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		23				

OCTAVO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
LC8001	Investigación en Comunicación II	4	3	2	L35009	Investigación en Comunicación I
L35030	Proyectos Empresariales Periodísticos	4	3	2	L35015	Gestión de Empresas Periodísticas
L35031	Periodismo Radial II	4	2	4	L35016	Periodismo Radial I
L35032	Periodismo de Televisión II	4	2	4	L35017	Periodismo de Televisión I
L35033	Periodismo de Investigación	4	3	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		23				

OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35034	Planificación Estratégica	5	4	2		
LC8002	Investigación en Comunicación II	4	3	2	L35009	Investigación en Comunicación I
L35036	Empresa de Comunicación	4	3	2		
L35037	Comunicación para el Desarrollo	4	4	0		
L35038	Comunicación Política	4	3	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		24				

OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35028	Empresa de Comunicación Audiovisual	3	2	2		
LC8003	Investigación en Comunicación II	4	3	2	L35009	Investigación en Comunicación I
L35039	Dirección y Producción de Televisión	3	2	2		
L35042	Taller de Dirección de Actores	3	2	2	L35026	Comunicación Escénica
L35041	Taller de Guión Audiovisual II	3	2	2	L35024	Taller de Guión Audiovisual I
L35042	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual	4	2	4		
L35043	Dirección de Fotografía	3	2	2		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		26				



NOVENO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
LC9001	Crónicas y nuevas narrativas	4	3	2		
L35045	Especialidades en el Periodismo I	3	2	2		
LC9004	Periodismo Digital	4	3	2		
L35048	Seminario de Tesis I (0004)	6	6	0	LC8001	Investigación en Comunicación II
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		20				

NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
LD5683	Proyectos de Comunicación	5	4	2	L35034	Planificación Estratégica
LC9002	Gestión de la Comunicación Digital en las Organizaciones	4	4	0		
L35051	Seminario de Tesis I (0003)	6	6	0	LC8002	Investigación en Comunicación II
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		18				

NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
LC9003	Taller de Documental	5	3	4		
L35054	Seminario de Tesis I (0005)	6	6	0	LC8003	Investigación en Comunicación II
L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales	6	3	6		
	Electivo	3	2	2		
TOTAL		20				

DÉCIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35057	Especialidades en el Periodismo II	3	2	2	L35045	Especialidades en el Periodismo I
L35058	Periodismo de Opinión	4	2	4		
L35059	Seminario de Tesis II (0004)	6	6	0	L35048	Seminario de Tesis I (0004)
	Electivo	3	2	2		
L35056	Prácticas Pre profesionales (0004)	4	—	—		
TOTAL		20				

DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35060	Gestión de Proyectos de Comunicación	5	3	4		
L35061	Evaluación y Auditoría de Comunicación Organizacional	5	4	2		
L35063	Seminario de Tesis II (0003)	6	6	0	L35051	Seminario de Tesis I (0003)
	Electivo	3	2	2		
L35062	Prácticas Pre profesionales (0003)	4	—	—		
TOTAL		23				



DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35064	Seminario de Tesis II (0005)	6	6	0	L35054	Seminario de Tesis I (0005)
L35065	Taller de Producción y Realización de Proyectos	6	3	6	L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales
	Electivo	3	2	2		
L35066	Prácticas Pre profesionales (0005)	4	---	---		
TOTAL		19				

CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE IMPAR

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
LCE026	Crítica de Cine	3	2	2		
LCE001	Cultura de Actualidad	3	2	2		
LCE002	Antropología Social y Cultural	3	2	2		
L35067	Taller de Diseño Visual	3	2	2		
L35068	Registro Audiovisual y Manejo Tecnológico	3	2	2		
L35069	Comunicación y Literatura	3	2	2		
L35070	Taller de Locución y Oratoria	3	2	2		
LCE003	Comportamiento Organizacional	3	2	2		
L35027	Análisis de Mensajes Audiovisuales	3	2	2		
LCE004	Taller de Diseño Gráfico	3	2	2		
LCE005	Marketing Estratégico Digital	3	2	2		
LO4746	Quechua I	3	2	2		
LCE006	Quechua III	3	2	2		
LCE007	Quechua V	3	2	2		
LCE008	Quechua VII	3	2	2		
LCE009	Quechua IX	3	2	2		
LCE010	Inglés I	3	2	2		
LCE011	Inglés III	3	2	2		
LCE012	Inglés V	3	2	2		
LCE013	Inglés VII	3	2	2		
LCE014	Inglés IX	3	2	2		



CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE PAR						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CODIGO	PRE-REQUISITO
LCE015	Periodismo de Datos	3	2	2		
L04747	Quechua II	3	2	2	L04746	Quechua I
L35073	Taller de Animación	3	2	2		
L35074	Legislación de la Comunicación y Derechos Humanos	3	2	2		
LCE016	Taller de Edición de Videos	3	2	2		
L05728	Técnicas de Comunicación Grupal	3	2	2		
LCE017	Quechua IV	3	2	2		
LCE018	Quechua VI	3	2	2	LCE006	Quechua III
LCE019	Quechua VIII	3	2	2	LCE007	Quechua V
LCE020	Quechua X	3	2	2	LCE008	Quechua VII
LCE021	Inglés II	3	2	2	LCE009	Quechua IX
LCE022	Inglés IV	3	2	2	LCE010	Inglés I
LCE023	Inglés VI	3	2	2	LCE011	Inglés III
LCE024	Inglés VIII	3	2	2	LCE012	Inglés V
LCE025	Inglés X	3	2	2	LCE013	Inglés VII
L35011	Marketing Político	3	2	2	LCE014	Inglés IX
L35075	Relaciones Públicas y Protocolo	3	2	2		

CREDITOS EP DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Especialidad de Periodismo
Estudios específicos (tercer-sexto semestre): 76
Estudios de especialidad (séptimo-décimo semestre): 76
Estudios complementarios (electivos) : 24
TOTAL : 176
Especialidad de Comunicación Organizacional
Estudios específicos (tercer-sexto semestre) : 76
Estudios de especialidad (séptimo-décimo semestre) : 76
Estudios complementarios (electivos) : 24
TOTAL : 176
Especialidad de Comunicación Audiovisual
Estudios específicos (tercer-sexto semestre) : 76
Estudios de especialidad (séptimo-décimo semestre) : 76
Estudios complementarios (electivos) : 24
TOTAL : 176
CRÉDITOS PARA EGRESAR
EP de Comunicación Social: 176
Escuela de Estudios Generales (1ro y 2do semestre): 48
Total: 224
GRADOS Y TÍTULOS
Bachiller en Comunicación Social
Licenciado (al) en Comunicación Social







Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
RECTORADO

Lima, 17 de noviembre del 2017

Se ha expedido:

RESOLUCION Rectoral N° 07030-R-17

Lima, 17 de noviembre del 2017

Visto el expediente, con registro de Mesa de Partes General N° 10038-FLCH-17 de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, sobre aprobación de Plan de Estudios.

CONSIDERANDO:

Que el artículo 40° del Capítulo VII de la Ley Universitaria N° 30220, prescribe a la letra: “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 el inciso e) del artículo 55° del Estatuto de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos establece como una de las atribuciones del Consejo Universitario, ratificar los planes de estudios y de trabajo propuestos por las unidades académicas;

Que mediante Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17 de fecha 10 de noviembre del 2017, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas resuelve aprobar el Plan de Estudio de la Escuela Profesional de Comunicación Social de la citada Facultad, que entrará en vigencia a partir del año académico 2018;

Que con Oficio N° 963-VRAP-2017, el Vicerrectorado Académico de Pregrado emite opinión favorable por la ratificación de la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17;

Que con Proveído N° 949-R-2017, el Despacho Rectoral autoriza aprobar por excepción con cargo a dar cuenta al Consejo Universitario; y,

Estando dentro de las atribuciones conferidas al señor Rector por la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y con cargo a dar cuenta al Consejo Universitario;

SE RESUELVE:

- 1° Ratificar la Resolución de Decanato N° 1164-D-FLCH-17 de fecha 10 de noviembre del 2017 de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, en el sentido de aprobar **el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Comunicación Social** de la citada Facultad, que entrará en vigencia a partir del año académico 2018, según anexo que forma parte de la presente resolución.
- 2° Encargar al Vicerrectorado Académico de Pregrado, Facultad de Letras y Ciencias Humanas y al Sistema Único de Matrícula, el cumplimiento de la presente resolución rectoral.

Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese (fdo) Elizabeth Canales Aybar, Rectora (e) (fdo) Martha Carolina Linares Barrantes, Secretaria General. Lo que transcribo a usted para conocimiento y demás fines.

Atentamente,

ALBERTO RONALD CÁCERES TAPIA
Jefe de la Secretaría Administrativa



UNIVERSIDAD N

E SAN MARCOS

Facultad

umanas

Escuela Profesional de Comunicación Social



PLAN DE ESTUDIOS 2018



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Facultad de Letras y Ciencias Humanas

Escuela Profesional de Comunicación Social



PLAN DE ESTUDIOS 2018



1. FUNDAMENTACIÓN DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Universidad debe entenderse como un lugar de creación de conocimiento, espacio pensado para la crítica del propio conocimiento humano, considerado como una producción que evoluciona permanentemente. La producción de conocimiento generada a través de la investigación científica, es una de las razones que respalda la necesidad de la existencia de la Universidad como terreno propicio para un desafío constante del avance humano.

Las universidades del mundo entero se enfrentan con grandes retos tales como la globalización, una competencia creciente, concepciones metodológicas innovadoras, las nuevas tecnologías de la sociedad del conocimiento o nuevos tipos de estudiantes. Para responder a estos retos las distintas universidades pueden optar por posiciones muy diferentes, desde dejarse llevar por los acontecimientos, hasta reaccionar con más o menos acierto y prontitud o, incluso, adoptar una actitud pro-activa de adelantarse a las nuevas situaciones.

Las universidades deben perseguir una mejor formación de sus graduados para que sean capaces de adaptarse tanto a las demandas sociales, como a las demandas del sistema científico y tecnológico. También han de dar adecuada respuesta a las necesidades de formación a lo largo de toda la vida y abrirse a quienes, a cualquier edad, deseen acceder a su oferta cultural o educativa. Las universidades, además de un motor para el avance del conocimiento, deben ser un motor para el desarrollo social y económico del país. Junto a la investigación básica, la Universidad deberá impulsar la transferencia al sector productivo de los resultados de su investigación en coordinación y complementariedad con los demás agentes del sistema de ciencia y tecnología. Una de las medidas para contribuir a este objetivo es el impulso decidido de la vinculación entre la investigación universitaria y el entorno productivo del sistema de ciencia y tecnología a través de la creación de institutos mixtos de investigación, que permitirán una relación directa entre los agentes de dicho sistema. Asimismo, se prevé potenciar los mecanismos de intercambio de personal investigador entre el sistema universitario y el productivo.

La sociedad reclama a la universidad del futuro una activa participación en sus procesos vitales. Por esta razón, la acción de la universidad no debe limitarse a la transmisión del saber: debe generar opinión, demostrar su compromiso con el progreso social y ser un ejemplo para su entorno.

Reconocida la trascendencia de la institución universitaria se apunta a la necesidad de una estructura más abierta y flexible, que sitúe a las universidades en una mejor posición para la cooperación interna y la competencia internacional, a través de la creación, transmisión, desarrollo y crítica del conocimiento científico y tecnológico y de la transferencia de sus beneficios a la sociedad, con el fin de que consigan ser atractivas en un mundo globalizado. Una adecuada generación y gestión del conocimiento por parte de las universidades permitirá contribuir a la consecución de un mayor grado de bienestar de los peruanos. Para ello se admite la necesidad de una mayor autonomía universitaria a la vez que se aumenta la exigencia de rendición de cuentas a la sociedad sobre el cumplimiento de sus funciones.



CONTEXTO

La comunicación, más que una disciplina, debe comprenderse como campo transdisciplinario emergente en marco de la reestructuración de las Ciencias Sociales de los últimos años en el mundo. La comunicación, aunque con mucho camino por recorrer, es quizá uno de esos campos con mayor movilidad y producción intelectual no solo en América Latina sino en el contexto internacional por los congresos realizados, los seminarios, el creciente número de asociaciones y nacionales e internacionales de investigación y de formación de profesionales en sus diversas especializaciones.

Comunicación Social es un campo de estudios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia Católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. El término "comunicación social" fue utilizado por primera vez en los documentos del Concilio Vaticano II y especialmente en el Decreto Inter Mirifica, sobre los medios de comunicación social (1963), proclamado por el Papa Pablo VI.

La Santa Sede ha promovido los estudios de comunicación social en su seno y creó en 1967 la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, para reflexionar públicamente sobre estos temas.

Últimamente se habla de medios sociales (*social media* en inglés), a plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. La Web 2.0 facilita la edición, la publicación y el intercambio de información. Los tipos de medios sociales más utilizados son las redes sociales, los blogs, los microblogs y los servicios de compartición multimedia.

HISTORIA DE LA CARRERA

El estudio de la comunicación social en el Perú, se inicia con la fundación del Instituto de Periodismo en nuestra universidad en 1947, cuyos antecedentes se remontan al antiguo Instituto de Periodismo fundado en 1931 durante el rectorado de J. A. Encinas. Su objeto era el de formar periodistas profesionales destinados a ingresar a los medios de información que eran predominantemente escritos. Esta orientación, básicamente se mantuvo por 30 años.

