



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ÁREA
CIENCIAS DE LA PERSONA

CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS DE:

**CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

Autoridades:

Dr. Orlando Moisés Gonzales Nieves
RECTOR

Dr. Rubén Cesar Vera Veliz
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dr. Weider Portocarrero Cárdenas
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Dr. Santiago Uceda Duclos
DECANO

Dra. María Luisa Bazán Guzmán
Directora de Escuela Profesional

Miembros de la Comisión de Reforma Curricular de la Escuela Profesional

1. Dra. María Luisa Bazán Guzmán
2. Ms. Raúl Rivero Ayllón
3. Lic. Juan Vásquez Sánchez
4. Br. Natali Carranza

Trujillo, 30 abril de 2018

ÍNDICE

INDICE

PRESENTACIÓN

INTRODUCCIÓN

1. BASES GENERALES
 - 1.1. BASES NORMATIVAS
 - 1.2. BASES INSTITUCIONALES
 - 1.2.1. Misión y visión
 - 1.2.1.1. De la UNT
 - 1.2.1.2. De la Facultad/Programa de estudios
 - 1.2.2. Valores y principios educativos
 - 1.2.2.1. De la UNT
 - 1.2.2.2. De la Facultad/Programa de estudios
 - 1.3. BASES TEÓRICO- CONCEPTUALES
 - 1.3.1. Concepción del ser humano
 - 1.3.2. Concepción de sociedad y cultura
 - 1.3.3. Concepción epistemológica
 - 1.3.4. Concepción psicopedagógica y didáctica
 - 1.3.5. Concepción curricular
 2. CARACTERIZACIÓN FUNCIONAL
 - 2.1. Contextualización sociocultural
 - 2.2. Reseña histórico-situacional
 - 2.3. Demanda y pertinencia social
 - 2.4. Objeto y sentido de la profesión
 - 2.5. Demanda y Pertinencia social
 3. EJES CURRICULARES TRANSVERSALES
 - 3.1. Responsabilidad social y ambiental.
 - 3.2. I+D+i (investigación + desarrollo + innovación)
 - 3.3. Ética y ciudadanía
 - 3.4. Identidad e interculturalidad
 - 3.5. Inter y transdisciplinaridad
 - 3.6. Tutoría y consejería
 - 3.7. Movilidad estudiantil y docente
 4. OBJETIVOS EDUCACIONALES
 5. COMPETENCIAS
 - 5.1.1. Genéricas
 - 5.1.2. Específicas y de especialidad
 6. De especialidad
 7. PERFILES
 - 7.1. De los estudiante
 - 7.2. De egreso
 8. MALLA CURRICULAR
 9. PLAN DE ESTUDIOS Y SUMILLAS

- 10. ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN CURRICULAR
 - 10.1. Del proceso de inducción del ingresante
 - 10.2. De la articulación y desarrollo silábico
 - 10.3. De la enseñanza – aprendizaje
 - 10.4. Del desarrollo de la práctica pre-profesionales
 - 10.5. De la evaluación de las competencias y aprendizajes
 - 10.6. De la Movilidad estudiantil y docente
 - 10.7. De la Tutoría y consejería
 - 10.8. De las experiencias y actividades extra y co-curriculares
 - 10.9. De la articulación académico administrativa con los estudios generales
 - 10.10. Del sistema de información y comunicación

- 11. GESTIÓN CURRICULAR
 - 11.1. De los procesos de ingreso y permanencia
 - 11.2. De los procesos de nivelación y convalidación
 - 11.3. De los procesos de graduación y titulación
 - 11.4. Del registro y seguimiento de los egresados
 - 11.5. De la evaluación y mejora continua del currículo
 - 11.6. Evaluación de las competencias y los aprendizajes
 - 11.7. Del financiamiento del programa de estudios

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

- 11.8. Glosario
- 11.9. Otros

PRESENTACIÓN

En el marco de los nuevos cambios institucionales promovidos por la Ley Universitaria 30220, la Acreditación y Licenciamiento Universitario, y de la Alta Dirección de la Universidad, desde el Vice-rectorado Académico, la Oficina de Desarrollo Académico y Evaluación, presentamos la Propuesta del Nuevo Currículo de Ciencias de la Comunicación, conforme a los compromisos asumidos y los plazos establecidos, a partir de la fecha en el que el Comité Técnico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación inició sus actividades en el presente año.

Las competencias generales, específicas y de especialidad, han sido elaboradas considerando a representantes clave, grupos de interés del mercado laboral, quienes han ofrecido información de los puestos y funciones, donde se desempeña e profesional de las Ciencias de la Comunicación; asimismo se ha tomado en cuenta el análisis de contexto y prospectiva realizado sobre la carrera, y por último ha sido analizado y validado por los docentes de especialidad, quienes con sus aportes han consolidado la elaboración propuesta.

Los esfuerzos realizados nos han permitido elaborar un perfil del egresado, que ofreceremos a la Comunidad local, regional, nacional e internacional, con el propósito de contribuir desde la universidad, y desde la comunicación comprometida y transformadora, al desarrollo del país.

El Comité Técnico de Currículo del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación, alcanza el presente documento como resultado del trabajo reflexivo de la atención responsable en cuanto a otorgar a profesionales íntegros y competentes que el mercado profesional requiere.

Dra. María Luisa Bazán Guzmán
Presidenta del Comité de Currículo
Escuela de CC. Comunicación

INTRODUCCIÓN

La construcción curricular es un proceso que tiene tres momentos fundamentales interrelacionados: a) elaboración del modelo pedagógico, b) elaboración del diseño curricular o currículum y c) participación activa de docentes y estudiantes (Moya, et al. 2010). A ello hay que agregar el rol importantísimo que cumple los egresados y grupos de interés, quienes día a día son los que se encuentran directamente vinculados a la demanda laboral de la carrera, y son los que perciben los cambios y exigencias que se presentan, y para las cuales debe estar preparado un profesional competente de Ciencias de la Comunicación.

La presente propuesta, es producto de las reflexiones que se han realizado con todos los actores, tanto física, así como vía internet, compartiendo y discutiendo saberes, hasta llegar a consensos. En primer lugar, han sido de suma importancia los aportes de representantes del mercado laboral, un mapeo de competencias, en base a su puesto laboral y las funciones que cumple. Asimismo, en un segundo momento ha sido desarrollado con los aportes de la mayoría de docentes, quienes, desde su especialidad, han compartido saberes, y han propuesto cursos y/o sumillas a fin de lograr un verdadero cambio curricular, ajustado a unidades de competencias del perfil de egresado que queremos formar.

La primera parte del presente documento comprende los fundamentos que sostienen la concepción del tipo de egresado que se quiere lograr, cuyos lineamientos se encuentran descritos en los documentos de gestión como Modelo Educativo, Plan Estratégico, Currículo de la carrera aprobado en el 2014, entre otros. Estos son: Bases Generales (bases normativas, bases institucionales y bases teóricas-conceptuales), Caracterización del Programa de Estudios, y Ejes Curriculares.

La segunda parte comprende la esencia de la propuesta curricular, que ha seguido una secuencia de construcción sistemática, holística y coherente, comprendiendo: Competencias, Perfiles (del ingresante, del alumno, del egresado), Unidades de Competencia, Plan de Estudios, Malla Curricular y Sumillas.

En la última parte, bajo los lineamientos institucionales, se han establecido las políticas de gestión y evaluación curricular que se tomarán en cuenta al momento de la implementación.

La visión anterior, ha permitido en el nuevo Currículo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Nacional de Trujillo, diseñar el nuevo Perfil del egresado, considerando las siguientes Unidades de Competencia: 01. Comunicación en Medios, 02. Comunicación Corporativa, 03. Comunicación para el Desarrollo, 04. Empresa, Marketing y Publicidad y 05. Investigación.

Por cada una de las Unidades de Competencias, se han establecido las capacidades que se deben desarrollar en las asignaturas que conforman el nuevo Plan de Estudios. Ello ha sido complementado la formación de habilidades blandas, como trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del

otro, energía y dinamismo, responsabilidad, ética, y emprendimiento, necesario para su desempeño, personal y profesional. Asimismo, se ha considerado los lineamientos de los Estudios Generales.

Luego de un arduo trabajo presentamos el nuevo Currículo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Trujillo, a la espera de ofrecer al mercado laboral un profesional de primer nivel, comprometido socialmente y dotado de las competencias necesarias para un buen desempeño y desenvolvimiento en el mundo laboral y el contexto social.

1. BASES GENERALES

1.1 BASES NORMATIVAS

❖ Nacionales

- Constitución Política del Perú, artículos 130°, 180° y 200°.
- Ley Universitaria N° 30220 artículos 40°, 41°, 42°, 43°, 44° y 45°.
- Ley del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa.
- Ley de licenciamiento.
- Ley N° 28740. Decreto Supremo N° 018-2007-ED artículos 4°, 6° y 7°.
- Reglamento de la Ley N° 28740 artículos 3°, 6° y 14°
- Decreto Supremo N° 016-2015-Minedu. Artículos 1, 2, 3, 4 y 5. Política de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior Universitaria Resolución de Presidencia del Consejo Directivo Ad-Hoc N° 022-2016-SINEACE/CDAH-P
- Modelo de acreditación para Programas de Estudios de Educación Universitaria Superior- Resolución del Consejo Directivo N° 007-2015-SUNEDU/CD
- Reglamento del procedimiento de licenciamiento para universidades públicas o privadas con autorización provisional o definitiva.
- Reglamento del procedimiento de licenciamiento para universidades públicas o privadas con ley de creación o nuevas.
- Decreto Legislativo N° 1088
- Ley del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- Ley General de Educación Ley N° 28044
- Reglamento de Registro de Grados y Títulos MINEDU
- Ley No.28740, Ley del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa – SINEACE y su Reglamento, aprobado por D.S.018 – 2007 –ED.
- Proyecto Educativo Nacional (PEN) al 2021, aprobado mediante R.S. No.001-ED-2007.

❖ Institucionales

- Decreto Dictatorial de Fundación el 10 de Mayo de 1824 que crea la Universidad Nacional de Trujillo.
- Estatuto de la UNT, artículos 109, 115 y 116.
- Reglamento Académico General de la Universidad Nacional de Trujillo.
- Reglamento de Organización y Funciones
- Resolución No. 045-2016/UNT de aprobación del Modelo Educativo de la UNT.

- Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional de Trujillo
- Resolución de aprobación de los Estudios Generales de la UNT.
- Modelo Educativo de la Universidad Nacional de Trujillo MOEDUNT
- Plan Bicentenario de la Universidad Nacional de Trujillo.
- Resolución de Asamblea Universitaria N°002-2013/UNT (ratificación de creación de carreras profesionales).

❖ **Profesionales**

- Resolución No. RCU No. 0188-2013/UNT de aprobación del Plan Curricular Vigente de la carrera Profesional.

1.2. BASES INSTITUCIONALES

1.2.1 Misión y visión

❖ **De la Universidad Nacional de Trujillo**

Misión

Somos la primera Universidad Republicana del Perú, formamos profesionales y académicos competitivos con calidad críticos, éticos y socialmente responsable, creamos valor generando y transfiriendo conocimiento científico, tecnológico, humanístico e innovador para el desarrollo sostenible de la región de La Libertad y del País.

Visión

Al 2024, ubicada entre las cinco primeras universidades del Perú, reconocida por su calidad, por su vocación democrática por la formación integral del talento humano, la investigación científica, tecnológica, humanística y la innovación con responsabilidad social satisface a los grupos de interés y contribuye al desarrollo sostenible de la región de La Libertad y el Perú.

❖ **Del programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación**

Misión

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la UNT lidera la formación de profesionales comunicadores estratégicos con amplio conocimiento científico y humanístico, sólidos valores y sentido crítico acorde con la demanda de la sociedad local, regional, nacional e internacional.

Visión

Al 2024, la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación será dentro de las universidades públicas del país una de las primeras a nivel nacional, acreditada para la formación científica, tecnológica y humanística, de profesionales comunicadores que contribuyan al desarrollo sostenible de la región La Libertad y del país.

1.2.2.Valores y principios educativos

❖ Valores de la Universidad Nacional de Trujillo

- Verdad
- Justicia
- Tolerancia
- Honestidad
- Honradez
- Libertad
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Respeto

❖ De la Facultad/Programa de estudios

- Verdad
- Justicia
- Respeto
- Honradez
- Tolerancia
- Libertad
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Honestidad

1.2.3. Principios educativos del MOEDUNT

- El estudiante ocupa el centro del proceso de aprendizaje enseñanza buscando superar el dominio cognitivo de las disciplinas impartidas, orientándolas a la formación integral del ser humano y teniendo en cuenta por sus características personales.
- Respeto a los niveles de maduración cognitiva, flexibilidad en el desarrollo de competencias en forma lógica y gradual.
- Formación de excelentes personas humanas y profesionales.
- Promueve el aprendizaje autónomo para potenciar la capacidad de resolución de problemas, comunicación efectiva, pensamiento crítico reflexivo, liderazgo y trabajo colaborativo.

1.3. BASES TEÓRICAS CONCEPTUALES

1.3.1 Concepción del ser humano

El currículo del programa de educación primaria de la UNT, busca la formación de un ser integral en las siguientes dimensiones:

- Afectiva – valorativa; busca desarrollar las relaciones intra e inter personal cultivando un sistema axiológico acorde con la sociedad del conocimiento y de la información que le permita desarrollar las capacidades relacionadas con el entendimiento consigo mismo y con los miembros de su comunidad, local, regional, nacional y mundial.
- Cognitiva – transformacional; orientada al asertivo uso, creación y recreación del conocimiento, para transformar esquemas mentales y creencias que mejoren las condiciones de vida personal y también de la colectividad, ya que si logra transformarse primeramente la persona de manera individual la sociedad consecuentemente también se transformará.
- Espiritual; orientada a formar y desarrollar en los estudiantes la fe como herramienta para creer en sí mismo y en su correcto accionar individual y colectivo. Propugnando metas colectivas de bienestar socioemocional y mejoramiento de las condiciones de vida de su comunidad.
- Competente, que asuma su verdadero rol de líder de transformación social con una actitud de emprendimiento y solución a todo tipo de problemas que se le presenten, haciendo uso de sus conocimientos, su imaginación y su creatividad.
- Ciudadanía, dispuesto a participar en la vida política de su medio, demostrando solidaridad, ayuda mutua, respeto y desprendimiento en su correcto accionar para vivir en armonía y solucionar las diversas dificultades que se presenten.
- Democrática, que respetando el derecho de la minorías se opte por las decisiones de las mayorías tendientes a vivir en paz, trabajo equitativo, desarrollo generalizado, crecimiento económico social.
- Conciencia de Servir, en el hacer el bien para otros, también se hace el bien para uno mismo y no existe mayor oportunidad de realización personal, familiar y profesional sin la correcta actitud de servicio a la mayor cantidad de personas.

1.3.2. Concepción de la Sociedad y Cultura

El Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación, contribuye a la sociedad modelando a hombres y mujeres críticos, capaces de interpretar su realidad y contribuir a su transformación como ciudadanos desde su quehacer profesional, promoviendo al mismo tiempo el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Concebimos como condiciones fundamentales del ser humano la libertad y la responsabilidad, por lo que está orientado al comportamiento ético. En la acción moral el sujeto sabe qué hace y como lo hace; qué debe hacer y evitar; y quien lo hace; quien es el autor del acto. Exhibe autonomía y libertad de acción.

El ser humano posee una dignidad irrenunciable que lo hace sujeto de derechos, los cuales son el fundamento del accionar del esfuerzo educativo de la Universidad en General y de la Carrera Profesional en particular. Así mismo integra dimensiones afectivas, físicas, artísticas, volitivas, cognitivas, sociales y trascendentales, lo cual orienta el enfoque holístico e integral de su formación.

Los seres humanos son seres situados en un contexto e interactúan con otros seres humanos y con su entorno. El éxito o fracaso en el establecimiento de estas relaciones decide los grados de felicidad o infelicidad de su existencia, es por ello que el fenómeno de socialización hace parte del proceso educativo. En este marco optamos por contribuir al desarrollo de sociedades inclusivas y de convivencia social, donde no sólo sea un reto sino una alternativa viable la coexistencia pacífica y constructiva que permita el desarrollo de entornos donde todos nos sintamos seguros y podamos desarrollar nuestro potencial como personas en beneficio de la comunidad.

La construcción de sociedades inclusivas es una tarea compleja en la que intervienen muchos actores para desarrollar el espíritu de tolerancia, respeto, justicia, equidad y orientación al bien común. La inclusión requiere además un difícil equilibrio entre el respeto a la identidad de personas y grupos y la necesidad de reconocer valores comunes que nos agrupen en las sociedades de las que somos parte.

El respeto a la diversidad y la dignidad del individuo son esenciales. Reconocemos que el Perú es un conjunto de naciones que esperan ser reconocidas y legitimadas; de tal forma que todas puedan contar con los mismos derechos, deberes y oportunidades. El reconocimiento de las diferencias, desarrollar la convivencia entre diferentes y lograr la equidad es una tarea fundamental y pendiente para alcanzar el desarrollo y el bien común e nuestro país.

En este sentido, nuestra Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación y en especial la carrera de Ciencias de la Comunicación sustenta su accionar formativo en el desarrollo de un ser humano libre, responsable, intercultural y de una sociedad inclusiva, intercultural y justa, donde se desarrolle la investigación científica y tecnológica para el bienestar de todos y cada uno de los peruanos en el marco de la globalización.

1.3.3. Concepción de la Educación Superior Universitaria

Es la misión de la Universidad, fortalecer la formación de profesionales en el campo cognitivo, social y psicológico. Se concibe la construcción del conocimiento en los estudiantes como un proceso constructivo en la que se establece una relación entre el objeto por conocer y el sujeto cognoscente. Los enfoques modernos sobre el conocimiento toman

diversas posturas según las condiciones en la que se relaciona tanto el objeto como el sujeto.

Para nuestra concepción de la construcción del conocimiento se asume el constructivismo pedagógico en la que el estudiante construye su conocimiento y su aprendizaje, construyendo y deconstruyendo significados según la disciplina que estudia en su formación profesional.

1.3.4. Concepción epistemológica

Toda práctica de enseñanza deviene de la concepción epistemológica del profesor; es el sistema conceptual desde el cual él juzga y toma decisiones acerca de cómo se origina y organiza el conocimiento.

En la búsqueda y desarrollo del conocimiento verdadero existe la posición objetivista de la realidad en la que existe el sujeto que estudia y el objeto estudiado y la noción de realidad subjetiva

Si el profesor posee una noción objetivista de la realidad, conscientemente o no, promoverá una praxis pedagógica acorde con tal noción, pero si la realidad es para él una construcción del sujeto, los eventos de enseñanza y aprendizaje que facilitará se corresponderán con esa noción subjetivista y su praxis se dirigirá a facilitar la comunicación para la adopción, deconstrucción y reconstrucción de nuevos significados a partir de las concepciones previas, las confrontaciones con las teorías disciplinares vigentes y todo esto en su entorno sociocultural. Esto implicaría, por parte del docente, la adopción de una epistemología constructivista apoyada en el relativismo, la teoría de la complejidad y el enfoque sistémico como fundamentos de su praxis pedagógica.

En la UNT el proceso formativo se orienta a la rigurosidad científica para el descubrimiento y desarrollo del conocimiento, tomando en consideración el carácter subjetivo del desarrollo de los procesos de aproximación al conocimiento donde se combina la investigación científica con la investigación acción y las demás modalidades

1.3.5. Concepción psicopedagógica y didáctica

Enfoque pedagógico

El enfoque pedagógico es la guía con contenido ideológico que determina las prácticas y actividades de enseñanza, estableciendo las directivas generales que optimizan su buen desarrollo. Presenta como elemento sus principios, objetivos y perfiles y valores como parte de la filosofía de la institución. Con este propósito se han construido una serie de modelos idealizados dinámicos del mundo educativo para explicar su quehacer.