En 1977, la antigua Escuela de Periodismo, se transforma y cambia de nombre por la de EAP de Comunicación Social y pasa de cuatro años de estudio a cinco. Este fue el resultado de un movimiento estudiantil que exigía cambios y reformas en la enseñanza de la comunicación y dejar el viejo modelo de formación periodística que había entrado en crisis producto de su estancamiento y el bajo nivel académico en que se encontraba la Escuela. Esta fase empezó con exigencias de mejoras en las condiciones de estudio pero que puso en cuestión el modelo vigente.

Los cambios en el campo de la comunicación, en esta década, expresa la comprensión de que la comunicación no se reduce sólo a escribir bien o a informar. Fue en este periodo que se producen los cambios y crecimiento de las escuelas de comunicación social en toda América Latina. El resultado, en nuestra Escuela de Comunicación, fue



una reforma integral del plan curricular y la renovación de la planta docente. El nuevo plan de estudios se implementa desde 1978.

Ese plan de estudios que cambió la formación profesional y que, en su tiempo, fue innovador e imitado por las demás universidades del país, duró hasta el año 1996, es decir 19 años. Aunque tuvo algunos remiendos se mantuvo el modelo, la clásica división de la formación profesional por medios de comunicación: prensa, radio y televisión. La concepción de que la comunicación comprende la prensa, la radio y la televisión, es decir, los medios masivos de comunicación, es la que se mantuvo durante todo este periodo.

En 1996, se desarrollaron las Jornadas Curriculares en nuestra Facultad y en toda la universidad y que renovaron los planes de estudios. Con estas Jornadas la EAP de Comunicación Social realizó un sustantivo cambio. En esta época se formuló, por primera vez, un perfil profesional del comunicador, se constituyeron tres especialidades: Periodismo, Producción Audiovisual y Comunicación Organizacional. Se organizó la carrera profesional con un año de estudios integrado con las demás escuelas de la Facultad, dos años de estudios generales y dos años de especialización. Es decir, se varió la concepción del periodismo, éste se entendía en su acepción integral, no solo en prensa sino en cualquiera de los medios de comunicación, es decir, que adopta sus formas de acuerdo al medio de comunicación. El desarrollo de los medios audiovisuales como consecuencia de las innovaciones tecnológicas en la comunicación y la información dio origen a la especialidad de Producción Audiovisual. Por otro lado, la presión del mercado laboral de la comunicación en las organizaciones y el rápido desarrollo de la comunicación organizacional abre paso a la especialidad de Comunicación Organizacional, es decir, se propuso formar comunicadores, no solo para que trabajen en los medios de comunicación de masas, sino en las organizaciones públicas o privadas.

DEMANDA SOCIAL DE LA CARRERA

El comunicador sanmarquino enfrenta el reto de ser parte de una realidad social que reclama cambios y reajustes urgentes. Tiene el compromiso de contribuir a superar desigualdades económicas y sociales, limitaciones en el acceso a la cultura y a la educación, desocupación, amenazas contra las libertades individuales y derechos, crisis de valores. Está comprometido a elevar su conciencia social que considere al ser humano como el eje de la sociedad y de la vida.

Debe ser un abanderado en la defensa de la democracia y las libertades de expresión e información, respetando la vida privada y no atentando contra la formación educativa y cultural de las personas.

Debe comprender que pertenece a un mundo globalizado - realidad irreversible e inevitable- Por lo tanto, tiene que estar preparado para un mundo donde las barreras y las culturas nacionales van perdiendo su concepción tradicional por la universalización de los conocimientos y las relaciones entre los pueblos. En este terreno, debe redoblar esfuerzos para salvar y reafirmar los valores y logros de la heredad nacional para aportarlos a la globalización.

Según el Informe final del Estudio de demanda social y mercado ocupacional para la



Escuela Profesional de Comunicación Social (2015), elaborado por Centro de Servicios y Elaboración de Proyectos de Inversión de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNMSM -en base a una encuesta realizada a los postulantes del examen de admisión 2016 II-, se ha encontrado que el 52% de los participantes son del sexo femenino y un 40% provienen de colegios estatales. Y el 58% postula a la Escuela porque desean llegar a ser buenos profesionales. El 87.50% postula por el prestigio de la universidad y el 94% escoge la carrera por vocación. La edad promedio de los postulantes oscila entre los 17 y 19 años.

De acuerdo al mismo estudio, la EP de Comunicación Social, entre los años 2003 al 2014, ha tenido más del 50% de postulantes de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, facultad que aglutina a ocho escuelas o carreras. Por ejemplo, en el año 2014, el total de postulantes a la Escuela ascendieron a 1640, mientras el total de la Facultad era de 2818 postulantes. Si se trata de ingresantes, ese mismo año, la EP de Comunicación Social recibió a 90 estudiantes, y, por otro lado, 379 ingresantes repartidos entre las siete Escuelas de la Facultad. Cabe acotar que en estos dos últimos años el número de vacantes que la EP de Comunicación Social pone a disposición de la comunidad es de 100.

Los autores del Informe, como resultado del estudio, señalan que "Por otro lado se observa que el índice de postulantes –ingresantes, se mantiene relativamente alto; para el año 2014 es 18.2 postulantes por ingresantes, siendo en todo el periodo 2004-2014 el más altos de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas.

Va a ser necesario evaluar la viabilidad de tener un incremento de vacantes para los próximos años para la atención de la demanda insatisfecha.", recomiendan.

ÁMBITO DE DESEMPEÑO PROFESIONAL Y MERCADO LABORAL U OCUPACIONAL

Dada la situación económica relativamente estable del país, y el desarrollo de los recursos múltiples de la tecnología, el mercado laboral para los egresados de nuestra Escuela es más favorable de lo que era hace unos años. Debido a sus especialidades sus perspectivas laborales son diversas.

En el campo de los medios periodísticos tradicionales se han creado las plataformas digitales noticiosas que requieren de personal calificado. Lo mismo que en los nuevos canales de televisión por cable y en los nuevos canales por TDT (televisión digital terrestre) que pronto comenzarán a operar.

En el campo de la producción audiovisual, la tecnología ha facilitado la creación de numerosas iniciativas empresariales, como las productoras radiales y televisivas, elaboración de cortometrajes, plataformas web, videos institucionales y servicios diferentes para atender la demanda promocional y publicitaria de terceros.

En el campo de la comunicación organizacional, a las entidades estatales y privadas se suman nuevas organizaciones que requieren de direcciones de comunicación, imagen y relaciones públicas, desarrollo de campañas investigaciones y encuestas, por mencionar algunas demandas.

En el terreno de internet ahora hay posibilidades laborales muy promisorias con la creación de empresas basadas íntegramente en los recursos del ciberespacio.



Sin embargo, hay que insistir que dada la dura competencia con los centenares de egresados de otras universidades, nuestros ex alumnos deben probar que han recibido una formación adecuada y eficiente.

Ámbito de desempeño profesional:

Empresas de medios de comunicación masiva.

- Diarios y revistas
- Emisoras radiales
- Canales de televisión
- Plataformas digitales de los medios
- Agencias de noticias nacionales e internacionales

Entidades Estatales, Privadas y ONG :

- Oficinas de comunicación
- Relaciones públicas e Imagen
- Consultoría
- Investigaciones
- Campañas

Empresas de Producción Audiovisual

- Multimedia y animación
- Producción TV (Cine para Televisión, Cortometrajes, Documentales)
- Publicidad
- Creación y producción de videos corporativos

Empresas de servicios:

- Asesorías de prensa, imagen y relaciones públicas
- Agencia de publicidad y comunicación corporativa
- Empresas editoriales

Empresas de Internet:

- Informática y telecomunicaciones
- Marketing y comunicación



- Diseño y artes gráficas
- Community manager

Campo educacional

- Docencia en periodismo y comunicación.
- Campañas educativas en sectores especializados
- Creación de medios e instrumentos para la educación
- Educación a distancia

PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS

Informar de manera veraz, exacta, imparcial, profunda y oportuna.

Investigar e interpretar y opinar desde el interés público (del pueblo, de la sociedad civil, de los ciudadanos, del bien común de la sociedad).

Difundir, exigir y defender de manera proactiva los derechos y deberes personales y colectivos.

Fiscalizar con independencia a los poderes del Estado, del mercado y de la sociedad civil

OBJETIVOS GENERALES DE LA CARRERA

Formar comunicadores sociales que dominen las técnicas especializadas de la información, la opinión, la investigación, la producción en diversos medios, así como el desarrollo de relaciones comunicacionales en el interior y exterior de las organizaciones públicas y privadas de acuerdo con las demandas y exigencia de la realidad profesional. Todo esto, con el dominio de los recursos tecnológicos y multimedia indispensables para el cumplimiento de sus tareas en el competitivo campo laboral.

Forjar profesionales de alto nivel con sentido humanista, comprometidos en la búsqueda de la verdad y práctica de valores, aptos para contribuir al perfeccionamiento de nuestra sociedad.

Formar comunicadores sociales con sentido crítico, responsabilidad social y capaces de entender los fenómenos de interacción comunicativa, de cultura de masas y de existencia trans y cibercultural.



2. PERFILES DE LA CARRERA

Perfil del Ingresante:

1. Que tenga vocación por la profesión de comunicador.
2. Actúe con responsabilidad, puntualidad, cumplimiento, espíritu colaborador, trabajo en equipo, innovador y creativo; y con perspectiva estética.
3. Posee una comprensión lectora de escritura y redacción que le permita procesar conocimientos, textos, información, de la profesión para entender la cultura, la realidad social y comunicacional del país.
4. Capacidad de síntesis, análisis, reflexión y de resolución de problemas.
5. Comprende la importancia de defender los valores democráticos, las libertades de expresión e información, respetando los derechos humanos.
6. Entender la importancia del uso adecuado de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para el aprendizaje de la profesión.
7. De preferencia tenga el dominio de un idioma extranjero.

PERFIL ACADÉMICO PROFESIONAL DEL GRADUADO:

1. Investiga, genera y difunde conocimiento en el campo de la comunicación.
2. Procesa, produce información y comunica con eficacia y eficiencia a través de diversas plataformas.
3. Posee conocimientos humanísticos, científicos y tecnológicos, capacidad de análisis crítico, autocrítica y de síntesis para comprender los fenómenos sociales y comunicacionales.
4. Gestiona las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y reflexiona sobre su impacto en el desarrollo de la sociedad.
5. Planifica, organiza, dirige, asesora y evalúa proyectos comunicacionales en instituciones públicas, empresas y organizaciones sociales.
6. Innova y desarrolla su trabajo comunicacional con ética, con respeto a las leyes, los derechos humanos y la diversidad cultural.
7. Conocimiento intermedio de un segundo idioma, de preferencia inglés o lengua nativa.



8. Aplica criterios estéticos que le permite mediar con creatividad y eficacia en una sociedad multicultural.

3. PLAN DE ESTUDIOS

FUNDAMENTOS

Las Jornadas Curriculares de actualización del Plan de Estudios 2014 de nuestra Escuela realizadas durante estos últimos años, tienen como objetivo adecuarlos al Plan de Estudios de la Escuela de Estudios Generales de la UNMSM, esto para buscar el licenciamiento.

El Modelo Educativo de la UNMSM considera la relación universidad sociedad como un pilar del desarrollo integral del país, y que un plan de estudios, en nuestro caso el Plan de Estudios de Comunicación Social, debe reflejar las necesidades del país en el campo de la comunicación social, así como el de satisfacer las demandas de la globalización.

La universidad como espacio para la enseñanza superior del sistema educativo se define por la realización de cuatro funciones importantes:

1. Enseñanza profesional
2. Investigación científica
3. Política editorial y de publicaciones
4. Proyección Social y extensión universitaria

En las 20 Facultades y las 62 Escuelas Profesionales con que cuenta la Universidad Nacional Mayor de San Marcos para ofrecer servicios educativos para 28 mil estudiantes aproximadamente, deben cumplir con las funciones señaladas.

La función que caracteriza mejor a una universidad es la de formar profesionales, y se espera que al hacerlo debe hacerlo bien teniendo en cuenta los cambios y las exigencias que demandan a la universidad para estar a tono con los cambios que se dan en la realidad social, con las grandes transformaciones a nivel científico técnico, las exigencias de la comunidad, así como las aspiraciones y sensibilidad de los estudiantes.

Así un currículum para la Escuela de Comunicación en el siglo XXI tiene que satisfacer las siguientes demandas:

1. La del estudiante que ingresa a la escuela se hace la idea de que lo que va estudiar es lo que le gusta y se va a realizar en ella.
2. La escuela también tiene aspiraciones académicas para plasmarlo en el currículum.
3. La comunidad espera de los profesionales de la comunicación el cumplimiento honesto y responsable de su profesión.



4. La revolución científica técnica en el campo de las tecnologías de información y comunicación también debe tener presencia en el plan de estudios.
5. El mercado ocupacional requiere del comunicador social habilidades y conocimientos innovadores orientados al progreso integral del país.

Debe tenerse también en cuenta que los que ingresan a nuestra Escuela pueden estar en uno de estos dos grupos, que a continuación señalo, y que para efecto de los procesos de enseñanza aprendizaje debe de tenerse en cuenta.

- A. Aquellos estudiantes con vocación y tienen cultura general, consumen medios, y tienen hábitos de lectura.
- B. Estudiantes que ingresan a estudiar comunicación porque consideran que es una carrera fácil, pero que no tienen cultura general, no leen ni tienen bagaje cultural.