Enfoque didáctico

Es la manera de concebir la enseñanza y el aprendizaje. En este sentido, el enfoque problematizador es un enfoque encuadrado en una visión constructivista y crítica, asumiendo una posición reflexiva en relación a todos los componentes didácticos. Su propósito es formar sujetos activos, críticos y creativos capaces de comprender e interactuar con su entorno, tratando de superar la separación entre teoría y práctica en la enseñanza. El docente se convierte en un mediador entre el estudiante y el conocimiento, proporcionando la ayuda necesaria para que el estudiante avance progresivamente en el saber, enseñándose lo que es epistemológicamente relevante.

1.3.6. Concepción curricular

Enfoque curricular

El enfoque curricular es el énfasis teórico que adopta un sistema educativo para organizar los elementos del currículo, y como se concebirán sus interacciones según como se oriente este énfasis. El enfoque tiene elementos psicológicos, intelectualistas, socioreconstruccionistas, tecnológicos y dialécticos, enfocándose en el individuo como realidad sociocultural, sistémica e institucional. Busca la transmisión de contenidos culturales para alcanzar mayor racionalidad y eficiencia en el proceso educativo, reconociendo la práctica como medio de relación entre el sujeto y la realidad.

Articulación estudios generales-específicos y de especialidad

Los Estudios generales proporcionan una formación básica a partir de la cual se podrá a continuación estudiar una disciplina científica, con el propósito de lograr un profesional que no solamente sea eficiente y exitoso, sino que a su vez posea una cultura amplia, sólida, y responsable para con la sociedad y el entorno. Los estudios de especialidad y específicos parten de esta base para producir un profesional investigador, promotor y gestor de los aprendizajes a partir de la realidad educativa y el aporte teórico de la Pedagogía, enriquecido por sus experiencias en situaciones reales de aprendizaje.

Definición de competencia

Spencer y Spencer (1993) las definen como *“Una característica subyacente de un individuo que está causalmente relacionada con un nivel de estándar de efectividad y/o desempeño superior en un trabajo o situación”*. Incluyen destrezas, conocimientos, el concepto de sí mismo, rasgos de la personalidad, actitudes y valores. El contenido de este concepto coincide con el ofrecido por Boyatzis, privilegiando las cualidades humanas como causa del éxito en la actividad laboral.

En Canadá, en la Provincia de Quebec, se definen las competencias como *“el conjunto de comportamientos socioafectivos y habilidades cognitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un papel, una función, una actividad o una tarea”*. (Ducci, M 1997).

En Argentina, el Consejo Federal de Cultura y Educación la define como: *“Un conjunto identificable y evaluable de conocimientos, actitudes, valores y habilidades relacionados entre sí que permiten desempeños satisfactorios en situaciones reales de trabajo, según estándares utilizados en el área ocupacional”* (Ducci, M 1997).

De lo anterior se infiere que para tener competencias no basta tener actitudes, sino aptitudes. El pensamiento debe ir de aliado con la experiencia, no basta parecer, sino ser.

Para Collis, (2007), es la integración de conocimientos, habilidades y actitudes de forma que nos capacita para actuar de manera efectiva y eficiente.

Incluyendo las premisas anteriores y adicionando la propuesta de Delor's respecto a la competencia como integración de saberes, en el MOEDUNT asumimos que:

la competencia e integralidad valorativo – cognitiva es la articulación entre actitudes habilidades, conocimientos y valoraciones expresadas mediante desempeños relevantes para dar solución a la problemática social, así como para generar necesidades de cambio y de transformación, implicando un saber conocer saber hacer, saber convivir y saber ser, saber emprender y saber preservar; sujeto a contingencias que pueden ser transferibles con creatividad a cualquier contexto social, cultural, tecnológico y productivo. (MOEDUNT p. 45)

Características de las competencias:

Uno de los autores más reconocidos e influyentes en la definición y operativización de competencias en el mundo educativo es Tobón (2006) quien señala: las competencias *“son procesos complejos de desempeño con idoneidad en un determinado contexto, con responsabilidad”*.

- *Procesos*: los procesos son acciones que se llevan a cabo con un determinado fin, tienen un inicio y un final identificable. Implican la articulación de diferentes elementos y recursos para poder alcanzar el fin propuesto. Con respecto a las competencias, esto significa que estas no son estáticas, sino dinámicas, y tienen unos determinados fines, aquellos que busque la persona en concordancia con las demandas o requerimientos del contexto.
- *Complejos*: lo complejo se refiere a lo multidimensional y a la evolución (orden - desorden - reorganización). Las competencias son procesos complejos porque implican la articulación en tejido de diversas dimensiones humanas y porque su puesta en acción implica muchas veces el afrontamiento de la incertidumbre.
- *Desempeño*: se refiere a la actuación en la realidad, que se observa en la realización de actividades o en el análisis y resolución de problemas, implicando la articulación de la dimensión cognoscitiva, con la dimensión actitudinal y la dimensión del hacer.
- *Idoneidad*: se refiere a realizar las actividades o resolver los problemas cumpliendo con indicadores o criterios de eficacia, eficiencia, efectividad, pertinencia y apropiación establecidos para el efecto. Esta es una característica esencial en las competencias, y marca de forma muy importante sus diferencias con otros conceptos tales como capacidad (en su estructura no está presente la idoneidad).
- *Contextos*: constituyen todo el campo disciplinar, social y cultural, como también ambiental, que rodean. Significan e influyen una determinada situación. Las competencias se ponen en acción en un determinado contexto, y este puede ser educativo, social, laboral o científico, entre otros.

- *Responsabilidad*: se refiere a analizar antes de actuar las consecuencias de los propios actos; respondiendo por las consecuencias de ellos una vez se ha actuado, buscando corregir lo más pronto posible los errores. En las competencias, toda actuación es un ejercicio ético, en tanto siempre es necesario prever las consecuencias del desempeño, revisar cómo se ha actuado y corregir los errores de las actuaciones, lo cual incluye reparar posibles perjuicios a otras personas o a sí mismo. El principio en las competencias es entonces que no puede haber idoneidad sin responsabilidad personal y social.

Clasificación de competencias según el proyecto Tuning y Tobón

Entre las diferentes clasificaciones de competencias, consideramos las de Tobón y las señaladas por el proyecto Tuning; por ser el primero uno de los autores más consistentes y reconocidos en el tema y cuyo pensamiento ha influenciado significativamente el devenir educativo de la región. El Tuning, por otro lado, es el inicio de una tendencia del futuro, la estandarización de competencias en una época en que la calidad y la acreditación son ejes de desarrollo en educación y formación en educación superior.

Tabla 1: Clasificación de competencias según el proyecto Tuning

Competencias genéricas: Referidas a cualidades a ser alcanzadas por todos los estudiantes independientemente de la carrera o programa formativo.	<i>Personales:</i> Relativas al autoconocimiento, toma de decisiones, expresión de sentimientos y valores, aceptación de responsabilidades individuales y sociales. A lograrse a largo plazo y evaluarse en contextos complejos. <i>Instrumentales:</i> Asociadas a conocimientos y habilidades propias del área de lenguaje, búsqueda de información, razonamiento matemático, comprensión de la realidad que rodea al estudiante así como el uso de tecnologías de la información y comunicación.
Competencias específicas: Comprende actitudes, conocimientos y destrezas necesarias para cumplir actividades y tareas propias de la función laboral, tienen un determinado nivel de especialización disciplinar.	<i>Básicas:</i> Son las instrumentales aplicadas al campo específico de la profesión. <i>Profesionales:</i> Son de carácter terminal y comprenden el conjunto de conocimientos, actitudes y habilidades que el egresado debe demostrar en su desempeño laboral conforme al perfil profesional.

Tabla 2: Clasificación de competencias propuesta por Tobón

Competencias genéricas:

Son competencias comunes a una rama profesional o a todas las profesiones.

Competencias específicas:

Son propias de cada profesión y le dan identidad a una ocupación.

En la Nueva Ley Universitaria N° 30220 se habla de estudios generales y estudios específicos con clara alusión a las clasificaciones antes mencionadas. En el artículo 41 se especifica que la formación general de pregrado tiene *“una duración no menor de 35 créditos”* y los estudios específicos y de especialidad deben durar no menos de 165 créditos.

El modelo SINEACE de acreditación alude a las competencias generales y técnicas, las cuales aludirían a las competencias genéricas explicitadas en el Tuning, mientras que el área formativa y de especialidad correspondería a las competencias específicas.

Principios del enfoque por competencias en el diseño curricular

- La competencia como principio organizador de la formación.
Se considera la adquisición de un conjunto de competencias como el objetivo principal de la formación.

Sustituye el enfoque disciplinario por el de competencias. Se pone de relieve la necesidad de poner la aplicación de conocimientos y habilidades en primer plano antes que la adquisición de conocimientos.

- La determinación de competencias en función del contexto en el cual son aplicadas.

Este principio se deriva del principio anterior. Se torna necesario precisar lo que debe realizarse y esto evidentemente depende del contexto en el cual son aplicadas.

- La descripción de las competencias en términos de resultados y de normas.

Es necesario definir, lo más exactamente posible, cada una de las competencias de un programa, de manera que queden bien delimitadas. Por ello, para cada competencia debe establecerse:

- Los resultados asociados a la demostración de la competencia.
- Los criterios de evaluación que van a permitir medir el éxito de la formación.
- El medio en el cual se desarrollaría la evaluación

2. CARACTERIZACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO

2.1 Contextualización sociocultural

Son 32 Facultades y Escuelas de Ciencias de la Comunicación en el país tanto de universidades privadas como en las públicas. En el ámbito de la Región La Libertad, la carrera se empieza a ofrecer a inicios de la década del 90 por parte de la Universidad Privada Antenor Orrego. En 1992 la Universidad César Vallejo, abre una sección de Periodismo en su Facultad de Educación. Ese mismo año, una vez creada la Universidad Privada del Norte, comienza a funcionar la carrera de Ciencias Publicitarias, como un programa universitario cuyo objetivo era extender su experiencia en la formación técnica, a través del Instituto Tecnológico del Norte. En 1993, la Universidad Nacional de Trujillo crea, con gran expectativa, su Escuela de Periodismo, adscrita a la Facultad de Educación. Pero el año 2001, por acuerdo de Consejo Universitario se modifica la denominación del título que otorgaba la Escuela, de Licenciado en Periodismo, por el de Licenciado en Ciencias de la Comunicación; Centros de enseñanza que ha particularizado su oferta educativa, haciendo que sus egresados tengan un tipo de perfil que lo caracteriza.

En los últimos veinte años, la enseñanza-aprendizaje de la comunicación social estuvo centrada casi exclusivamente en las demandas del mercado laboral y, sobre todo, en la preparación para los medios masivos convencionales; ahora se aprecia que la producción de contenidos viene migrando vertiginosamente a la red, donde aparecen nuevos medios, nuevos espacios y escenarios de comunicación y nuevo tipos de receptores ahora llamados prosumidores, quienes no sólo se limitan a consumir información sino que tienen un rol activo en la producción de todo tipo de mensajes e incidencia en la opinión pública y en la reputación de las instituciones y organizaciones; ello obliga a nuevas miradas para la formación en Ciencias de la Comunicación.

Respecto a lo que ofrecen los medios de comunicación convencionales, se aprecia grandes dificultades para definir una agenda pública que refuerce la vida democrática, el debate, la participación de la opinión pública, la transparencia corporativa y gubernamental, además de la defensa del medio ambiente. El déficit de proyectos periodísticos sólidos que le den sentido a su intervención noticiosa, de opinión, y de intervención en lo público, repercute en una ciudadanía casi ausente o pasiva.

Los comunicadores de los medios masivos nacionales, por ejemplo, siguen forjados aún en el profesionismo, como agente organizador de la empresa comunicativa, lo que origina vulnerabilidad a las influencias de los gobiernos de turno. Asimismo, no muestran una preocupación por la calidad de su oferta, en términos informativos, éticos, estéticos y culturales. Esta situación se agrava por la inexistencia de un sistema balanceado de libertades y derechos. Menos está sugerido en alguna ley y que considere no sólo a los propietarios sino a periodistas y sus públicos. Otra característica de los medios masivos peruanos es que éstos están marcados por el abordaje espectacular que realizan de los hechos noticiosos, vinculándolo con la acción y violencia, o el tratamiento de temas privados o íntimos que llamen la atención del público. Aquí los compromisos éticos, como criterios operantes de autorregulación, son los grandes ausentes.

Ciencias de la Comunicación es una de las carreras que día a día viene siendo valorada por los diversos sectores, que la consideran a diferencia de años

anteriores como un componente estratégico para sacar adelante los proyectos, productos, servicios, políticas, u otros emprendimientos. Ya en las mismas estructuras organizacionales, se prevé más de un personal que cubra las demandas de trabajos de comunicación que tienen las organizaciones y su demanda también se hace a través de consultorías externas que se ofrece.

A pesar de presentarse la situación anterior, en otros sectores más allá de la radio, prensa y televisión convencional, se viene incrementado el número de empresas informativas y comerciales, instituciones u organizaciones, colectivos u otros, que demanda de otros servicios de comunicación. Por ejemplo, cada día más se necesita contar con especialistas en comunicación digital con nuevas narrativas y formas de establecer redes, para llegar a más audiencias, seguidores o públicos. Por ello, se incrementará la demanda de comunicadores que diseñen, implementen y promuevan el uso de la Comunicación Web, las social media y narrativas transmedia, en la web, dado el uso y consumo que da la población en general a los dispositivos móviles.

También, a nivel empresarial o corporativo, se necesitan comunicadores preparados para favorecer una buena relación con los stakeholders., aplicar el marketing estratégico y la publicidad; también para establecer buenas relaciones con los decisores de las regulaciones o políticas ligadas a su sector; asimismo para aplicar planes de comunicación y relaciones públicas a nivel de sus públicos internos y externos para favorecer la confianza y buen posicionamiento de su imagen.

Es importante, contar con comunicadores que permitan a las organizaciones desarrollar una buena reputación corporativa y su sostenibilidad a través del manejo de riesgos produciendo información vinculante para preparar planes de contingencia ante posibles crisis y apoyando el desarrollo de planes de responsabilidad social en la comunidad. Los comunicadores deben ser capaces de diseñar y posicionar su marca, e identidad fidelizándola en sus públicos. Así como competente para generar contenidos en las medias convencionales y nuevas plataformas.

Además, para los proyectos ligados a los Objetivos del desarrollo sostenible (ONU), es necesario reclutar profesionales preparados en Comunicación para el desarrollo, capaces de formular, aplicar y evaluar estrategias de comunicación, realizar incidencia política, aplicar metodologías participativas, de negociación y manejo de conflictos, entre otros. Comunicadores que estén preparados para difundir y promocionar las actividades, a la organización, pero fundamentalmente capaces desarrollar procesos de comunicación transformadora, como eje central en la mejora de las comunidades apostadas en los ámbitos de intervención de los proyectos, que pueda permitir a los pobladores, empoderarse, tomar decisiones y acciones en la búsqueda de la mejora de su calidad de vida, tanto personal como colectiva.

Por otro lado, se estima una demanda de comunicadores con habilidades investigativas, que permita ofrecer estudios a nivel cualitativo, cuantitativo y mixto, para la reflexión y toma de decisión, ligados a diferentes campos o sectores a nivel internacional, nacional y local. El manejo de contenidos con rigor científico es limitado y los actores sociales, políticos, económicos, entre otros, requieren de información de calidad, que hagan seguimiento a las tendencias del contexto social, político, económico, ambiental, geopolítico, etc. para evitar crisis de comunicación y también para fortalecer sus políticas y gestión.

2.2. Reseña histórico-situacional

La carrera de Ciencias de la Comunicación se crea el 28 de junio de 1993, por acuerdo de Asamblea Universitaria, siendo Decano, el Dr. Víctor Baltodano Azabache y Rector de la Universidad el Dr. Guillermo Gil Malca; adscrita a la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación; en el año 1997, se aprueba el Currículo, mediante Resolución Rectoral No 1038-97/UNT.

La conducción de la carrera ha estado a cargo, por reconocidos docentes, de la Facultad, siendo el Primer Director, el Mg. Juan Paredes Carbonel, luego el Dr. Germán Zueleta; Posteriormente, se encarga, al Mg. Gustavo Adolfo Benites Jara, y luego al Dr. César Acevedo Chávez.

En agosto de 1999, con Resolución N° 1628-99/UNT A ante la necesidad de requerirse el servicio de docentes especializados, se forma una Comisión Transitoria integrada por tres docentes y un representante de los estudiantes. Profesores Juan Villacorta Vásquez, Gustavo Benites Jara (Encargado de la Dirección de Escuela) y Elmer Robles Ortiz (Asesor) y el alumno Consejero Universitario, Ernesto Ortiz Burga, quienes se encargaron de implementar y organizar el Departamento de Comunicación Social en la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación.

En el año 2001 se aprobó el cambio de denominación del Título Profesional de la carrera, siendo ahora, Lic. En Ciencias de la Comunicación, gracias al Informe Técnico preparado por los Profesores Raúl Rivero Ayllón, Luis Javier Aliaga Loyola y algunos estudiantes.

En los últimos años, la tarea de fortalecer la carrera es asumida no sólo por la Dirección de Escuela sino por la Jefatura de Departamento de Comunicación Social. Es en el periodo 2002-2006, del Mg. Hermes Rubiños Izaguirre, designado como Director de Escuela y del Mg. Eduardo Angulo Montoya, Jefe de Departamento, que la carrera se consolida, con el nombramiento de cuatro docentes de especialidad.

En el año 2006 se encarga conducción de la Carrera a docentes de especialidad, recayendo por primera vez la responsabilidad de la Dirección de Escuela en la Dra. Martha Lamela Ríos y la Jefatura del Departamento de Comunicación Social en la Dra. María Luisa Bazán Guzmán; es en ese periodo de gestión que se crea el Laboratorio de Televisión, el Laboratorio de Radio y el Laboratorio de Comunicación Gráfica, con equipos adquiridos finales del año 2007. Además, se dota de nuevos ambientes en el nuevo Pabellón, como aulas, sala de docentes, y Oficina de la Dirección de Escuela y Oficina de la Jefatura del Departamento de Comunicación Social.

A lo largo de existencia de la carrera, la participación estudiantil ha sido notoria, contribuyendo a fuerza de gestión y unidad los implementos y beneficios con los que hoy cuenta. Han sido representantes Estudiantiles ante la Asamblea Universitaria los alumnos: Florián Ríos Mantilla, ante el Consejo Universitario, Ernesto Ortiz Burga, Milagritos Silvestre Otiniano y Miguel Roncal Liñan, Consejero Universitario, designado como miembro titular del Comité Central de Alto Nivel de Autoevaluación y Acreditación, en representación de la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación. Asimismo, han pasado por Consejo de Facultad, Pepe Hidalgo Jiménez, Elio Chávez, Marité Tirado Portocarrero, Juan Jara, Hugo

García Benites. Y actualmente , Magdalena Ruiz Otiniano. Asimismo, es miembro de la Asamblea Universitaria, la alumna Alison Sullón Ramos.

Han tenido estado a cargo de la Gestión de la carrera cumpliendo funciones de Jefe(a) de Departamento y/o Director(a) de Escuela los docentes: Martha Lamela Ríos, María Luisa Bazán Guzmán, Raúl Rivero Ayllón, Juan Vásquez Sánchez, Luis Aliaga Loyola y Pepe Hidalgo Jiménez, consolidando su desarrollo.

En el año 2013, se aprueba el currículo vigente de la carrera de Ciencias de la Comunicación, liderando ese profesor el Comité integrado por el Ms. Raúl Rivero Ayllón, Lic. Juan Vázquez Sánchez y la Dra. Martha Lamela Ríos.

Actualmente recae la responsabilidad del Departamento de Comunicación Social en el profesor Juan Vásquez Sánchez y la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Dra. María Luisa Bazán Guzmán.

2.3. Objeto y Sentido de la Profesión

El objeto de estudio de las Ciencias de la Comunicación son los procesos y fenómenos relacionales y comunicacionales de las organizaciones socio-económicas, político, culturales –a nivel micro y macro- los que son analizados, interpretados, valorados y juzgados desde una perspectiva sistémica e interdisciplinaria.