Tal vez lo que caracteriza nuestra época es la complejidad de hechos y fenómenos que se dan en la realidad que nos causan perplejidad y en algunas ocasiones no llegamos a comprender del todo bien, y como son hechos de la realidad están relacionados con la comunicación social, y exige del comunicador social los describa, analice y explique. En ese sentido, el Plan de Estudios debe ser innovador, prospectivo, integrador, humanístico y flexible,

Las áreas del currículo universitario comprenden:

- a. Formación de Estudios generales
- b. Formación de Estudios específicos
- c. Formación de Estudios de Especialidad
- d. Formación complementarios
- e. Práctica Pre profesionales

Respecto a las áreas de formación de estudios generales y de formación básica destacamos que estas dos áreas son la base, e zócalo del Plan de Estudios de nuestra escuela sobre el que van a descansar de una u otra manera, en mayor o menor grado la formación de especialidades, la formación complementaria y las prácticas pre profesionales.



PERFIL ACADÉMICO PROFESIONAL DE EGRESO POR COMPETENCIAS INTEGRALES

COMUNICACIÓN SOCIAL

ÁREAS O FUNCIONES de desempeño profesional	DIMENSIONES			COMPETENCIA
	DESTREZA	CONOCIMIENTO	ACTITUD	
Periodismo	Domina y produce todas las manifestaciones del periodismo (impreso, radial, televisivo, sobre la base del conocimiento de los fundamentos de su profesión,	Conoce los fundamentos de su profesión, desde sus orígenes hasta nuestros días.	Consiente de los principios éticos y deontológicos y de las características singulares de su especialidad.	Domina y produce todas las manifestaciones del periodismo (impreso, radial, televisivo, online y móvil) sobre la base del conocimiento de los fundamentos de su profesión, y Consiente de los principios éticos y deontológicos y de las características singulares de su especialidad
Comunicación Organizacional	Reconoce y utiliza críticamente las diversas teorías, metodologías y técnicas de la comunicación para explicar la realidad de comunicación en las organizaciones.	A partir del conocimiento de las diversas formas en que se desarrolla la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil y la sociedad política, a nivel nacional, regional y global.	Con actitud organizativa y responsabilidad social.	Domina y aplica las estrategias y técnicas de comunicación para el cambio y desarrollo de las organizaciones a partir del conocimiento de las diversas formas en que se desarrolla la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil y la sociedad política, a nivel nacional, regional y global.



				Con actitud organizativa y responsabilidad social.
Comunicación Audiovisual	Desarrolla e implementa los procesos de producción y realización audiovisual, implementando las nuevas tecnologías en el proceso y realizando aplicando las teorías y propuestas audiovisuales.	A partir del conocimiento de las diversas propuestas teóricas y pragmáticas sobre la comunicación y sus implicancias; así como de los principios del lenguaje audiovisual	Con actitud responsable, adaptativa, organizada, creativa y de liderazgo.	Desempeña con eficiencia las diversas tareas de gestión, planificación, investigación, guión, diseño, producción, dirección y edición audiovisual. haciendo uso de las diferentes líneas teóricas y metodológicas para abordar, comprender y explicar los problemas relacionados con la comunicación audiovisual y elaboración de propuestas, con actitud responsable, autocrítica, organizada, creativa y de liderazgo.
	Toma decisiones bajo presión, asume riesgos expresivos y liderazgo a partir de un manejo holístico del contexto social, laboral,	A partir del conocimiento de los aspectos expresivos, técnicos, económicos y legales, necesarios para la práctica eficiente y creativa de la producción y realización audiovisual. Y	Con actitud responsable, adaptativa, organizada, creativa y de liderazgo.	Toma decisiones bajo presión, asume riesgos expresivos y ejercicio liderazgo a partir de un manejo holístico del contexto social, laboral, convirtiéndose en un agente promotor y



	convirtiéndose en un agente promotor y difusor de cultura, información y recreación.	del conocimiento del contexto social y laboral		difusor de cultura, información y recreación, a partir del conocimiento de estos aspectos, Con actitud responsable, autocrítica, decidida y de liderazgo.
--	--	--	--	---



COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

FUNDAMENTOS

1. ANTECEDENTES

Comunicación Organizacional es una de las tres especialidades de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social que forma parte de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas. Se crea en 1996 con la reforma académica que la Facultad desarrolla en el verano de ese año. Las otras especialidades son Periodismo y Producción Audiovisual. Los estudios de especialidad se desarrollan luego de que el estudiante estudia tres años de formación básica en comunicación social, los dos últimos años son de especialización.

Un grupo de profesores propuso la creación de esta especialidad porque constató que la mayoría de los egresados se encontraban trabajando en instituciones tanto públicas como privadas. Ello como resultado de la saturación del reducido campo laboral de los medios de comunicación masiva, la inestabilidad laboral y los bajos salarios. Muy por el contrario, el mercado laboral en las organizaciones es amplio y diverso y requiere comunicadores preparados en este campo.

Han transcurrido 16 años y vemos con satisfacción una especialidad en desarrollo y proyectada tanto en el sector público como en el privado y que se posesiona en nuestro medio como parte de un proceso mayor en América Latina. Algunas universidades del interior del país, también están especializándose en el campo de la comunicación organizacional por las exigencias del campo laboral. Ello reafirma una tendencia producto del desarrollo del campo laboral y de las exigencias de la realidad.

Creemos, sin embargo, que es necesario reflexionar sobre nuestro trabajo desarrollado para avanzar hacia un nivel superior de trabajo en el campo académico y profesional. Con muchas limitaciones, pero con el esfuerzo colectivo de los profesores y estudiantes de la especialidad, hemos cumplido un periodo y es necesario iniciar uno nuevo. Hoy tenemos un equipo docente que ha sabido construir sus asignaturas, se han consolidado en el campo académico y profesional en la especialidad. Todos nuestros docentes tienen una importante presencia profesional en instituciones públicas y privadas lo que retroalimenta su capacidad académica en forma permanente.

2. ORÍGENES Y DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional se produce como una sinergia entre la Ciencia de la Comunicación y la Teoría Organizacional a la cual contribuyeron, también, la administración, la sociología de las organizaciones y la psicología organizacional. Los teóricos clásicos de la organización orientaron su análisis al campo de la comunicación, igualando a ésta como el flujo ascendente de mensajes y la persuasión de los trabajadores (Taylor, 1912), documentos y la autoridad para dar órdenes (Weber, 1947), el flujo horizontal de información (Fayol, 1925-49), y con canales formales de comunicación (Barnard, 1938-68), entendidos como las rutas dictadas por la jerarquía.



Según Denise Shumal, "De la Teoría Organizacional emergieron las Relaciones Públicas, cuyos expertos sirven de nexos humanos entre organizaciones, entre éstas y el/los clientes, entre estas y los medios de comunicación y entre las organizaciones y el público. Esta actividad se vio luego vinculada a las florecientes áreas de Propaganda y Publicidad, así como a la Opinión Pública. Paralela a ella surgió la Comunicación Administrativa o Comercial, que produjo una serie de cursillos, con técnicas para escribir y eventualmente hablar correctamente (Oratoria u Ortología)".

El aporte más importante ha provenido de los Estados Unidos, tal como lo señala Linda Putnam, una de las más renombradas expertas en Comunicación Organizacional de ese país, que postula que esta emergió de tres tradiciones: de la "comunicación del habla" (*speech communication*), la persuasión (publicidad y propaganda juntas), el discurso público (u oratoria) y la Teoría de la Comunicación Humana. En EE.UU. el *speech communication* cuenta con un gran prestigio y constituye una unidad o escuela propia. Según Putnam, el estudio académico de la Comunicación organizacional, data de los años 20, cuando se empezó a adiestrar a los ejecutivos en el arte de la palabra. Para Jablin, no fue hasta 1972, con la publicación del libro de Charles Redding *Communication within the Organization*, que se hizo una revisión e interpretación de la literatura comunicacional de las organizaciones. Otro texto que se publica en la misma época es el de Lee Thayer, *Comunicación en las Organizaciones*. Con ellos, indican los expertos norteamericanos se da origen a la Comunicación Organizacional, propiamente como tal.

Asimismo Irene Trelles señala que históricamente la comunicación organizacional marca su evolución inicial en los Estados Unidos con autores como Charles Redding, Frederick Jablin, Linda Putnam, Gary Kreps y en Europa con Joan Costa, Justo Villafañe, José Luis Piñuel, José Gaitán, Annie Bartoli y Cees Van Riel. En América Latina se ha enraizado con Gaudencio Torcuato, Carlos Fernández Collado, Abraham Nosnik, Rafael Serrano, María Luisa Muriel y Carmen Rota.

La comunicación organizacional (Ingrids Rodríguez) puede ubicarse en el campo universal de las ciencias sociales alrededor de hace tres décadas, la cual se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades.

Fernández Collado define la comunicación organizacional como "el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y su medio", también la entiende como: "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápido los objetivos".

Las condiciones que han permitido el nacimiento y desarrollo de la comunicación organizacional, según Carlos Sotelo son:

- a) El reconocimiento del derecho universal a la información.
- b) La consolidación del entorno de la comunicación pública como principal espacio de construcción social.



- c) La democratización de las sociedades y la mayor participación social de los ciudadanos.
- d) La generalización de la economía de mercado y el auge de la comunicación comercial.
- e) La aceptación general de la responsabilidad pública de las organizaciones.

Sotelo, afirma también, que hasta el decenio de los ochenta, la doctrina y la práctica de origen norteamericano determinaron la evolución general de la comunicación organizacional, sin embargo, conforme la profesión se asentaba en otros países surgieron nuevas aportaciones para la comprensión y ejercicio de la disciplina. La más destacada es la corriente de la Dirección de Comunicación o Comunicación Corporativa, que tiene su origen y desarrollo en Europa, en concreto en Francia.

El concepto de Dirección de Comunicación, como lo señala Sotelo, desde el punto académico ha sido tratado por autores como Van Riel (1997), Costa (1995) o Argenti (2003), incide en la tesis de que las organizaciones poseen una identidad corporativa singular, que deben proyectar sobre el mercado de la información para lograr el reconocimiento de sus públicos y generar en ellos una imagen positiva. Es así que Sotelo concluye, que si la teoría de las Relaciones Públicas hacía énfasis en la comunicación externa y en la necesidad de resolver los problemas de entendimiento entre una organización y sus públicos, la teoría de la Dirección de Comunicación o Comunicación Corporativa destaca que toda organización debe presentar una personalidad coherente ante los ciudadanos, como consecuencia de su condición de entidad social. Para ello debe integrar todas sus actividades de comunicación, para que todas ellas transmitan la misma misión y cultura corporativas.

En conclusión la comunicación organizacional es una función directiva que trata de proyectar la identidad de las organizaciones en la esfera social mediante una estrategia de comunicación coordinada.

3. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN AMÉRICA LATINA Y EL PERÚ

En América Latina, la comunicación organizacional anglosajona y francesa se ha difundido en las universidades, en particular la norteamericana. Según Casares, la práctica profesional de la comunicación organizacional en las organizaciones en América Latina ha tenido tres etapas marcadas: una centrada en los medios en los 60, una segunda en la comunicación interpersonal y grupal para el desarrollo organizacional en los 70 y una última en la que se busca una comunicación organizacional integral que posibilite las relaciones humanas más eficientes en función de los objetivos y una imagen coherente con su identidad.

Las universidades en América Latina incorporaron esta materia, primero dentro de la currícula de administración en los años 50 y en la década del 70 en las Escuelas de Periodismo. Posteriormente se ha constituido como una especialidad en el campo de la comunicación social, luego de la transformación, en América Latina, de las Escuelas de Periodismo en Escuelas de Comunicación en la década de los 70. Un importante desarrollo en América Latina lo tiene México, Brasil, Colombia, donde han surgido no solo los estudios de pregrado sino, también, las Maestrías en Comunicación Organizacional. Recientemente, en la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, se ha creado una Maestría en Comunicación Organizacional.



En el Perú, el desarrollo ha sido muy desigual. Inicialmente la Universidad de Lima desarrolló un área que con la reformulación de su plan de estudios, diluye dicha área y genera un sistema para una especialización a partir de las necesidades de los estudiantes. El área de comunicación organizacional se ha reducido a algunos cursos con énfasis en el sector empresarial. Por otro lado, están las Universidad Federico Villarreal y al Universidad de San Marcos. Esta última crea dicha especialidad en 1996 con un innovador plan de estudios que posteriormente se difunde en las universidades del interior del país, como es el caso de la Facultad de Comunicación de Huancayo, reproduciéndose a partir de su modelo.

5. OBJETIVOS DE LA CARRERA DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL

Al término de sus estudios profesionales el egresado de la especialidad de Comunicación Organizacional será capaz de:

1. Estudiar y comprender las características de las organizaciones en la sociedad y las funciones de la comunicación en éstas.
2. Identificar las diversas teorías sobre las organizaciones y las tendencias de la Investigación en comunicación organizacional.
3. Investigar la dinámica de formación, estructura y liderazgo en las organizaciones.
4. Analizar la coyuntura política para la toma de decisiones, estrategias de las organizaciones en diferentes ámbitos local, regional, nacional y mundial.
5. Estudiar las creencias, valores y manifestaciones culturales en las organizaciones.
6. Realizar diagnósticos comunicacionales en las organizaciones para formular proyectos, planes y programas de comunicación.
7. Analizar y sistematizar experiencias de comunicación en las organizaciones, evaluar sus resultados y elaborar informes.
8. Organizar, dirigir y gerenciar empresas de comunicación social.
9. Formular, ejecutar y evaluar proyectos sociales con componente de comunicación en las organizaciones.
10. Investigar y formular políticas de comunicación en las instituciones públicas o privadas.
11. Desarrollar programas de capacitación y perfeccionamiento en las organizaciones.
12. Diseñar, planificar y ejecutar procesos de edición de impresos y productos electrónicos (audiovisuales, multimedia, etc.)
13. Elaborar material gráfico y audiovisual para los procesos educativos.
14. Asesorar y diseñar estrategias de imagen política, institucional o corporativa.
15. Organizar y dirigir programas de promoción cultural, campañas de publicidad y propaganda; sociales, políticas o comerciales.
16. Producir mensajes para los diferentes medios, soportes y entornos de comunicación haciendo uso apropiado de las tecnologías vigentes.
17. Tener la capacidad de identificar y manejar la crisis en ejecución y el diseño de estrategias para afrontar la crisis en comunicación. Evaluarlas para prevenir futuras crisis.