El sentido de la profesión se demuestra con la capacidad de reconocer la realidad circundante y de relacionarse con ella. Para ello, el profesional de las Ciencias de la Comunicación desarrolla sus competencias de investigación científica, pensamiento estratégico, creatividad, gestión de las Tecnologías de la Información y Comunicación, emprendimiento, y en el marco de la responsabilidad social, con la finalidad de fortalecer la democracia y la justicia social y la sostenibilidad humana y social.

2.4. Demanda y pertinencia social del Programa de estudios

Según el estudio de Demanda social y mercado Laboral de la Educación Superior en la Región La Libertad-2017, de una muestra de 1,512 estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria, respecto a la elección de la carrera profesional, de un total de 40 profesiones, se concluye: en primera opción, Ciencias de la Comunicación ocupa el octavo lugar con 4.81 %. El primer lugar, lo ocupa administración (11.21%); el segundo, Medicina (9.90%); el tercero, Ingeniería Civil (9.86%), el cuarto, Derecho y Ciencias Políticas (6.91%); el quinto, Ingeniería Industrial (6.44%); el sexto, Ingeniería de Sistemas (6.27%) y, el séptimo, Arquitectura y Urbanismo (6.12%).

Según el mismo estudio, de una muestra de 135 estudiantes del cuarto y quinto año de secundaria, el 56.3% expresa su interés por seguir la carrera de Ciencias de la Comunicación, en primera opción, en la Universidad Nacional de Trujillo; en segundo lugar, en la UPAO (20.7%); en tercer lugar, UCV (10.4%); en cuarto lugar, UPN (8.1%); y 4.5% en otras universidades.

Por otro lado, La Libertad es una Región con gran potencial económico, constituyéndose en un polo de desarrollo importante en la Zona Norte. Los índices de crecimiento y economía son significativos; sin embargo, el ámbito social, el desarrollo es limitado; pues el auge de las empresas extractivas y de la

agroindustria, no llega a las poblaciones cercanas donde se ubican los recursos naturales, que viven en extrema pobreza. El desarrollo se ve en el número de vías, medios de comunicación, empresas, demanda per cápita, entre otros; sin embargo, al igual que hace más de 50 años, sigue presente problemas álgidos al interior de la región, como son la falta de oportunidades, servicios educativos y de salud limitados e ineficientes. Presencia de problemas sociales como la violencia familiar, la inseguridad ciudadana, la victimización se ven de manera más frecuente día a día. En el ámbito de la salud está presente con índices muy altos: la desnutrición crónica, la incidencia de enfermedades infectocontagiosas, y crónicas entre otros.

Asimismo, hay escasa participación política y la corrupción en los diferentes niveles de gobierno e instituciones.

Una manera de solucionar estos problemas que impiden el verdadero desarrollo es realizar una comunicación transformadora a nivel de los colectivos, comunidades, espacios públicos, etc. De tal manera que se desarrolle una cultura ciudadana, capaz de lograr que sea la misma gente que sufre estos problemas, que se encuentren en posiciones de decisión y generen cambios. Ese es el rol, que le toca asumir a un comunicador social, sensible y activo: propiciando con su trabajo, la formulación, implementación y evaluación de proyectos y acciones a nivel del orden público.

3 EJES CURRICULARES TRANSVERSALES

3.1. Responsabilidad social y ambiental.

El modelo de responsabilidad social universitaria asumido por la UNT es fundamentalmente territorial con participación activa y responsable de las comunidades, organizaciones o grupos de interés en la que se incluye la gestión de la formación académica socialmente responsable, gestión de la investigación socialmente útil y gestión social del conocimiento.

Este eje se, con actitud de servicio que contribuyan al mejoramiento de su entorno, a resolver los problemas socioculturales, al mejoramiento de las condiciones de vida de sus semejantes y al cuidado del medio ambiente.

A través de todas las experiencias curriculares se tendrá en cuenta la responsabilidad social y ambiental en el desarrollo de proyectos y actividades específicas del itinerario formativo para consolidar su enfoque, interpretación y relación con el mundo en forma social y ambientalmente responsable.

3.2. I+D+i (investigación + desarrollo + innovación)

La promoción de la I+D+i se convierte en una responsabilidad hacia la sociedad. La I+D+i no solo conlleva a la generación de conocimiento, sino también una formación académica adecuada para un mundo en acelerado desarrollo. La sociedad requiere capital humano para resolver sus problemas más inmediatos; contribuir a acrecentar ese capital es una de las misiones más importantes de las universidades.

Para cumplir una de las misiones de la Universidad, en el Programa de estudios de promoverá el desarrollo de proyectos de investigación, desarrollo e innovación vinculados con el sector productivo en la medida de lo posible, considerando el

seguimiento de los mismos a través de indicadores sobre la producción investigadora y el apoyo a la difusión de los resultados de las investigaciones. Estos proyectos implicarán la participación articulada de distintas experiencias curriculares.

Los proyectos de investigación deben estar relacionados al área disciplinaria del programa. Se privilegiará las investigaciones colaborativas con otras universidades y la asesoría para los mismos estarán a cargo de docentes investigadores registrados en el Registro Nacional de Investigadores en Ciencia y Tecnología (REGINA).

En el desarrollo de los proyectos de I+D+I se tendrá especial cuidado en la vigilancia tecnológica como herramienta de información permanente de lo que acontece en la propia organización y el exterior sobre ciencia y tecnología, de captar información, seleccionarla, analizarla, difundirla y comunicarla, para convertirla en conocimiento en el área de especialización del programa.

3.3. Ética y ciudadanía

La interiorización de los principios éticos se desarrollará permanentemente en cada una de las actividades correspondientes al desarrollo del Plan Formativo mediante la rigurosidad de las fuentes de investigación, la veracidad de la información generada y difundida, el análisis de casos y situaciones controversiales, el análisis de normatividad y códigos de ética profesional, pero fundamentalmente a través del ejemplo de la comunidad educativa de un comportamiento ético elevado.

La toma de decisiones conjunta, el fortalecimiento de los procesos de deliberación y análisis como estudiantes y docentes de la Universidad para los aspectos que afectan a todos en el ámbito académico, de gestión y social a través de prácticas cotidianas en el aula y fuera de ella desarrollarán en el estudiante el sentido de pertenencia ciudadana. Asimismo, a través de actividades como seminarios de análisis de la realidad o cinefóruns sobre el rol de los profesionales de la especialidad en el desarrollo local, regional y nacional se fortalecerá el carácter ético y ciudadano del futuro profesional.

3.4. Identidad e interculturalidad

El reconocimiento de la pertenencia a una comunidad y la valoración de la historia propia y colectiva son fundamentales para la felicidad y la relación saludable con el entorno. A nivel profesional dinamizan el sentido de pertenencia y compromiso con el desarrollo local, regional y nacional.

A través de las actividades formativas se fortalecerá la identidad personal y comunal de los estudiantes, mediante el reconocimiento permanente de sus logros, las oportunidades para incrementar el conocimiento de la realidad y la identificación e incorporación de sus potencialidades.

Por otro lado siendo el Perú diverso, se promoverá el conocimiento de las distintas cosmovisiones y desarrollo científico y tecnológico propios de la especialidad a lo

largo de la historia, destacando la contribución de los peruanos en la dinamización de la ciencia y tecnología en el mundo.

Como estrategia de transversalización de este eje, se realizarán actividades que promuevan en pensamiento divergente, el trabajo entre estudiantes que tienen puntos de vista diferentes, de tal forma que desarrollen la capacidad de trabajar exitosamente con personas diversas desde una identidad fuerte y abierta.

3.5. Inter y transdisciplinariedad

La realidad es integral y compleja, lo que implica el abordaje desde distintos enfoques, campos, paradigmas, esto es, un abordaje interdisciplinar.

El tratamiento de los contenidos y desarrollo de capacidades se realizará preferentemente de forma interdisciplinar asumiendo la categoría de interobjeto de estudio, abarcando contenidos, métodos, medios, formas organizativas y la evaluación.

La concreción de esta orientación se realiza a través del planeamiento colegiado e interdisciplinar al interior de los docentes del Programa de Estudios y de ser posible, a través de proyectos colaborativos de aprendizaje con la participación inter escuelas del Programa de Estudios y planificación del desarrollo de sesiones de aprendizaje.

Se privilegiará la asignación de proyectos de investigación integrales por ciclo que aborden una problemática definida previamente, en los cuales se definan los aspectos a desarrollar por cada una de las experiencias curriculares para el desarrollo de las competencias y capacidades.

3.6. Tutoría y Consejería

El sistema de tutoría, orientación y consejería se concibe dentro de la estructura curricular como un elemento básico del sistema académico de la Escuela orientado fundamentalmente a apoyar al alumno en sus actividades y en su formación profesional.

- El estudiante deberá, necesariamente, contar con un Tutor permanente durante todo el desarrollo de sus estudios.
- El estudiante deberá recibir una sólida orientación sobre el desarrollo de sus actividades académicas con la programación de Seminarios acerca de las actividades que puede realizar el profesional Biólogo Microbiólogo.
- El sistema de tutoría y consejería comprende las siguientes áreas: personal, académica y formación profesional.
- Los alumnos se incorporarán al sistema de tutoría y consejería desde su ingreso a la Escuela hasta su egreso, gozando de todos sus beneficios del mismo. Esto significa que todo alumno tendrá designado un TUTOR y será un docente de la Escuela, sin distinción de categoría o modalidad.
- La programación, implementación, ejecución y evaluación del sistema de tutoría y consejería está a cargo del Comité de Tutoría y Consejería de la Escuela.

3.7. Movilidad Estudiantil y docente

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) a través de la Secretaría General Iberoamericana sostiene que la movilidad académica es la iniciativa de movilidad e intercambio de estudiantes, profesores e investigadores. Permite fomentar que éstos realicen un periodo de estudios de educación superior, docencia o investigación.

Se difundirán los convenios existentes de movilidad estudiantil y docente, con el propósito de crear una ciudadanía académica, y a través de ella, sentimientos de vinculación y pertenencia que trascienden lo académico para alcanzar a la sociedad en su conjunto, contribuyendo al mismo tiempo a desarrollar las competencias del egresado y al perfeccionamiento de los docentes.

4. OBJETIVOS EDUCACIONALES

- Garantizar el desarrollo de competencias que le permitan al alumno diseñar, implementar, desarrollar y evaluar planes, estrategias, medios, para desarrollar una comunicación eficaz y eficiente, acorde a las exigencias de los grupos de interés y demanda social.
- Realizar una gestión curricular eficiente, y de mejora continua, incorporando la investigación formativa y responsabilidad social universitaria de manera transversal a lo largo de toda la formación.
- Promover la participación de los docentes y estudiantes en acciones, buenas prácticas, estrategias y proyectos, innovadores y creativos que contribuyan al desarrollo social de la región y el país.
- Promover el desarrollo de círculos de calidad que propicien la mejora continua y el desarrollo de habilidades blandas, para la formación integral del estudiante.
- Acompañar a los alumnos, en el proceso de formación, mediante la realización de programas de incorporación, de seguimiento y de término de carrera, fortaleciendo sus competencias y desarrollo personal.

5. COMPETENCIAS

5.1. Generales

Demuestra un desarrollo integral, con bases sólidas, significativas y trascendentes en su desempeño académico interdisciplinar, científico, humanístico, axiológico, estético, deportivo y cultural en relación con sus pares y su entorno, evidenciando una elevada conciencia ético-moral, ciudadana y medioambiental, capaz de asumir una posición crítica y propositiva frente a los diversos escenarios y cambios sociales, medioambientales y políticos de su entorno.

—

5.2. Específicas

- Reconoce el contexto legal, económico, político, educativo, con sólidas bases humanísticas.
- Realiza un trabajo multidisciplinar bajo los enfoques que la sociología, psicología, del derecho, la gestión empresarial, y la filosofía de la ciencia.

5.3. Especialidad

- Produce contenidos impresos, radiales y televisivos, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente. Maneja la tecnología, técnicas, y herramientas propias de la pre-producción, producción y postproducción de productos sonoros y audiovisuales. Propone proyectos o empresas de servicios de comunicación en medios masivos. Desarrolla su carácter de productor y roles en el equipo de producción demostrando eficiencia, energía y dinamismo, empatía, creatividad, organización, iniciativa, trabajo en equipo en todas las etapas de producción.
- Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación efectivos y eficientes, basados en el diagnóstico de los actores y contextos, haciendo uso de metodologías participativas que faciliten la comunicación, empoderamiento y acción decidida de las comunidades ubicada en los ámbitos de intervención de proyectos de desarrollo para lograr la incidencia política a favor de los temas de interés, respetando su cultura y biodiversidad.
- Diseña, implementa y evalúa planes de Comunicación Corporativa para organizaciones públicas y privadas, dirigidos a sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer su reputación e imagen corporativa. Posiciona su marca y desarrolla estrategias para el manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que les afectan. Produce información relevante como soporte de las decisiones y comunicaciones de la alta dirección de acuerdo a la visión, misión y lineamientos estratégicos.
- Planifica, analiza e interpreta las necesidades del mercado y toma decisiones para iniciar o fortalecer un negocio desarrollando ventajas competitivas, con uso de estrategias efectivas de marketing y publicidad, funcionales, creativas, e idóneas para llegar al consumidor de manera ética. Respeta el medio ambiente y la diversidad cultural.

- Emprende y desarrolla proyectos de investigación relevantes, que contribuyan al conocimiento e interpretación de situaciones problemáticas ligadas al campo de la comunicación. Demuestra habilidades de búsqueda, selección y procesamiento de información científica, siguiendo un enfoque y marco metodológico pertinente.

6. PERFILES

6.1. Perfil de ingreso

Es necesario que el ingresante a esta carrera se encuentre interesado por las Ciencias de la Comunicación, la investigación y pueda acreditar un buen rendimiento académico; asimismo, se encuentre interesado por los descubrimientos científicos y capacidad para trabajar en equipo y además reunir las siguientes características:

❖ **Conocimientos básicos**

- Razonamiento verbal.
- Razonamiento matemático.
- Política, economía y geopolítica
- Marco legal constitucional
- Historia de la Cultura

❖ **Procedimental**

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de argumentación.
- Capacidad básica en el manejo de TICS
- Capacidad para la comprensión de textos.
- Capacidad para la producción de textos.

❖ **Actitudes**

- Tener vocación y motivación.
- Trabajar dentro de las normas establecidas
- Respeto a su persona y hacia los demás.
- Actitud para trabajar en equipo.
- Capacidad para tomar decisiones frente a nuevas situaciones.
- Ser perseverante para alcanzar sus metas.
- Habilidad en comunicación oral y escrita.
- Capacidad de liderazgo.
- Demostrar responsabilidad, honestidad y amabilidad.
- Creatividad e iniciativa.
- Facilidad para hablar y adoptar tecnologías

6.2. Perfil de egreso

❖ Competencia General

Planifica, implementa y evalúa proyectos, planes o estrategias de comunicación para el desarrollo, de publicidad o marketing y comunicación corporativa, valorando la importancia de la comunicación interpersonal en el trabajo con los diversos actores o públicos. Utiliza la investigación para realizar diagnósticos participativos, análisis de contextos e impactos, entre otros. Desarrolla contenidos para medios de comunicación convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente; utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital. Asimismo, Respeta la cosmovisión y cultura en los ámbitos de acción en los que interviene. Demuestra creatividad, capacidad de trabajo en equipo, eficiencia, resiliencia, responsabilidad, dinamismo y energía, en todas las actividades que desarrolla y roles que asume.

❖ Unidades de Competencia

Unidad de Competencia 1: Comunicación en Medios

Produce contenidos impresos, radiales y televisivos, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente. Maneja la tecnología, técnicas, y herramientas propias de la pre-producción, producción y postproducción de productos sonoros y audiovisuales. Propone proyectos o empresas de servicios de comunicación en medios masivos. Desarrolla su carácter de productor y roles en el equipo de producción demostrando eficiencia, energía y dinamismo, empatía, creatividad, organización, iniciativa, trabajo en equipo en todas las etapas de producción.

Capacidades terminales:

- 1.1. Busca, selecciona y procesa fuentes de información directa e indirecta de manera confiable para aportar a la cobertura en medios escritos, radiales, y televisivos, convencionales o por internet, de manera dependiente e independiente, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo socioeconómico cultural del país
- 1.2. Aplica fundamentos, técnicas, herramientas y otros, propios de la pre-producción, producción y post producción, en la producción de géneros y formatos radiales y televisivos, prensa y comunicación gráfica, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente; utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital.

- 1.3. Formula proyectos de producción escritos, sonoros, audiovisuales, transmediales, para medios convencionales o por internet, de manera dependiente o independiente; utilizando como soporte el manejo de la comunicación digital, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo sociocultural del país.
- 1.4. Opera sistemas tecnológicos, a nivel de pre-producción, producción y post producción en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos.
- 1.5. Asume diversos roles en la producción en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos en medios de comunicación o proyectos independientes.
- 1.8. Diseña y administra plataformas, páginas web, social media, contenidos transmedia y otros por internet, para la producción periodística, programas o proyectos independientes, en medios convencionales y alternativos.
- 1.9. Emprende su propia empresa de comunicación brindando servicios de producción a nivel de la comunicación visual, sonora, audiovisuales, y por internet, convencionales o alternativos, para atender la demanda local o regional y nacional que contribuyan al desarrollo sociocultural del país.
- 1.10. Analiza distintos tipos de contenidos en medios de prensa, sonoros, audiovisuales, hipertextos y/o otros por internet, convencionales o alternativos en medios de comunicación o proyectos independientes.

Unidad de Competencia 2: Comunicación para el Desarrollo

Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación efectivos y eficientes, basados en el diagnóstico de los actores y contextos, haciendo uso de metodologías participativas que faciliten la comunicación, empoderamiento y acción decidida de las comunidades ubicada en los ámbitos de intervención de proyectos de desarrollo para lograr la incidencia política a favor de los temas de interés, respetando su cultura y biodiversidad.

Capacidades terminales

- 2.1. Busca, selecciona y procesa fuentes de información directas e indirectas de manera confiable para aportar al diagnóstico e implementación y evaluación de los proyectos de desarrollo sostenible.
- 2.2. Elabora diagnósticos participativos en las comunidades ligadas al ámbito de intervención de los proyectos de desarrollo sostenible.
- 2.3. Formula proyectos sociales y/o planes de comunicación en respuesta a los problemas locales, regionales y nacionales vinculados a los objetivos de desarrollo sostenible.
- 2.4. Diseña y ejecuta estrategias creativas, funcionales y pertinentes, acordes al perfil cultural de los actores del ámbito de intervención del proyecto de desarrollo sostenible, considerando asimismo aliados estratégicos.

- 2.5. Aplica metodologías participativas para facilitar acciones de sensibilización, diagnóstico, capacitación, movilización, visibilización, evaluación, entre otros de los proyectos de desarrollo sostenible.
- 2.6. Realiza procesos de incidencia política para generar cambios, adopción de medidas y negociación en los decisores y aliados estratégicos vinculados a los ámbitos de intervención del proyecto.
- 2.7. Formula planes de comunicación estratégica para posicionar a la institución responsable del proyecto de desarrollo sostenible.
- 2.8. Maneja herramientas de gestión de proyectos (plan estratégico, planes operativos, costos y presupuestos, monitoreo de proyectos, entre otros) que facilitan la ejecución y evaluación de las actividades programadas.
Identifica y gestiona los posibles riesgos y/o conflictos utilizando herramientas de resolución de problemas.
- 2.9. Toma en cuenta la construcción de la identidad, la cultura, la interculturalidad, la inclusión social, el desarrollo del capital social, la pedagogía de la comunicación, entre otros, para potenciar el empoderamiento de los pueblos ubicados en las zonas de intervención de los proyectos de desarrollo sostenible.

Unidad de Competencia 3: Comunicación Corporativa

Diseña, implementa y evalúa planes de Comunicación Corporativa para organizaciones públicas y privadas, dirigidos a sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer su reputación e imagen corporativa. Posiciona su marca y desarrolla estrategias para el manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que les afectan. Produce información relevante como soporte de las decisiones y comunicaciones de la alta dirección de acuerdo a la visión, misión y lineamientos estratégicos.