18. Analizar las características de la comunicación intercultural en la zona de intervención, diseño de estrategias de comunicación intercultural y evaluación de su aplicación.
19. Conocer y utilizar las TIC's para el desarrollo de la comunicación Organizacional con un enfoque inclusivo, intercultural y comunitaria.
20. Diseñar, planificar, ejecutar y evaluar proyectos de comunicación



PERFIL DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL

CONOCIMIENTOS Qué debe saber	HABILIDADES Y DESTREZAS Qué debe saber hacer	ACTITUDES Y VALORES Qué es
Conocer las diversas formas en que se desarrolla la comunicación en las organizaciones de la sociedad civil y la sociedad política, a nivel nacional, regional y global.	Investigar científicamente los problemas de la comunicación organizacional a nivel nacional, regional y global que permitan formular alternativas de solución.	Creador y promotor del conocimiento científico de la realidad de la comunicación en las organizaciones.
Conocer las diversas teorías de comunicación y en particular de la comunicación organizacional, así como sus aplicaciones en el campo de la comunicación en los diferentes tipos de organización.	Reconocer y utilizar críticamente las diversas teorías y técnicas de la comunicación para explicar la realidad de comunicación en las organizaciones y producir nuevos conocimientos.	Desarrolla su trabajo profesional con responsabilidad y organizadamente aplicando las teorías, metodologías, estrategias y técnicas adecuadas.
Conocer las teorías sobre las organizaciones y los tipos de organizaciones teniendo en cuenta su comunicación y cultura a nivel nacional, regional y global.	Reconocer los tipos de organizaciones y acciones de comunicación organizacional para el cambio y desarrollo de las organizaciones y el logro de sus planes estratégicos de desarrollo.	Es promotor del cambio mediante la investigación y acción participativa e inclusiva respetando la diversidad cultural de los diferentes públicos.
Como investigador debe conocer las diversas perspectivas teórico-metodológicas y las técnicas de investigación en comunicación organizacional.	Desarrollar los diferentes métodos, técnicas y tecnologías de investigación en Comunicación Organizacional.	Es un profesional comprometido con los valores democráticos, los derechos humanos, cultura de paz y el respeto al ambiente.
Conocer los tipos de crisis que afectan a las organizaciones, sus características, procesos y las estrategias de solución a nivel nacional, regional y global para promover una cultura de paz y el respeto al ambiente.	Utilizar estrategias y planes de comunicación para la solución de los procesos de crisis en las organizaciones.	Es un profesional líder en su campo, con capacidad de liderazgo para trabajar en equipo, en forma armónica y tolerante, con capacidad para el cambio e innovación para el desarrollo de las personas y organizaciones.
Conocer el diseño, ejecución y evaluación de proyectos de comunicación organizacional para diferentes públicos y contextos sociales.	Realizar evaluaciones y auditorías de los procesos, programas y productos de comunicación.	Es innovador, creativo, emprendedor y comprometido con el



Conocer los diferentes sistemas y estrategias de formación, entrenamiento y capacitación para los diferentes públicos en las organizaciones.	Diseñar, planificar, ejecutar y evaluar programas de formación, entrenamiento y capacitación para los diferentes públicos en las organizaciones en comunicación.	desarrollo sostenible. Es creativo, innovador y promotor de su campo académico y profesional en las diversas organizaciones.
Conocer las creencias, valores, símbolos y culturas de las organizaciones y la gestión de los recursos simbólicos con un enfoque intercultural.	Gestionar y promover la comunicación intercultural.	Es un profesional que promueve la comunicación en las organizaciones, haciendo uso responsable y apropiado de las TIC.
Conocer los lenguajes de los diferentes medios y entornos de comunicación para la creación, circulación e intercambio de mensajes en las organizaciones y la sociedad.	Utilizar los lenguajes y formatos apropiados para la producción y gestión de mensajes en los diferentes medios y nuevos entornos de comunicación.	Es un profesional creativo, innovador, responsable, emprendedor y comprometido con el desarrollo de las PYMES.
Conocer los tipos de identidad e imagen de los diferentes tipos de organizaciones.	Identificar, señalar, evaluar la identidad e imagen de las diferentes organizaciones, con incidencia en las medianas y pequeñas empresas.	



MALLA CURRICULAR COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Formación de Especialidades			
Ciclo 7	Ciclo 8	Ciclo 9	Ciclo 10
Taller de Producción de Materiales Mediales de Comunicación Organizacional 4 Cr.		Gestión de la Comunicación Digital en las Organizaciones 4 Cr.	
	Empresa de Comunicación 4 Cr.		
Investigación en Comunicación I 4 Cr.	Investigación en comunicación II 4 Cr.	Seminario de Tesis I (0003) 6 Cr.	Seminario de Tesis II (0003) 6 Cr.
Comunicación y Crisis 4 Cr.	Comunicación para el Desarrollo 4 Cr.		
Comunicación Educativa 4 Cr.	Comunicación Política 4 Cr.		Evaluación y Auditoría de Comunicación Organizacional 5 Cr.
Cultura Organizacional 4 Cr.	Planificación Estratégica 5 Cr.	Proyectos de Comunicación 5 Cr.	Gerencia de Proyectos de Comunicación 5 Cr.
Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)
Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales



PLAN DE ESTUDIOS 2018

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05606	Comunicación Educativa	4	2	4		
	Cultura Organizacional	4	3	2		
	Investigación en Comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35021	Taller de Producción de Materiales Mediales de Comunicación Organizacional	4	2	4		
	Comunicación y Crisis	4	2	3		

OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35034	Planificación Estratégica	5	3	2		
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35036	Empresa de Comunicación	4	3	2		
L35037	Comunicación para el Desarrollo	4	4	0		
L35038	Comunicación Política	4	3	2		

NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05683	Proyectos de Comunicación	5	3	2	L35034	Planificación Estratégica
	Gestión de la Comunicación Digital en las Organizaciones	4	4	0		
L35051	Seminario de Tesis I (0003)	6	6	0		Investigación en Comunicación II

DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35060	Gerencia de Proyectos de Comunicación	5	2	4		
L35061	Evaluación y Auditoría de Comunicación Organizacional	5	3	2		
L35063	Seminario de Tesis II (0003)	6	6	0	L35051	Seminario de Tesis I (0003)



PERIODISMO

FUNDAMENTOS

El periodismo es, sin duda, la expresión social más significativa de la comunicación humana. En muchos aspectos periodismo es sinónimo de la comunicación más importante en todos los países del mundo, en manifestaciones cada vez más globales e impactantes por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, TICs., que dio origen a la vigente Sociedad de la Información.

En consecuencia, el campo de acción de la enseñanza del periodismo en las universidades ha exigido siempre una preponderante preocupación. Las actuales especialidades de Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social tuvieron su origen más que centenario en la esencial formación periodística.

Los estudios de periodismo han experimentado una continua evolución. Surgieron hace siglo y medio en Occidente, primero como centros organizados por la profesión misma para dar capacitación técnica a los aspirantes que se proponían llegar a ser periodistas. Las primeras escuelas de periodismo fueron creadas en Estados Unidos, donde tienen una verdadera tradición, y funcionaron agregadas a Universidades, en estrecha colaboración con los grandes medios desde principios del siglo XX. La enseñanza universitaria del periodismo se cimentó en 1912 con la creación de la famosa Escuela de Periodismo para Posgraduados de la Universidad de Columbia. Joseph Pulitzer, al apoyar la creación de esa escuela indicó: "El periodismo debe ser una de las grandes profesiones intelectuales. Los que la practique deberán tener conocimientos de política, literatura, gobierno, principios y tradiciones constitucionales, historia, economía política, y también en materia de historia y poder de la opinión pública, y de servicios públicos"

En Europa la enseñanza del Periodismo se desarrolló en forma diferente: optaron por las instituciones universitarias de tradición cultural.

En el Perú San Marcos fue la segunda universidad en crear los estudios de periodismo. La primera fue la Universidad Católica con su Instituto de Periodismo en 1945. Dos años después nuestra casa de estudios abrió su propio Instituto.

Se decidió que los estudios duraran cuatro años, dos de cultura general y dos de especialidad. Para recibir el título se elaboraría una monografía. Había dos categorías de alumnos: los formales y los libres. Los primeros eran los alumnos regulares que estudiaban para ser periodistas; los segundos eran periodistas en actividad que debían cumplir determinados requerimientos académicos. Al final obtendrían un certificado.

Tanto el rector Luis Alberto Sánchez como el director José Gabriel tenían una visión particular del periodismo. Pensaban que debía darse la preferencia a la cultura general y luego pasar al periodismo. Ambos admiraban el periodismo europeo distinto al norteamericano y quería profesionales de sólida cultura.

Desde su creación los estudios periodísticos en San Marcos han sufrido los embates políticos y los cambios en la estructura académica de la universidad. Salvo el destacado periodista español Corpus Barga que se retiró en 1968, los directores de lo que se llamó Instituto y luego Escuela, fueron connotados catedráticos e intelectuales, hasta que en 1984 se eligió como tales a profesores profesionales.

En 1996 la Escuela de Periodismo cambió de nombre para llamarse Escuela de Comunicación Social, con la especialidad periodística reducida a una de las tres con



que se cuenta hasta ahora (Comunicación Organizacional y Producción Audiovisual, son las otras dos).

Grandes Desafíos

Pocas profesiones como la del periodismo tienen que enfrentar el desafío de la utilización y aplicación de los incontenibles y cada vez más sorprendentes avances tecnológicos. Esos avances están originando nuevas especialidades en la actividad informativa. Al periodismo escrito, le siguió el periodismo radial y luego vino el periodismo televisivo y, en la actualidad y en pleno desarrollo, el periodismo online, multimedia o ciberperiodismo.

El papel del periodista es clave, puesto que ocupa una posición intermedia entre lo que ocurre y lo que llega al receptor. Su figura debe poseer una serie de cualidades que garanticen la profesionalidad; espíritu investigador y un profundo compromiso con los principios de veracidad y objetividad, además de trabajar su narrativa, expresión y capacidad de comunicación y aprendizaje.

Desde otro ángulo, ninguna profesión civil significa para sus miembros tantos riesgos y dificultades. Muchas veces el periodista tiene que exponer hasta la vida para cumplir con sus obligaciones informativas. Todos los años fallecen decenas de periodistas o son objeto de agresiones de toda índole. El ejercicio imparcial y ético de la profesión por lo general es incómodo para muchos sectores, especialmente los oficialistas.

Pero los avances tecnológicos, en especial Internet, han dado nacimiento a lo que podría ser la gran amenaza para la formación misma de los periodistas en las universidades. Más aún, ocasionar la desaparición de las facultades y escuelas de Periodismo, tal como ya está ocurriendo en los Estados Unidos.

Nos referimos al llamado Periodismo Ciudadano, al periodismo practicado por quienes no han estudiado la profesión. De los que sostienen que "El periodismo es un oficio que se aprende con la práctica, no en una escuela o una Facultad. Basta con tener cultura, interés e inquietud."

El término de Periodismo Ciudadano fue creado por el periodista y profesor norteamericano Dan Gilmore en 2001. Gilmore apostó por los nuevos proyectos de periodismo participativo, por los blogs y por una nueva forma de hacer periodismo, más personal, más confiada en los criterios formados en la interacción, más enfocada a la conversación que al texto y, sobre todo, menos autoritaria y más participativa.

Gilmore afirmó que irá desapareciendo lo que ahora se considera periodista y surgirá la figura del comunicador. Él ve positivamente los avances tecnológicos en aplicación al periodismo, y el uso que los ciudadanos hacen y harán de ellos.

Nos encontramos, pues, ante un panorama que acentúa aún más el protagonismo de los lectores o de las personas que constituyen las distintas audiencias. Sin embargo esta idea no es nueva. Ya en 1995, Nicholas Negroponte predijo en su libro *Ser digital*, que en el futuro las noticias en línea darían a los lectores la habilidad de escoger solo los temas y las fuentes que les interesan. Y ese futuro ha llegado ya. El tradicional modelo comunicativo concebido por el pensador norteamericano Harold Lasswell, -el conocido como "paradigma de Lasswell"- de emisor-canal/mensaje-receptor, se pone en tela de juicio.

Los hábitos de consumo de medios y la actitud de la audiencia ante éstos han cambiado en los últimos años. Existe un segmento de población que no se limita a una acción pasiva frente a los medios, sino que prefiere producir y participar, ayudado por



las inmensas posibilidades que brindan actualmente las nuevas tecnologías. Ese nuevo y relevante papel de los receptores tiene mucho que ver con las posibilidades de interactuar que la red ofrece a los usuarios.

Con todo, en esta nueva situación, no es difícil percibir cómo el número y el perfil de los usuarios están llamados a tener un creciente protagonismo informativo, social y económico, pues ahora los lectores no solo condicionan, sino que incluso dirigen u orientan la especialización y la temática informativa.

No será difícil que en los próximos años los lectores de noticias puedan leer relatos elaborados por otros lectores como ellos, mezclados con el trabajo de los periodistas convencionales.

Debido a esta realidad, hay quienes sostienen, como se ha indicado, que para ser periodistas no se necesita estudiar en escuela o facultades. Y ya hay movimientos vigorosos en algunos países para no considerar la necesaria profesionalización de los hombres de prensa. Es decir, haber estudiado en una universidad.

Para refutar tal posición, no se debe aceptar que el periodismo sea considerado como un simple oficio o una muestra de habilidades en el uso de tecnologías o de una simple aplicación de técnicas pragmáticas en el cumplimiento de las tareas periodísticas.

Ha llegado, ahora más que nunca, la necesidad de refutar las temerarias opiniones no con simples afirmaciones, sino con la demostración contundente de que el periodismo posee un saber científico y que debe ser considerado como una ciencia social fáctica.

De esta manera, así como nadie se atrevería a decir que para ejercer la medicina basta con ser un curandero, así también se debe sostener que siendo el periodismo una profesión universitaria, con todo el alcance académico del caso, cualquier intruso, sin formación científica adecuada, no puede ser considerado periodista.

Porque, de ser así, se estaría aceptando que los periodistas puedan ser formados en institutos o academias, en carreras cortas, no universitarias. O, en el extremo, como se ha expuesto, que para ser periodista no hay necesidad de hacer estudios. Tampoco se puede aceptar que el periodismo sea una actividad propia de la inspiración de artistas y literatos, tal como lo demandó el premio Nobel Gabriel García Márquez, al plantear, en un Seminario en Colombia, que se le reconozca como "un género literario mayor de edad, como la poesía, el teatro, y tantos otros".

Y este es uno de los grandes desafíos que tienen que enfrentar las facultades y escuelas de periodismo: formar debidamente a sus estudiantes y no correr el peligro de su desaparición. Para ello deben vigorizar la capacitación profesional, científica, multimedia, en el marco distintivo de una formación humanista y ética, que sólo la universidad puede proporcionar.

OBJETIVOS DE LA CARRERA PERIODÍSTICA

Los egresados de la especialidad de Periodismo deben estar suficientemente capacitados para tener éxito en el cada vez más competitivo y complejo mundo de la información. Deben no sólo exhibir un dominio de los diferentes lenguajes periodísticos, sino ejercer su profesión con un exigente respeto de los principios deontológicos, una amplia cultura de actualidad y mostrar en todo momento una actitud crítica ante los sucesos en un contexto de gran preocupación por la superación de su realidad social. Deben aceptar que la profesión periodística es considerada como una de las más peligrosas por los riesgos de su práctica. También que su formación



universitaria es puesta a prueba por la creciente realidad del periodismo ciudadano, ejercido por improvisados.

Para ello, deben responder adecuadamente a estas exigencias:

1. Mostrar un interés permanente por los hechos y acontecimientos que ocurran en su país y en el resto del mundo.
2. Poseer un gran sentido de la noticia para estar en condiciones de determinar el interés general de los hechos.
3. Tener una sólida visión integral de los procesos contemporáneos e históricos, con una visión humanística y reflexiva que otorgue un amplio sentido crítico para la investigación y exploración de nuevos conocimientos.
4. Ser creativo, perspicaz con una constante búsqueda de soluciones novedosas para encarar la problemática informativa
5. Dominar la utilización de los recursos tecnológicos del mundo digital que le exigirá una indismayable actualización, debido al vertiginoso desarrollo de los mismos.
6. Aceptar el desafío de la problemática de internet y el periodismo ciudadano que se practica en ella.
7. Diferenciar la opinión de la información para cumplir debidamente con las exigencias de un periodismo objetivo y veraz.
8. Estar capacitado para la práctica periodística en todas sus manifestaciones (impreso, radial, televisivo, online, móvil) y con ello responder debidamente a la necesidad cada vez más generalizada de periodistas multimedia en las empresas.
9. Dominar los diferentes recursos para la cobertura de fuentes informativas y el establecimiento de relaciones provechosas con esas fuentes.
10. Estar plenamente convencido de que la profesión periodística atraviesa por una etapa de cambios y dificultades económicas y financieras.
11. Dominar el estilo general de la redacción periodística: claro, conciso, preciso, fluido, sencillo, ágil, directo, fácilmente comprensible.
12. Ser capaz de desempeñarse eficientemente en los diferentes cargos y funciones de los medios de comunicación.
13. Crear y dirigir empresas propias para ejercer la actividad periodística en sus múltiples manifestaciones.
14. Ejercer un periodismo responsable y preocupado de impactar constructivamente en la opinión pública.
15. Estar preparado para practicar el periodismo de profundidad, basado en investigaciones cuidadosas.



16. Mostrar una gran resistencia física e inmejorable salud para afrontar las exigencias de una actividad que, generalmente, no tiene horarios, descansos y muchas veces se cumple en lugares inhóspitos y difíciles.
17. Estar consciente de que el periodismo es una de las profesiones más peligrosas y su ejercicio significa, a veces, riesgos mortales.
18. Capacitarse permanentemente en las nuevas expresiones y soluciones informativas.
19. Dominar por lo menos un idioma extranjero, de preferencia el inglés, el más universal de todos.
20. Aceptar que el desempeño periodístico puede originar fama, prestigio y una popularidad como en pocas profesiones.



PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA

CONOCIMIENTOS Qué debe saber	HABILIDADES Qué debe saber	ACTITUDES Qué es
Conoce los fundamentos de su profesión, desde sus orígenes hasta nuestros días	Aplicar los sentidos crítico, histórico y documental para lograr una debida apreciación de esos fundamentos.	Es un profesional consciente de las características singulares de su especialidad.
Domina todos las manifestaciones del periodismo (impreso, radial, televisivo, online y móvil)	Demostrar eficiencia y capacidad en el desempeño de las labores en cada medio	Es un profesional de sólida y amplia formación periodística
Está al día en el conocimiento y de los últimos avances tecnológicos	Utilizar y aplicar los recursos de la nueva tecnología digital	Es alguien que muestra permanente interés e inquietud por los adelantos tecnológicos.
Conoce la gran importancia de la investigación para profundizar sucesos y revelar y denunciar casos inéditos	Realizar investigaciones responsables y de gran impacto informativo	Desarrolla una labor de denuncia para que la opinión pública presione para corregir irregularidades. Es un vocero de la gente.
Domina la importancia de los principios éticos y deontológicos de su profesión	Actuar en todo momento teniendo en cuenta las exigencias de un comportamiento ético.	Es ejemplo de profesional ético y responsable que respeta la objetividad y veracidad noticiosas y defiende la libertad de información
Conoce las exigencias del periodismo polivalente y aplicable en varias plataformas informativas.	Demostrar el dominio práctico del desempeño multimedia.	Profesional capacitado para ejercer su actividad en cualquier plataforma informativa



Conoce el rol del periodista en un sociedad de cambios y de profunda influencia social y participativa	Actuar con gran vocación y compromiso social en sus tareas periodísticas	Es un promotor de la educación y la cultura a través de la información.
Conoce y respeta la realidad en la que va a ejercer su profesión que exige mucha entrega, esfuerzos y sacrificios que pueden poner en riesgo su integridad física.	Superar inconvenientes y limitaciones en las coberturas y estar convencido de enfrentar desafíos a veces muy peligrosos	Está dispuesto a enfrentar todas las demandas y riesgos en el cumplimiento de sus tareas informativas.
Domina las características de la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión.	Ejercitarse en la práctica intensa y permanente de los diversos géneros periodísticos	Profesional dominador de los diferentes géneros periodísticos
Distingue las nuevas técnicas y procedimientos informativos para hacer posible un periodismo innovador y creativo.	Saber aplicar y utilizar todas las técnicas y procedimientos en las diferentes manifestaciones periodísticas.	Experto en la aplicación de técnicas y procedimientos de acuerdo con las características de los medios



MALLA CURRICULAR PERIODISMO

Ciclo 7	Ciclo 8	Ciclo 9	Ciclo 10
Análisis del Discurso Periodístico 3 Cr.	Periodismo de Investigación 4 Cr.	Crónicas y Nuevas Narrativas 4 Cr.	Periodismo de Opinión 4 Cr.
Diseño periodístico 3 Cr.			
Periodismo Radial I 4 Cr.	Periodismo Radial II 4 Cr.	Periodismo Digital 4 Cr.	
Investigación en comunicación I 4 Cr.	Investigación en comunicación II 4 Cr.	Seminario de Tesis I (0004) 6 Cr.	Seminario de Tesis II (0004) 6 Cr.
Periodismo de Televisión I 4 Cr.	Periodismo de Televisión II 4 Cr.	Especialidades en el Periodismo I 3 Cr.	Especialidades en el Periodismo II 3 Cr.
Gestión de Empresas Periodísticas 4 Cr.	Proyectos Empresariales Periodísticos 4 Cr.		
Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)
Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales



PLAN DE ESTUDIOS 2018 PERIODISMO

SEPTIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35014	Diseño Periodístico	3	1	4		
L35015	Gestión de Empresas Periodísticas	4	2	4		
L35016	Periodismo Radial I	4	2	4		
	Investigación en comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35017	Periodismo de Televisión I	4	2	4		
L35018	Análisis del Discurso Periodístico	3	3	0		

OCTAVO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35030	Proyectos Empresariales Periodísticos	4	3	2	L35015	Gestión de Empresas Periodísticas
L35031	Periodismo Radial II	4	2	4	L35016	Periodismo Radial I
L35032	Periodismo de Televisión II	4	2	4	L35017	Periodismo de Televisión I
L35033	Periodismo de Investigación	4	3	2		

NOVENO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Crónicas y nuevas narrativas	4	3	2		
L35045	Especialidades en el Periodismo I	3	2	2		
L35046	Periodismo Digital	4	3	2		
L35048	Seminario de Tesis I (0004)	6	6	0		Investigación en Comunicación II

DÉCIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35057	Especialidades en el Periodismo II	3	2	2	L35045	Especialidades en el Periodismo I
L35058	Periodismo de Opinión	4	2	4		
L35059	Seminario de Tesis II (0004)	6	6	0	L35048	Seminario de Tesis I (0004)



COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

FUNDAMENTOS

La especialidad de Comunicación y Producción Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de San Marcos, es un espacio de formación académica y profesional que busca armonizar los componentes de investigación y realización, los aspectos teóricos y técnicos, lo conceptual y lo práctico, la reflexión y la experimentación, para la comprensión y manejo responsable y creativo de las artes y medios audiovisuales.

Ante un entorno social, tecnológico y laboral que ejerce presión sobre las universidades y centros de estudios para que se limiten a reproducir las estructuras existentes y a fomentar la formación de "ingenieros emocionales", mediante enfoques pragmáticos y utilitarios, nuestra especialidad plantea un horizonte formativo multidisciplinario y holístico.

El estudiante de Comunicación y Producción Audiovisual de San Marcos aprende a valorar las posibilidades de los instrumentos tecnológicos y a sentirse cómodo con ellos, pero los toma como medios y no como fines, como herramientas para el trabajo central de comprensión y creación de procesos y mensajes audiovisuales relevantes, como utensilios para la producción de imágenes y sonidos social y culturalmente significativos.

Las experiencias históricas muestran a los defensores a ultranza de la máquina, y entre ellos a los apologistas de la tecnología audiovisual en sí misma -aquellos que conformaron el movimiento de Cine Futurista en las primeras décadas del siglo veinte-, como los mismos actores que fueron también simpatizantes o militantes activos de las propuestas políticas del estado-máquina y del hombre-máquina, aquellos sistemas que destruyen la libertad y estandarizan el pensamiento. Cuestionamos esos enfoques y aspiramos, al contrario, a promover en el campo audiovisual, el surgimiento de propuestas creativas equivalentes a aquellas de las grandes creaciones en nuestra literatura, nuestra música o nuestras artes plásticas, que alcanzan valor universal y trascendencia, precisamente a partir de la afirmación de la identidad y el espíritu humano.

La riqueza de un espacio académico de investigación, exploración y creación como el nuestro, se encuentra sobre todo en las interrogantes que plantea, en la constante búsqueda de caminos que permitan mejorar y repensar nuestra propia actividad, de acuerdo al entorno cambiante y diverso en que nos encontramos; en ese sentido, los propios códigos audiovisuales pueden ser objeto de escrutinio para actualizar sus objetivos y verificar su pertinencia. Una actitud abierta, inquisitiva, ante las propuestas sobre el carácter universal del lenguaje audiovisual, permite examinar por ejemplo, si ese lenguaje dice lo mismo y de la misma forma en todas partes, si tiene al menos variantes dialectales o si admite alguna entonación local, regional. Esa vía deja espacios para indagar si hay una sola forma de crear y producir obras radiales, cinematográficas, audiovisuales, que se deba copiar y pegar de una realidad a otra, y sobre todo, permite replantear de manera recurrente, el rol del aprendizaje y la enseñanza audiovisual en el contexto de una sociedad periférica y de una universidad pública como la nuestra.

En la especialidad de Comunicación y Producción Audiovisual, construimos conocimiento y creamos con el aporte de nuestros estudiantes y en diálogo



permanente con la sociedad y el mundo que nos rodea. Ante las múltiples alternativas profesionales y académicas que ofrecen los nuevos espacios de información y comunicación, y las nuevas tecnologías, proponemos un enfoque formativo integral, humanístico y multidisciplinario que busca estimular la curiosidad científica y la creatividad, proporcionar autonomía profesional y ampliar los horizontes para desarrollarse de manera exitosa ante los procesos de transformación que involucran a los medios de comunicación audiovisual en la sociedad contemporánea.

2. OBJETIVOS DE LA CARRERA DE COMUNICADOR AUDIOVISUAL

La formación de los profesionales egresados de la especialidad de Comunicación y Producción Audiovisual, al mismo tiempo que busca insertarlos de manera competitiva en el mundo laboral, se propone también desarrollar en ellos un sentido crítico y creativo con respecto a las realidades sociales y políticas contemporáneas, valorando en particular las alternativas de adaptación de códigos, estructuras, procesos y metodologías, a la especificidad de los contextos y necesidades nacionales y locales. Para ello, la especialidad proporciona los conocimientos humanísticos y científicos, las competencias técnicas y el desarrollo de actitudes que permitan:

- 1.- Conocer la historia y evolución de las artes y medios audiovisuales (fotografía, sonido, cine, radio, televisión, multimedia, hipermedia), sus posibilidades estéticas, técnicas y sociales, su relevancia cultural y sus alternativas de uso y adaptación.
- 2.- Investigar, comprender y explicar los procesos comunicativos y los mensajes audiovisuales, manejando diversos planteamientos teóricos en diferentes contextos educativos y culturales, políticos y sociales.
- 3.- Internalizar la ética y deontología profesional, y conocer las bases legales, económicas y morales que inciden en la práctica profesional y en el quehacer del comunicador audiovisual.
- 4.- Manejar los recursos expresivos del lenguaje oral, escrito y audiovisual, y los instrumentos tecnológicos necesarios para la elaboración y difusión de propuestas y contenidos creativos en diversos medios y soportes audiovisuales.
- 5.- Conocer de manera integral las técnicas y procesos de creación y difusión audiovisual para la toma de decisiones profesionales y creativas, y para la gestión de recursos.
- 6.- Desarrollar con creatividad y eficiencia las tareas de guionista, director, realizador audiovisual, productor, gestor cultural, editor y diseñador en medios audiovisuales.
- 7.- Organizar, desarrollar y gestionar iniciativas de emprendimiento en el sector audiovisual.
- 8.- Formular, realizar y evaluar proyectos de comunicación y producción audiovisual.
- 9.- Diseñar y asesorar estrategias y procesos de comunicación y difusión en el campo audiovisual.
- 10.- Diseñar, planificar y conducir procesos de comunicación educativa y participativa con medios audiovisuales.
- 11.- Manejar los aspectos teóricos y prácticos de la comunicación intercultural aplicados a la investigación y diagnóstico con grupos étnicos y poblaciones diferenciadas, para elaborar y realizar proyectos, planes y programas de comunicación y difusión audiovisual.



12.- Estar capacitado para iniciar una carrera docente en el área de la Comunicación Audiovisual.



PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR AUDIOVISUAL

SABERES	COMPETENCIAS	VALORES, ACTITUDES
El comunicador y productor audiovisual de San Marcos:		
Conoce	Sabe hacer	Actúa o es
Conoce la historia, estructura, funcionamiento y articulación social e ideológica de los medios de comunicación audiovisual. Ubica en ese marco el caso particular de la comunicación audiovisual en el Perú.	Investiga en forma sistemática y creativa los temas de la comunicación audiovisual en nuestra sociedad. Elabora informes, ofrece alternativas y crea propuestas audiovisuales a partir de diagnósticos adecuados.	Es un agente promotor y difusor de cultura, información y recreación. Usa su creatividad y sentido crítico para la investigación en comunicación y la elaboración de productos y mensajes audiovisuales.
Conoce las diversas propuestas teóricas y pragmáticas sobre la comunicación y sus implicancias. Está familiarizado con las tendencias y aplicaciones de esas propuestas en relación a la comunicación audiovisual.	Hace uso crítico y creativo de las diferentes líneas teóricas y metodológicas para abordar, comprender y explicar los problemas relacionados con la comunicación audiovisual y para elaborar propuestas.	Es un académico informado y un profesional responsable y autocrítico. Elige y corrige alternativas formales y de contenido para la investigación y la creación, de acuerdo a cada necesidad y circunstancia.
Maneja los principios del lenguaje audiovisual y conoce los aspectos expresivos, técnicos, económicos y legales, necesarios para la práctica eficiente y creativa de la producción y realización audiovisual.	Desempeña con eficiencia las diversas tareas de planificación, investigación, guión, diseño, producción, dirección y edición audiovisual. Asume labores de gestión cultural y asesoría en el campo de la comunicación audiovisual.	Es un profesional creativo y organizado, se adapta a entornos diversos y adversos. Toma decisiones bajo presión. Asume riesgos expresivos y ejerce liderazgo a partir de un manejo holístico del contexto social, laboral y profesional.
Conoce los principios y criterios para la formulación, realización y evaluación de proyectos de comunicación, producción y difusión audiovisual.	Conduce proyectos y es capaz de trabajar en equipo. Sabe manejar una empresa audiovisual o integrarse a ella.	Es autónomo y emprendedor. Se desenvuelve de manera asertiva en contextos institucionales, proyectos personales, o como free lance.
Maneja las propuestas teóricas y prácticas de la	Identifica temas, necesidades y alternativas	Es un profesional con principios éticos



comunicación intercultural y la antropología visual y sus aplicaciones en tareas de investigación, expresión y diálogo intercultural, sobre todo en relación al cine documental y video educativo y participativo.	de comunicación y producción audiovisual. Diseña procesos y establece flujos comunicativos de respeto con diferentes grupos sociales, étnicos y generacionales.	sólidamente formados. Defiende la verdad, actúa con respeto a los derechos humanos y los principios de inclusión. Promueve la identidad cultural y la preservación y cuidado del medio ambiente.
--	---	--



**MALLA DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA ESPECIALIDAD
DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL – 2018**

Ciclo 7	Ciclo 8	Ciclo 9	Ciclo 10
Taller de Guión Audiovisual I 3 Cr.	Taller de Guión Audiovisual II 3 Cr.	Taller de Documental 5 Cr.	
Taller de Fotografía Especializada 3 Cr.	Dirección de Fotografía 3 Cr.		
Taller de Producción Radial 3 Cr.	Empresa de Comunicación Audiovisual 3 Cr.	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales 6 Cr.	Taller de Producción y Realización de Proyectos Audiovisuales 6 Cr.
Investigación en comunicación I 4 Cr.	Investigación en comunicación II 4 Cr.	Seminario de Tesis I (0005) 6 Cr.	Seminario de Tesis II (0005) 6 Cr.
Comunicación Escénica 3 Cr.	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual 4 Cr.		
Dirección de Arte 4 Cr.	Taller de Dirección de Actores 3 Cr.		
Análisis de Mensajes Audiovisuales 3 Cr.	Dirección y Producción de Televisión 3 Cr.		
Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)	Idioma (Electivo)
Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales	Prácticas Pre profesionales



PLAN DE ESTUDIOS 2018
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Investigación en Comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35023	Dirección de Arte	4	2	4		
L35024	Taller de Guión Audiovisual I	3	2	2		
L35025	Taller de Fotografía Especializada	3	2	2		
L35026	Comunicación Escénica	3	2	2		
L35028	Taller de Producción Radial	3	0	6		
OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05713	Empresa de Comunicación Audiovisual	3	2	2		
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35039	Dirección y Producción de Televisión	3	2	2		
	Taller de Dirección de Actores	3	2	2	L35026	Comunicación Escénica
L35041	Taller de Guión Audiovisual II	3	2	2	L35024	Taller de Guión Audiovisual I
L35042	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual	4	2	4		
L35043	Dirección de Fotografía	3	2	2		
NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Taller de Documental	5	2	4		
L35054	Seminario de Tesis I (0005)	6	6	0		Investigación en Comunicación II
L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales	6	3	6		
DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35064	Seminario de Tesis II (0005)	6	6	0	L35054	Seminario de Tesis I (0005)
L35065	Taller de Producción y Realización de Proyectos Audiovisuales	6	3	6	L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos



						Audiovisuales
--	--	--	--	--	--	---------------



PLAN DE ESTUDIOS 2018

CURSOS COMPLEMENTARIOS

CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE IMPAR						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05600	Crítica de Cine	3	2	2		
	Cultura de Actualidad	3	2	2		
	Antropología Social y Cultural	3	2	2		
L35067	Taller de Diseño Visual	3	2	2		
L35068	Registro Audiovisual y Manejo Tecnológico	3	2	2		
L35069	Comunicación y Literatura	3	2	2		
L35070	Taller de Locución y Oratoria	3	2	2		
	Comportamiento Organizacional	3	2	2		
	Análisis de Mensajes Audiovisuales	3	2	2		
	Taller de Diseño Gráfico	3	2	2		
	Marketing Estratégico Digital	3	2	2		
LO4746	Quechua I	3	2	2		
	Quechua III	3	2	2		
	Quechua V	3	2	2		
	Quechua VII	3	2	2		
	Quechua IX	3	2	2		
	Inglés I	3	2	2		
	Inglés III	3	2	2		
	Inglés V	3	2	2		
	Inglés VII	3	2	2		
	Inglés IX	3	2	2		



CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE PAR						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Periodismo de Datos	3	2	2		
L04747	Quechua II	3	2	2	L04746	Quechua I
L35073	Taller de Animación	3	2	2		
L35074	Legislación de la Comunicación y Derechos Humanos	3	2	2		
	Taller de Edición de Videos	3	2	2		
	Técnicas de Comunicación Grupal	3	2	2		
	Quechua IV	3	2	2		Quechua III
	Quechua VI	3	2	2		Quechua V
	Quechua VIII	3	2	2		Quechua VII
	Quechua X	3	2	2		Quechua IX
	Inglés II	3	2	2		Inglés I
	Inglés IV	3	2	2		Inglés III
	Inglés VI	3	2	2		Inglés V
	Inglés VIII	3	2	2		Inglés VII
	Inglés X	3	2	2		Inglés IX
	Marketing Político	3	2	2		
L35075	Relaciones Públicas y Protocolo	3	2	2		



PLAN DE ESTUDIOS 2018

TERCER SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05685	Redacción Básica	4	3	2		Lenguaje y Comunicación
L05638	Fotografía Básica	3	1	4		
L35001	Psicología de la Comunicación	3	2	2		
	Teoría de la Comunicación	3	2	2		
	Teoría de las Organizaciones	3	2	2		
L35004	Historia de la Comunicación	3	2	2		
CUARTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05632	Epistemología de la Comunicación	3	2	2		Teoría de la Comunicación
L05639	Fotografía Avanzada	3	1	4	L05638	Fotografía Básica
L35005	Redacción Periodística	4	3	2	L05685	Redacción Básica
L35006	Semiótica	3	2	2		
L35007	Opinión Pública	3	2	2		
	Tecnología aplicada a la Información y Comunicación	3	2	2		
QUINTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05684	Publicidad y Propaganda	3	2	2		
L05703	Taller de Imagen	4	2	4		
L05704	Taller de Periodismo Informativo	3	2	2	L35005	Redacción Periodística
	Gestión de Plataformas Digitales	3	2	2		Tecnología aplicada a la Información y Comunicación
	Comunicación Intercultural	3	4	0		
L35010	Marketing Social	3	2	2		
SEXTO SEMESTRE						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05705	Taller de Periodismo Interpretativo	3	2	2	L05704	Taller de Periodismo Informativo
L05715	Taller de Sonido	3	2	3	L05703	Taller de Imagen
	Taller de Infografía para Diversos Soportes de Comunicación	4	1	4		
	Estadística aplicada a la Comunicación	3	2	2		
	Ética y Deontología en las Comunicaciones	3	2	2		
L35013	Comunicación en las Organizaciones	3	2	2		Teoría de las Organizaciones



SEPTIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35014	Diseño Periodístico	3	1	4		
L35015	Gestión de Empresas Periodísticas	4	2	4		
L35016	Periodismo Radial I	4	2	4		
	Investigación en comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35017	Periodismo de Televisión I	4	2	4		
L35018	Análisis del Discurso Periodístico	3	3	0		
SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05606	Comunicación Educativa	4	2	4		
	Cultura Organizacional	4	3	2		
	Investigación en Comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35021	Taller de Producción de Materiales Mediales de Comunicación Organizacional	4	2	4		
	Comunicación y Crisis	4	2	3		

SEPTIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Investigación en Comunicación I	4	3	2		Epistemología de la Comunicación
L35023	Dirección de Arte	4	2	4		
L35024	Taller de Guión Audiovisual I	3	2	2		
L35025	Taller de Fotografía Especializada	3	2	2		
L35026	Comunicación Escénica	3	2	2		
L35028	Taller de Producción Radial	3	0	6		
OCTAVO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35030	Proyectos Empresariales Periodísticos	4	3	2	L35015	Gestión de Empresas Periodísticas
L35031	Periodismo Radial II	4	2	4	L35016	Periodismo Radial I
L35032	Periodismo de Televisión II	4	2	4	L35017	Periodismo de Televisión I



						Televisión I
L35033	Periodismo de Investigación	4	3	2		
OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35034	Planificación Estratégica	5	3	2		
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35036	Empresa de Comunicación	4	3	2		
L35037	Comunicación para el Desarrollo	4	4	0		
L35038	Comunicación Política	4	3	2		
OCTAVO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05713	Empresa de Comunicación Audiovisual	3	2	2		
	Investigación en Comunicación II	4	2	3		Investigación en Comunicación I
L35039	Dirección y Producción de Televisión	3	2	2		
	Taller de Dirección de Actores	3	2	2	L35026	Comunicación Escénica
L35041	Taller de Guión Audiovisual II	3	2	2	L35024	Taller de Guión Audiovisual I
L35042	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual	4	2	4		
L35043	Dirección de Fotografía	3	2	2		

NOVENO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Crónicas y nuevas narrativas	4	3	2		
L35045	Especialidades en el Periodismo I	3	2	2		
L35046	Periodismo Digital	4	3	2		
L35048	Seminario de Tesis I (0004)	6	6	0		Investigación en Comunicación II
NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05683	Proyectos de Comunicación	5	3	2	L35034	Planificación Estratégica
	Gestión de la Comunicación Digital en las Organizaciones	4	4	0		
L35051	Seminario de Tesis I (0003)	6	6	0		Investigación en Comunicación II



NOVENO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Taller de Documental	5	2	4		
L35054	Seminario de Tesis I (0005)	6	6	0		Investigación en Comunicación II
L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales	6	3	6		

DÉCIMO SEMESTRE (PERIODISMO)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35057	Especialidades en el Periodismo II	3	2	2	L35045	Especialidades en el Periodismo I
L35058	Periodismo de Opinión	4	2	4		
L35059	Seminario de Tesis II (0004)	6	6	0	L35048	Seminario de Tesis I (0004)

DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35060	Gerencia de Proyectos de Comunicación	5	2	4		
L35061	Evaluación y Auditoría de Comunicación Organizacional	5	3	2		
L35063	Seminario de Tesis II (0003)	6	6	0	L35051	Seminario de Tesis I (0003)

DÉCIMO SEMESTRE (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L35064	Seminario de Tesis II (0005)	6	6	0	L35054	Seminario de Tesis I (0005)
L35065	Taller de Producción y Realización de Proyectos Audiovisuales	6	3	6	L35055	Taller de Diseño y Presentación de Proyectos Audiovisuales



CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE IMPAR						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
L05600	Crítica de Cine	3	2	2		
	Cultura de Actualidad	3	2	2		
	Antropología Social y Cultural	3	2	2		
L35067	Taller de Diseño Visual	3	2	2		
L35068	Registro Audiovisual y Manejo Tecnológico	3	2	2		
L35069	Comunicación y Literatura	3	2	2		
L35070	Taller de Locución y Oratoria	3	2	2		
	Comportamiento Organizacional	3	2	2		
	Análisis de Mensajes Audiovisuales	3	2	2		
	Taller de Diseño Gráfico	3	2	2		
	Marketing Estratégico Digital	3	2	2		
LO4746	Quechua I	3	2	2		
	Quechua III	3	2	2		
	Quechua V	3	2	2		
	Quechua VII	3	2	2		
	Quechua IX	3	2	2		
	Inglés I	3	2	2		
	Inglés III	3	2	2		
	Inglés V	3	2	2		
	Inglés VII	3	2	2		
	Inglés IX	3	2	2		



CURSOS ELECTIVOS SEMESTRE PAR						
CÓDIGO	ASIGNATURA	CRED	H/T	H/P	CÓDIGO	PRE-REQUISITO
	Periodismo de Datos	3	2	2		
L04747	Quechua II	3	2	2	L04746	Quechua I
L35073	Taller de Animación	3	2	2		
L35074	Legislación de la Comunicación y Derechos Humanos	3	2	2		
	Taller de Edición de Videos	3	2	2		
	Técnicas de Comunicación Grupal	3	2	2		
	Quechua IV	3	2	2		Quechua III
	Quechua VI	3	2	2		Quechua V
	Quechua VIII	3	2	2		Quechua VII
	Quechua X	3	2	2		Quechua IX
	Inglés II	3	2	2		Inglés I
	Inglés IV	3	2	2		Inglés III
	Inglés VI	3	2	2		Inglés V
	Inglés VIII	3	2	2		Inglés VII
	Inglés X	3	2	2		Inglés IX
	Marketing Político	3	2	2		
L35075	Relaciones Públicas y Protocolo	3	2	2		



CRÉDITOS EP DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
Especialidad de Periodismo	
Estudios específicos: 76	
Estudios de especialidad: 72	
Estudios complementarios : 18	
Prácticas Preprofesionales: 6	
TOTAL : 172	
Especialidad de Comunicación Organizacional	
Estudios específicos: 76	
Estudios de especialidad: 72	
Estudios complementarios : 18	
Prácticas Preprofesionales: 6	
TOTAL : 172	
Especialidad de Comunicación Audiovisual	
Estudios específicos: 76	
Estudios de especialidad: 72	
Estudios complementarios : 18	
Prácticas Preprofesionales: 6	
TOTAL : 172	
CRÉDITOS PARA EGRESAR	
EP de Comunicación Social: 172	
Escuela de Estudios Generales: 48	
Total: 220	

Con respecto a las Prácticas Preprofesionales:

La práctica pre-profesional puede realizarse en cualquier momento a partir del tercer ciclo. Los respectivos informes, constancias y evaluación o monitoreo de dichas prácticas, serán la base para su reconocimiento y evaluación formal, que se efectuará en el último semestre.



TABLA DE EQUIVALENCIAS DE CURSOS DE LA EP COMUNICACIÓN SOCIAL

PRIMER CICLO					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura - aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	101657	Metología del Trabajo Intelectual			4
10	340634	Metología del Trabajo Intelectual			
10	431657	Metología del Trabajo Intelectual			
77	340634	Metología del Trabajo Intelectual			
96	L00202	Técnicas de Estudio e Información			
97	L00202	Técnicas de Estudio e Información			
2000	L00202	Técnicas de Estudio e Información			
2014	L00202	Técnicas de Estudio e Información			
10	L00404	Matemática Básica		Matemática Aplicada a las Ciencias Sociales y Humanas	4
10	430404	Matemática Básica			
85	L00404	Matemática Básica			
95	L00404	Matemática Básica			
96	L00404	Matemática Básica			
97	L00404	Matemática Básica			
2000	L00404	Matemática Básica			
2014	L00404	Matemática Básica			
10	L03432	Introducción a la Filosofía		Introducción a la Filosofía	4
10	433432	Introducción a la Filosofía			
10	L03542	Materialismo Dialéctico			
10	283581	Materialismo Dialéctico			
10	433542	Materialismo Dialéctico			
77	283581	Materialismo Dialéctico			
85	L03542	Materialismo Dialéctico			
94	L03542	Materialismo Dialéctico			
85	L03432	Introducción a la Filosofía			
95	L03432	Introducción a la Filosofía			
96	L03023	Introducción a la Filosofía			
97	L03023	Introducción a la Filosofía			
2000	L03023	Introducción a la Filosofía			
2014	L03023	Introducción a la Filosofía			
10	L04495	Lengua Española I		Lenguaje y Comunicación	4
10	434495	Lengua Española I			
10	280850	Lengua Española I			
77	280850	Lengua Española I			
85	L04495	Lengua Española I			
95	L04495	Lengua Española I			
96	L04495	Lengua Española I			
97	L04495	Lengua Española I			
2000	L04495	Lengua Española I			
2014	L04495	Lengua Española I			
10	L05830	Teoría de la Comunicación I		Teoría de la Comunicación	3
10	285101	Teoría de la Comunicación			
77	285101	Teoría de la Comunicación			
85	L05830	Teoría de la Comunicación I			
95	L05830	Teoría de la Comunicación I			
96	L05660	Introducción a la Comunicación Social			
97	L05660	Introducción a la Comunicación Social			
2000	L05660	Introducción a la Comunicación Social			
2014	L05660	Introducción a la Comunicación Social			
10	436607	Introducción al Arte		Arte y Literatura del Perú y América Latina	4
10	L06607	Introducción al Arte			
85	L06607	Introducción al Arte			
95	L06607	Introducción al Arte			
97	L06607	Introducción al Arte			
2000	L06607	Introducción al Arte			
2014	L06607	Introducción al Arte			



Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón
Directora EP Comunicación Social

TERCER CICLO

Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	L05809	Técnicas de Redacción	L05685	Redacción Básica	4
10	293343	Redacción Básica I			
77	293343	Redacción Básica I			
85	L05809	Técnicas de Redacción			
95	L05809	Técnicas de Redacción			
96	L05685	Redacción Básica			
97	L05685	Redacción Básica			
2000	L05685	Redacción Básica			
2014	L05685	Redacción Básica			
10	L05805	Taller de Fotografía I	L05638	Fotografía Básica	3
10	L05805	Taller de Fotografía I			
85	L05805	Taller de Fotografía I			
85	L05805	Taller de Fotografía I			
95	L05805	Taller de Fotografía I			
95	L05805	Taller de Fotografía I			
96	L05638	Fotografía Básica			
97	L05638	Fotografía Básica			
2000	L05638	Fotografía Básica			
2014	L05638	Fotografía Básica			
10	L02449	Psicología de la Comunicación	L35001	Psicología de la Comunicación	3
10	230980	Psicología de la Comunicación I			
77	230980	Psicología de la Comunicación I			
85	L02449	Psicología de la Comunicación			
95	L02449	Psicología de la Comunicación			
2014	L35001	Psicología de la Comunicación			
97	L05713	Tecnología de Información y Comunicación		Tecnología Aplicada a la Información y Comunicación	3
2000	L05713	Tecnología de Información y Comunicación			
2014	L35003	Tecnología Aplicada a la Información y Comunicación			
10	L05031	Comunicación y Sociedad		Realidad Nacional y Globalización	4
10	286516	Comunicación y Sociedad I			
77	286516	Comunicación y Sociedad I			
85	L05031	Comunicación y Sociedad			
95	L05031	Comunicación y Sociedad			
96	L05610	Comunicación y Sociedad			
97	L05610	Comunicación y Sociedad			
2000	L05610	Comunicación y Sociedad			
2014	L35003	Comunicación, Sociedad y Cultura			
10	L05286	Historia de los Medios de Comunicación Social I	L35004	Historia de la Comunicación	3
10	L05287	Historia de los Medios de Comunicación Social II			
10	286954	Medios de Comunicación			
10	286981	Historia de los Medios de Comunicación en el Perú			
77	286981	Historia de los Medios de Comunicación en el Perú			
77	286954	Medios de Comunicación			
85	L05286	Historia de los Medios de Comunicación Social I			
85	L05687	Historia de los Medios de Comunicación Social II			
95	L05286	Historia de los Medios de Comunicación Social I			
95	L05687	Historia de los Medios de Comunicación Social II			
96	L05645	Historia de la Comunicación I			
96	L05646	Historia de la Comunicación II			
97	L05645	Historia de la Comunicación I			
97	L05646	Historia de la Comunicación II			
2000	L05645	Historia de la Comunicación I			
2000	L05646	Historia de la Comunicación II			
2014	L35004	Historia de la Comunicación			

Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón
Directora EP Comunicación Social



CUARTO CICLO					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	L03433	Introducción a la Teoría de la Ciencia	L05638	Epistemología de la Comunicación	3
85	L03433	Introducción a la Teoría de la Ciencia			
95	L03433	Introducción a la Teoría de la Ciencia			
96	L05632	Epistemología de la Comunicación			
97	L05632	Epistemología de la Comunicación			
2000	L05632	Epistemología de la Comunicación			
2014	L05638	Epistemología de la Comunicación			
10	L05813	Taller de Fotografía III Y	L05639	Fotografía Avanzada	3
10	L05815	Taller de Fotografía IV			
85	L05813	Taller de Fotografía III Y			
85	L05815	Taller de Fotografía IV			
95	L05813	Taller de Fotografía III Y			
95	L05815	Taller de Fotografía IV			
96	L05639	Fotografía Avanzada			
97	L05639	Fotografía Avanzada			
2000	L05639	Fotografía Avanzada			
2014	L05639	Fotografía Avanzada			
10	293352	Redacción Básica II	L35005	Redacción Periodística	4
10	293359	Redacción Básica II			
77	293359	Redacción Básica II			
96	L05686	Redacción Superior			
97	L05686	Redacción Superior			
2000	L05686	Redacción Superior			
2014	L35005	Redacción Periodística			
2014	L35006	Semiótica	L35006	Semiótica	4
96	L05679	Persuasión y Opinión Pública	L35007	Opinión Pública	3
97	L05679	Persuasión y Opinión Pública			
2000	L05679	Persuasión y Opinión Pública			
2014	L35007	Opinión Pública			
96	L05649	Investigación de Mercados			
97	L05649	Investigación de Mercados			
2000	L05649	Investigación de Mercados			
2014	L35008	Investigación de Mercados			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



QUINTO CICLO					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	287163	Publicidad y Periodismo	L05684	Publicidad y Propaganda	3
77	287163	Publicidad y Periodismo			
85	287163	Publicidad y Periodismo			
95	L05043	Publicidad y Periodismo			
96	L05684	Publicidad y Progranda			
97	L05684	Publicidad y Progranda			
2000	L05684	Publicidad y Progranda			
2014	L05684	Publicidad y Progranda			
10	L05802	Taller de Audiovisuales I	L05703	Taller de Imagen	4
10	L05803	Taller de Audiovisuales II			
10	286990	Taller de Prensa y Audiovisuales I			
77	286990	Taller de Prensa y Audiovisuales I			
85	L05802	Taller de Audiovisuales I			
85	L05803	Taller de Audiovisuales II			
95	L05802	Taller de Audiovisuales I			
95	L05803	Taller de Audiovisuales II			
96	L05703	Taller de Imagen			
97	L05703	Taller de Imagen			
2000	L05703	Taller de Imagen			
2014	L05703	Taller de Imagen			
10	L05807	Taller de Prensa I	L05704	Taller de Periodismo Informativo	3
10	L05808	Taller de Prensa II			
10	287001	Taller de Prensa y Audiovisuales II			
77	287001	Taller de Prensa y Audiovisuales II			
85	L05807	Taller de Prensa I			
85	L05808	Taller de Prensa II			
95	L05807	Taller de Prensa I			
95	L05808	Taller de Prensa II			
96	L05704	Taller de Periodismo Informativo			
97	L05704	Taller de Periodismo Informativo			
2000	L05704	Taller de Periodismo Informativo			
2014	L05704	Taller de Periodismo Informativo			
10	L05331	Investigación en Comunicación Social I		Investigación en Comunicación I	4
85	L05331	Investigación en Comunicación Social I			
95	L05331	Investigación en Comunicación Social I			
96	L05651	Investigación en Comunicación Social I			
97	L05651	Investigación en Comunicación Social I			
2000	L05651	Investigación en Comunicación Social I			
2014	L35009	Investigación en Comunicación Social I			
10	287111	Comunicación Social Dialógica II	L35010	Marketing Social	3
77	287111	Comunicación Social Dialógica II			
85	287111	Comunicación Social Dialógica II			
95	L05657	Marketing Social y Político			
97	L05657	Marketing Social y Político			
2000	L05657	Marketing Social y Político			
2014	L35010	Marketing Social			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



SEXTO CICLO					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	L05814	Taller de Prensa III	L05705	Taller de Periodismo Interpretativo	3
10	L05817	Taller de Prensa IV			
10	287071	Taller de Prensa y Audiovisuales IV			
77	287071	Taller de Prensa y Audiovisuales IV			
85	L05814	Taller de Prensa III			
85	L05817	Taller de Prensa IV			
95	L05814	Taller de Prensa III			
95	L05817	Taller de Prensa IV			
96	L05705	Taller de Periodismo Interpretativo			
97	L05705	Taller de Periodismo Interpretativo			
2000	L05705	Taller de Periodismo Interpretativo			
	L05705	Taller de Periodismo Interpretativo			
10	L05812	Taller de Audiovisuales III	L05715	Taller de Sonido	4
10	L05616	Taller de Audiovisuales IV			
85	L05812	Taller de Audiovisuales III			
85	L05616	Taller de Audiovisuales IV			
95	L05812	Taller de Audiovisuales III			
95	L05616	Taller de Audiovisuales IV			
96	L05715	Taller de Sonido			
97	L05715	Taller de Sonido			
2000	L05715	Taller de Sonido			
2014	L05715	Taller de Sonido			
10	287111	Comunicación Social Dialógica II		Marketing Social	3
77	287111	Comunicación Social Dialógica II			
85	287111	Comunicación Social Dialógica II			
96	L05657	Marketing Social y Político			
97	L05657	Marketing Social y Político			
2000	L05657	Marketing Social y Político			
2014	L35011	Marketing Político			
10	L05333	Investigación en Comunicación Social II		Investigación en Comunicación II	4
85	L05333	Investigación en Comunicación Social II			
95	L05333	Investigación en Comunicación Social II			
96	L05652	Investigación en Comunicación Social II			
97	L05652	Investigación en Comunicación Social II			
2000	L05652	Investigación en Comunicación Social II			
2014	L35012	Investigación en Comunicación Social II			
96	L05607	Comunicación Organizacional	L35013	Comunicación en las Organizaciones	3
97	L05607	Comunicación Organizacional			
2000	L05607	Comunicación Organizacional			
2014	L35013	Comunicación en las Organizaciones			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



SÉPTIMO CICLO (PERIODISMO)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	287181	Técnica Gráfica y Diagramación	L35014	Diseño Periodístico	3
77	287181	Técnica Gráfica y Diagramación			
85	287181	Técnica Gráfica y Diagramación			
95	L05052	Técnica Gráfica y Diagramación			
96	L05620	Edición			
97	L05620	Edición			
2000	L05620	Edición			
2014	L35014	Diseño Periodístico			
10	287190	Empresa Periodística I		Gestión de Empresas Periodísticas	4
77	287190	Empresa Periodística I			
85	287190	Empresa Periodística I			
95	L05059	Empresa Periodística I			
96	L05059	Empresa Periodística I			
96	L05626	Empresa Periodística I			
97	L05626	Empresa Periodística I			
2000	L05626	Empresa Periodística I			
2014	L35015	Empresa Periodística			
10	287004	Técnicas de Información Periodística I	L35016	Periodismo Radial I	4
77	287004	Técnicas de Información Periodística I			
85	287004	Técnicas de Información Periodística I			
95	L05041	Técnicas de Información Periodística I			
96	L05662	Periodismo Radial I			
97	L05662	Periodismo Radial I			
2000	L05662	Periodismo Radial I			
2014	L35016	Periodismo Radial I			
10	287127	Periodismo Especializado I	L35017	Periodismo de Televisión I	4
10	287137	Periodismo Especializado II			
10	287154	Periodismo Especializado IV			
77	287127	Periodismo Especializado I			
77	287137	Periodismo Especializado II			
77	287154	Periodismo Especializado IV			
85	287127	Periodismo Especializado I			
85	287137	Periodismo Especializado II			
85	287154	Periodismo Especializado IV			
95	L05042	Periodismo Especializado I			
95	L05050	Periodismo Especializado II			
95	L05064	Periodismo Especializado IV			
96	L05667	Periodismo de Televisión I			
96	L05668	Periodismo de Televisión II			
97	L05667	Periodismo de Televisión I			
97	L05668	Periodismo de Televisión II			
2000	L05667	Periodismo de Televisión I			
2000	L05668	Periodismo de Televisión II			
2014	L35017	Periodismo de Televisión I			
2014	L35018	Análisis del Discurso Periodístico	L35018	Análisis del Discurso Periodístico	3



Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón
Directora EP Comunicación Social

SÉPTIMO CICLO (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
96	L05606	Comunicación Educativa	L05606	Comunicación Educativa	4
97	L05606	Comunicación Educativa			
2000	L05606	Comunicación Educativa			
2014	L05606	Comunicación Educativa			
96	L05721	Teoría de las Organizaciones		Teoría de las Organizaciones	3
97	L05721	Teoría de las Organizaciones			
2000	L05721	Teoría de las Organizaciones			
2014	L35019	Teoría de la Comunicación Organizacional			
2014	L5020	Ética en la Comunicación Organizacional		Ética y Deontología en las Comunicaciones	3
2014	L35021	Taller de Producción de Materiales Mediales de Comunicación Orga	L35021	Taller de Producción de Materiales Mediales de Comunicación Organizacional	4
2014	L35022	Comunicación y Conflicto Social		Comunicación y Crisis	4

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



SÉPTIMO CICLO (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	287374	Producción y Realización Radial I		Taller de Producción Radial	3
77	287374	Producción y Realización Radial I			
85	287374	Producción y Realización Radial I			
95	L05053	Producción y Realización Radial I			
97	L05712	Taller de Producción Radial I			
2000	L05712	Taller de Producción Radial I			
2014	L05712	Taller de Producción Radial I			
2014	L35023	Dirección de Arte	L35023	Dirección de Arte	4
10	288070	Guión de Televisión I	L35024	Taller de Guión Audiovisual I	3
10	288171	Guión de Televisión II			
77	288070	Guión de Televisión I			
77	288171	Guión de Televisión II			
85	288070	Guión de Televisión I			
85	288171	Guión de Televisión II			
95	L05046	Guión de Televisión I			
95	L05056	Guión de Televisión II			
96	L05701	Taller de Guión de Ficción			
97	L05701	Taller de Guión de Ficción			
2000	L05701	Taller de Guión de Ficción			
2014	L35024	Taller de Guión Audiovisual I			
96	L05640	Fotografía Especializada	L35025	Taller de Fotografía Especializada	3
97	L05640	Fotografía Especializada			
2000	L05640	Fotografía Especializada			
2014	L35025	Taller de Fotografía Especializada			
2014	L35026	Comunicación Escénica	L35026	Comunicación Escénica	3
2014	L05027	Análisis de Mensajes Audiovisuales			
96	L05623	Empres Audiovisual I		Empresa de Comunicación Audiovisual	3
97	L05623	Empres Audiovisual I			
2000	L05623	Empres Audiovisual I			
2014	L35028	Empresa de Comunicación Audiovisual			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



OCTAVO CICLO (PERIODISMO)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	287181	Técnica Gráfica y Diagramación		Taller de Infografía para Diversos Soportes de Comunicación	3
77	287181	Técnica Gráfica y Diagramación			
85	287181	Técnica Gráfica y Diagramación			
95	L05052	Técnica Gráfica y Diagramación			
96	L05620	Edición			
97	L05620	Edición			
2000	L05620	Edición			
2014	L35029	Taller de Infografía			
10	287202	Empresa Periodística II	L35030	Proyectos Empresariales Periodísticos	4
77	287202	Empresa Periodística II			
85	287202	Empresa Periodística II			
95	L05065	Empresa Periodística II			
96	L05065	Empresa Periodística II			
96	L05627	Empresa Periodística II			
97	L05627	Empresa Periodística II			
2000	L05627	Empresa Periodística II			
2014	L35030	Proyectos Empresariales Periodísticos			
10	281072	Redacción Periodística II	L35031	Periodismo Radial II	4
77	281072	Redacción Periodística II			
85	281072	Redacción Periodística II			
95	L05048	Redacción Periodística II			
96	L05663	Periodismo Radial II			
97	L05663	Periodismo Radial II			
2000	L05663	Periodismo Radial II			
2014	L35031	Periodismo Radial II			
97	L05669	Periodismo de Televisión Avanzado	L35032	Periodismo de Televisión II	4
2000	L05669	Periodismo de Televisión Avanzado			
2014	L35032	Periodismo de Televisión II			
10	287080	Taller de Especialidad de Prensa II	L35033	Periodismo de Investigación	4
77	287080	Taller de Especialidad de Prensa II			
85	287080	Taller de Especialidad de Prensa II			
95	L05049	Taller de Especialidad de Prensa II			
96	L05665	Periodismo de Investigación			
97	L05665	Periodismo de Investigación			
2000	L05665	Periodismo de Investigación			
2014	L35033	Periodismo de Investigación			

Dra. Carolina Leonor Alborno Falcón
Directora EP Comunicación Social



OCTAVO CICLO (COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2014		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
96	105672	Planificación Organizacional	L35034	Planificación Estratégica	4
97	105672	Planificación Organizacional			
2000	105672	Planificación Organizacional			
2014	L35034	Planificación Estratégica			
96	105615	Cultura Organizacional		Cultura Organizacional	4
97	105615	Cultura Organizacional			
2000	105615	Cultura Organizacional			
2014	L35035	Cultura Organizacional			
96	105629	Empresa de Comunicación I	L35036	Empresa de Comunicación	4
96	105630	Empresa de Comunicación II			
97	105629	Empresa de Comunicación I			
97	105630	Empresa de Comunicación II			
2000	105629	Empresa de Comunicación I			
2000	105630	Empresa de Comunicación II			
2014	L35036	Empresa de Comunicación			
2014	L35037	Comunicación y Desarrollo		Comunicación para el Desarrollo	4
96	105608	Comunicación Política	L35038	Comunicación Política	4
97	105608	Comunicación Política			
2000	105608	Comunicación Política			
2014	L35038	Comunicación Política			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social



OCTAVO CICLO (COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL)					
Asignatura (s) del plan de estudios antiguo			Asignatura equivalente en el plan de estudios 2018		
Plan	Código de curso	Asignatura aprobada en el plan antiguo	Código de curso	Asignatura del plan de estudios actual	Créd.
10	287392	Producción y Realización Radial II		Taller de Producción Radial	3
77	287392	Producción y Realización Radial II			
85	287392	Producción y Realización Radial II			
95	105062	Producción y Realización Radial II			
96	105062	Producción y Realización Radial II			
97	105713	Taller de Producción Radial II			
2000	105713	Taller de Producción Radial II			
2014	105713	Taller de Producción Radial II			
10	288144	Producción y Realización de Televisión I	L35039	Dirección y Producción de Televisión	3
77	288144	Producción y Realización de Televisión I			
85	288144	Producción y Realización de Televisión I			
95	105055	Producción y Realización de Televisión I			
96	105707	Taller de Producción de Ficción			
97	105707	Taller de Producción de Ficción			
2000	105707	Taller de Producción de Ficción			
2014	L35039	Dirección y Producción de Televisión			
10	287264	Realización de Televisión II		Taller de Documental	5
77	287264	Realización de Televisión II			
85	287264	Realización de Televisión II			
95	105067	Realización de Televisión II			
96	105067	Realización de Televisión II			
97	105699	Taller de Documental			
2000	105699	Taller de Documental			
2014	L35040	Taller de Documental			
10	288070	Guion de Televisión I	L35041	Taller de Guion Audiovisual II	3
10	288171	Guion de Televisión II			
77	288070	Guion de Televisión I			
77	288171	Guion de Televisión II			
85	288070	Guion de Televisión I			
85	288171	Guion de Televisión II			
95	105046	Guion de Televisión I			
95	105056	Guion de Televisión II			
96	105701	Taller de Guion de Ficción			
97	105701	Taller de Guion de Ficción			
2000	105701	Taller de Guion de Ficción			
2014	L35041	Taller de Guion Audiovisual			
10	287255	Realización de Televisión I	L35042	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual	4
77	287255	Realización de Televisión I			
85	287255	Realización de Televisión I			
95	105061	Realización de Televisión I			
96	105061	Realización de Televisión I			
97	105700	Taller de Edición de Ficción			
2000	105700	Taller de Edición de Ficción			
2014	L35042	Taller de Narrativa y Edición Audiovisual			
96	105640	Fotografía Especializada	L35043	Dirección de Fotografía	3
97	105640	Fotografía Especializada			
2000	105640	Fotografía Especializada			
2014	L35043	Dirección de Fotografía			

Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Directora EP Comunicación Social