Capacidades terminales:

- 3.1. Diseña, implementa y evalúa planes de comunicación y relaciones públicas a nivel de sus públicos internos y externos (stakeholders), para favorecer la reputación e imagen corporativa de organizaciones públicas o privado.
- 3.2. Diseña y posiciona la marca, cultura e identidad corporativa de organizaciones públicas o privadas fidelizándola en sus públicos.
- 3.3. Realiza auditorías de imagen y comunicación en organizaciones públicas y privadas.

- 3.4. Genera y analiza contenidos en prensa, radio, televisión y por internet, para medios convencionales y alternativos y su impacto en la opinión pública.
- 3.5. Diseña, implementa y evalúa planes de responsabilidad social, que permitan fortalecer la imagen y reputación de las organizaciones públicas o privadas en la comunidad.
- 3.6. Produce información vinculante para preparar planes de manejo de riesgos o de contingencia ante posibles crisis que afectan a las organizaciones públicas o privadas.
- 3.7. Produce información de calidad, de las tendencias del contexto social, político, económico, ambiental, geopolítico, etc. para proveer información a los directivos, para el manejo de sus decisiones y declaraciones.
- 3.8. Establece buenas relaciones con los decisores de las regulaciones o políticas ligadas a su sector y con otros actores estratégicos para establecer alianzas y cooperación mutua.
- 3.9. Maneja herramientas de gestión de proyectos (plan estratégico, planes operativos, costos y presupuestos, monitoreo de proyectos, entre otros) que facilitan la ejecución y evaluación de las actividades programadas.

Unidad de Competencia 4: Empresa, Publicidad y Marketing

Planifica, analiza e interpreta las necesidades del mercado y toma decisiones para iniciar o fortalecer un negocio desarrollando ventajas competitivas, con uso de estrategias efectivas de marketing y publicidad, funcionales, creativas, e idóneas para llegar al consumidor de manera ética. Respeta el medio ambiente y la diversidad cultural.

Capacidades terminales:

- 4.1. Realiza estudios de mercado para identificar oportunidades de negocio de alta rentabilidad, respetando la ética y sostenibilidad social.
- 4.2. Emprende planes de negocio factible y rentable, en comunicación o cualquier rubro, considerando la ética y responsabilidad social empresarial.

- 4.3. Aplica los fundamentos de la gestión empresarial.
- 4.4. Formula planes de marketing con estrategias, tácticas y acciones a corto, mediano y largo plazo aplicando las nuevas tendencias y métricas que permitan consolidar marcas en el mercado.
- 4.5. Formula planes publicitarios con estrategias creativas y efectivas, orientadas a la solución de problemas y/o objetivos específicos.
- 4.6. Realiza una planificación de medios, considerando un análisis cualitativo y cuantitativo del consumo del target al que va dirigida la campaña publicitaria.
- 4.7. Diseña, ejecuta y evalúa, estrategias de marketing y publicidad social, aplicada a contextos locales y de interés en temas sociales, educativos, ambientales, culturales, entre otros.
- 4.8. Aplica los fundamentos, técnicas y herramientas diseño y arquitectura web orientada al marketing y la publicidad digital.

Unidad de competencia 5: Investigación

Emprende y desarrolla proyectos de investigación relevantes, que contribuyan al conocimiento e interpretación de situaciones problemáticas ligadas al campo de la comunicación. Demuestra habilidades de búsqueda, selección y procesamiento de información científica, siguiendo un enfoque y marco metodológico pertinente.

Capacidad terminal:

- 5.1. Valora la investigación, como soporte básico en cualquiera de las actividades o campos de la comunicación, para formular y ejecución de planes, proyectos, actividades, entre otros; asimismo como fin para realizar procesos interpretación o análisis críticos, en temas ligados a diversos sectores de la actividad humana.
- 5.2. Muestra dominio en la búsqueda de información relevante sobre teorías, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, entre otros, relacionados a temas de investigación en comunicación social.
- 5.3. Reconoce la importancia de la teoría de la comunicación o de disciplinas afines, como fundamento de la investigación científica en ciencias de la comunicación.
- 5.4. Identifica situaciones problemáticas ligadas a la comunicación social, que requieren ser investigadas a nivel cuantitativo y/o cualitativo y que permitan reconocer los aportes del comunicador en el conocimiento y/o solución de dicha situación. Asimismo, establecer tendencias, sesgos, y apropiaciones de lo global, a lo nacional o local.

- 5.5. Aplica marcos metodológicos pertinentes y con rigurosidad científica en temas de comunicación social, que permitan ofrecer conocimientos relevantes ligados a sectores de la actividad humana.
- 5.6. Diseña un Proyecto de Investigación Científica en Ciencias de la Comunicación
- 5.7. Produce textos académicos y científicos respetando las normas gramaticales y las normas para el citado y referencias en el Proyecto e Informe de investigación científica.
- 5.8. Elabora y sustenta un Informe final de Investigación Científica.

7. CUADRO COMPETENCIAS ASOCIADAS A DESEMPEÑOS.

(Ver anexo Matriz de Articulación)

8. MALLA CURRICULAR

X		Seminario de Tesis II (Desarrollo de Investigación) (62)	Práctica Pre-profesional (63)				
IX	Gabinete de Comunicación Audiovisual (56)	Seminario de Tesis I Proyecto de Investigación (57)	Gabinete de Comunicación para el desarrollo	Deontología de las ciencias de la comunicación (59)	Gabinete de Comunicación Digital (58) (60)	Electivo (61)	
VIII	-- --	Gestión de proyectos de Comunicación para el desarrollo (50)	Gabinete de Comunicación Corporativa (51)	Gabinete de periodismo (52)	Taller de comunicación digital II (53)	Métodos alternativos de negociación y resolución de conflictos (54)	Gabinete de Marketing y Publicidad (55)
VII	Taller de comunicación audiovisual III-Corporativa (43)	Fundamentos de Comunicación Para el desarrollo (44)	Gestión de las relaciones públicas II (45) (Implementación y Evaluación)	Legislación en Comunicación Social (46)	Taller de comunicación digital I (47)	Formulación y Evaluación de proyectos sociales (48)	Proyectos Empresariales en Comunicación (49)
VI	Taller de comunicación audiovisual II-Informativa (36)	Metodologías participativas en comunicación (37)	Gestión de las relaciones públicas I (Auditoría y Plan) (38)	Redacción periodística II (39)	Psicología de la Comunicación Social (40)	(21) Taller de publicidad-campañas publicitarias (41)	Derecho Empresarial (42)
V	Taller de comunicación audiovisual I-Ficción (29)	Hermenéutica del texto (30)	Fundamentos de las relaciones públicas (31)	Redacción periodística I (32)	Taller de diseño III-Publicitario (33)	Planeamiento y gestión del marketing (34)	Fundamentos de la publicidad (35)
IV	Taller de producción radial II (22)	Investigación de la comunicación social (23)	Fundamentos de la comunicación corporativa (24)	Fundamentos del periodismo (25)	Taller de diseño II-Corporativo (26)	Fundamentos del marketing (27)	Semiótica (28)
III	Taller de producción radial I (15)	Metodología de la investigación en comunicación social (16)	Fundamentos de la administración organizacional (17)	Teoría de la comunicación (18)	Taller de diseño I-Editorial (19)	Sociología de la comunicación (20)	Derecho Constitucional (21)
II	Ética, convivencia humana y ciudadanía (8)	Cultura investigativa y pensamiento crítico (9)	Sociedad, cultura y ecología (14) (10)	Fundamentos de economía política (11)	Comunicación visual II (12)	Identidad cultural regional, nacional e internacional (13)	Electivo (14)
I	Desarrollo personal (1)	Desarrollo del pensamiento lógico-matemático (2)	Gestión de los aprendizajes y estrategias de estudios (3)	Lectura Crítica y Redacción de Textos Académicos (4)	Comunicación Visual I (5)	Historia de la Cultura (6)	Electivo (7)
	1	2	3	4	5	6	7

9. PLAN DE ESTUDIOS Y SUMILLAS

9.1. Plan de estudios

La Carrera de Ciencias de la Comunicación, tiene una duración de 10 semestres académicos. Cada ciclo es de 16 semanas (Lunes a viernes), a ello se agrega una semana para periodo de aplazados. Cada ciclo tiene una duración de 17 semanas.

El plan de estudios tiene previsto un total de 208 créditos de los cuales 41, corresponde a estudios generales, 30 de cursos de específicos, y 137 de especialidad.

A continuación se presenta la distribución de asignaturas, horas, créditos y pre-requisitos.

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

I CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	H T	H P	T H	CRÉD	PRE-REQUISITOS
01	CGE01	Desarrollo Personal	GE	2	2	4	3	-----
02	CGE01	Desarrollo Del Pensamiento Lógico-Matemático	GE	2	2	4	3	-----
03	CGE01	Gestión de los aprendizajes y estrategias de estudios	GE	2	2	4	3	-----
04	CGE01	Lectura crítica y redacción de textos académicos	GE	2	4	6	4	-----
05	CGE01	Comunicación Visual I	GE	2	2	4	3	-----
06	CGE01	Historia de la Cultura	GE	2	2	4	3	-----
07	UCOM1-01	Electivo	GE		4	4	2	-----
TOTAL				13	17	30	21	

II CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	H T	H P	T H	CRÉD	PRE-REQUISITOS
08	CGE02	Ética, convivencia humana y ciudadanía	GE	2	2	4	3	-----
09	CGE02	Cultura investigativa y pensamiento crítico	GE	2	2	4	3	-----
10	CGE02	Sociedad, Cultura y Ecología	GE	2	2	4	3	-----
11	CGE02	Fundamentos de Economía Política	GE	2	2	4	3	-----
12	CGE02	Comunicación Visual II	GE	2	2	4	3	Comunicación Visual I
13	CGE02	Identidad cultural regional, nacional e internacional	GE	2	2	4	3	Historia de la Cultura
14	UCOM1-02	Electivo	GE		4	4	2	-----
TOTAL				12	16	28	20	

III CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	H T	H P	T H	CRÉD	PRE-REQUISITOS
15	CGE03	Taller de Producción Radial I	ES	2	2	4	3	-----
16	CGE03	Metodología de la investigación en Comunicación Social	ES	1	4	5	3	Teoría de la Comunicación
17	CGE03	Fundamentos de la Administración Organizacional	Es	2	2	4	3	-----
18	CGE03	Teoría de la Comunicación	ES	2	2	4	3	-----
19	CGE03	Taller de Diseño I- Editorial	ES	2	4	6	4	Comunicación Visual II
20	CGE03	Sociología de la Comunicación	Es	2	2	4	3	-----
21	CGE03	Derecho Constitucional	Es	2	2	4	3	-----
TOTAL				13	18	31	22	

IV CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	H T	H P	T H	CRÉD	PRE-REQUISITOS
22	CGE04	Taller de producción radial II	ES	2	2	4	3	Taller de Producción Radial I
23	CGE04	Investigación de la Comunicación Social	ES	1	4	5	3	Metodología de la investigación en Comunicación Social
24	CGE04	Fundamentos de la Comunicación Corporativa	ES	2	2	4	3	-----
25	CGE04	Fundamentos del Periodismo	ES	2	2	4	3	-----
26	CGE04	Taller de diseño II-Corporativo	ES	2	4	6	4	Taller de Diseño I
27	CGE04	Fundamentos del Marketing	ES	2	2	4	3	Fundamentos de la Administración Organizacional
28	CGE04	Semiótica	Es	2	2	4	3	-----
TOTAL				13	18	31	22	

V CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	H T	H P	T H	CRÉD	PRE-REQUISITOS
29	CGE05	Taller de Comunicación Audiovisual I-Ficción	ES	2	4	6	4	-----
30	CGE05	Hermenéutica del texto	Es	2	2	4	3	
31	CGE05	Fundamentos de las Relaciones Públicas	ES	2	2	4	3	Fundamentos de la Comunicación Corporativa
32	CGE05	Redacción periodística I	ES	2	2	4	3	Fundamentos del Periodismo
33	CGE05	Taller de Diseño III-Publicitario	ES	1	4	5	3	Taller de diseño II
34	CGE05	Planeamiento y Gestión del Marketing	ES	2	2	4	3	Fundamentos del marketing
35	CGE05	Fundamentos de la Publicidad	ES	2	2	4	3	Semiótica
TOTAL				13	18	31	22	

VI CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉDITOS	PRE-REQUISITOS
36	CGE06	Taller de Comunicación Audiovisual II (Informativo)	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual I
37	CGE06	Metodología participativas en Comunicación	ES	2	2	4	3	-----
38	CGE06	Gestión de Relaciones Públicas I (Auditoria-Plan)	ES	1	4	5	3	Fundamentos de las Relaciones Públicas
39	CGE06	Redacción Periodística II	ES	2	2	4	3	Redacción periodística I
40	CGE06	Psicología de la Comunicación Social	Es	2	2	4	3	-----
41	CGE06	Taller de Publicidad-Campañas Publicitarias	ES	1	4	5	3	Taller de Diseño III
42	CGE06	Derecho Empresarial	Es	2	2	4	3	-----
TOTAL				12	20	32	22	

VII CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS
43	CGE07	Taller de Comunicación Audiovisual III-(Corporativa)	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual II
44	CGE07	Fundamentos de la Comunicación para el Desarrollo	ES	2	2	4	3	Metodología participativas en Comunicación
45	CGE07	Gestión de las Relaciones Públicas II (Implementación-Evaluación)	ES	1	4	5	3	Gestión de las Relaciones Públicas I
46	CGE07	Legislación en Comunicación Social	ES	2	2	4	3	-----
47	CGE05	Taller de Comunicación Digital I	ES	1	4	6	3	Taller de Diseño I, Taller de Diseño II, y Taller de Diseño III
48	CGE07	Formulación y evaluación de proyectos sociales	Es	2	2	4	3	-----
49	CGE07	Proyectos empresariales en Comunicación	Es	2	2	4	3	Derecho Empresarial
TOTAL				12	20	33	22	

VIII CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS
50	CGE08	Gestión de proyectos en Comunicación para el Desarrollo	ES	2	4	6	4	Fundamentos de la Comunicación para el Desarrollo
51	CGE08	Gabinete de Comunicación Corporativa	ES	2	4	6	4	Gestión de las Relaciones Públicas II
52	CGE08	Gabinete de Periodismo	ES	2	4	6	4	Redacción Periodística II
53	CGE06	Taller de Comunicación Digital II	ES	1	4	5	3	Taller de Comunicación Digital I
54	CGE08	Métodos alternativos de negociación y resolución de conflictos	Es	2	2	4	3	Fundamentos de Comunicación para el Desarrollo
55	CGE08	Gabinete de Marketing y Publicidad	ES	2	4	6	4	Taller de Publicidad
TOTAL				11	22	33	22	

IX CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS
56	CGE09	Gabinete de Comunicación Audiovisual	ES	2	4	6	4	Comunicación Audiovisual III
57	CGE09	Seminario de Tesis I (Proyecto de Investigación)	ES	2	4	6	4	Investigación de la Comunicación Social
58	CGE09	Gabinete de Comunicación para el Desarrollo	ES	2	4	6	4	Gestión de proyectos en Comunicación para el Desarrollo.
59	CGE09	Deontología de las Ciencias de la Comunicación	ES	2	2	4	3	-----
60	CGE09	Gabinete de Comunicación Digital	ES	2	4	6	4	Taller de Comunicación Digital II
61	CGE09	Electivo	ES	1	2	3	2	-----
TOTAL				11	20	31	21	

X CICLO

N o	CÓDIGO	ASIGNATURA	COM	HT	HP	TH	CRÉD	PRE-REQUISITOS
62	CGE10	Práctica Pre-profesional	ES	0	20	20	10	-----
63	CGE10	Seminario de Tesis II	ES	2	4	6	4	Seminario de Tesis I
TOTAL				2	24	26	16	

GE: Generales (41)

Es: Específicos (30)

ES: Especialidad (137)

9.2 Sumillas

I CICLO

Experiencias Curriculares Obligatorias:

Denominación de la experiencia curricular			DESARROLLO PERSONAL								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico – Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Desarrollo Personal es de carácter teórico–práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a las referidas a inteligencia emocional y aplicación de principios éticos en su vida universitaria para una buena convivencia y ciudadanía responsable. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Análisis y estudio de las bases científicas de los procesos bio-psico-sociales - Etapas de desarrollo del ser humano - Autonomía, emprendimiento y Desarrollo personal - Plan de vida. La experiencia curricular será útil para que el estudiante construya su plan de vida orientado a desarrollar autonomía, autoestima, emprendimiento, enfrentar problemas de forma preventiva y ser capaz de sustentar sus opciones y proyectos con convicción.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, es responsable y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: Talleres, juego de roles, dinámicas vivenciales, análisis de documentos.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			DESARROLLO DEL PENSAMIENTO LÓGICO MATEMÁTICO								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Desarrollo del Pensamiento Lógico Matemático es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a la aplicación del pensamiento lógico matemático en la resolución de problemas, optimizando el trabajo individual y en equipo. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Lógica, pensamiento matemático y lenguaje simbólico. - Lógica de cuantificadores. Lenguaje y validez sintáctica. - Lógica proposicional y teoría de conjuntos. - Teoría de relaciones y funciones en el plano cartesiano. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante logre habilidades y destrezas en el manejo del pensamiento lógico matemático en la solución de problemas, a través del trabajo colaborativo y cooperativo.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, responsable y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Se trabajara en forma integrada los tres ejes temáticos numérico, algebraico y geométrico				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			GESTIÓN DE LOS APRENDIZAJES Y ESTRATEGIAS DE ESTUDIO								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Gestión de los Aprendizajes y Estrategias de Estudio es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a la gestión del autoaprendizaje y metaprendizaje, empleando estrategias adecuadas y efectivas como el aprendizaje colaborativo, cooperativo, autónomo y permanente para mejorar su capacidad de resolución de problemas, comunicación e investigación. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: I. Motivación y técnicas de estudio II. Aprender a aprender, formas de aprendizaje, nuevo rol del estudiante. III. La meta cognición IV. Estrategias de aprendizaje en la educación superior universitaria. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante gestione su auto y meta aprendizajes empleando estrategias adecuadas y efectivas como: aprendizaje colaborativo, cooperativo, autónomo, permanente y los aplique en las demás experiencias curriculares.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Desarrollo y formación integral de la persona con ética y ciudadanía									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: Autoanálisis, taller, análisis de documentos.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			LECTURA CRÍTICA Y REDACCIÓN DE TEXTOS ACADÉMICOS								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	Horas teóricas	2	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Lectura Crítica y Redacción de Textos Académicos es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a la gestión del autoaprendizaje y metaprendizaje, empleando estrategias adecuadas y efectivas como el aprendizaje colaborativo, cooperativo, autónomo y permanente para mejorar su capacidad de resolución de problemas, comunicación e investigación. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Niveles de comprensión lectora: Literal e inferencial. Ejercicios - Nivel de comprensión lectora: crítica. Ejercicios. - Estrategias de producción de textos - La redacción académica: técnicas, recursos. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante redacte textos académico-universitarios en los cuales considera los objetivos, requisitos, técnicas y recursos de la producción textual académica articulados con los resultados de la lectura crítica y comprensiva demostrando cuidado gramatical, originalidad, dominio temático y estética.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, responsable y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Ejercicios aplicativos, talleres de producción de textos.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			COMUNICACIÓN VISUAL I								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: en la primera unidad se aborda la composición visual, sus leyes y las técnicas: ángulos planos y encuadres, en la segunda unidad, se aborda la aplicación de la fotografía en diversos escenarios: conferencia de prensa, entrevista, reportaje y la fotografía documental, en la tercera unidad se desarrolla lo relacionada a la fotografía publicitaria y el comic y finalmente en la cuarta la producción de una fotonovela. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador	Comunicador con especialidad en Producción periodística audiovisual.				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual				

Denominación de la experiencia curricular			HISTORIA DE LA CULTURA								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Historia de la Cultura es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a la interpretación de las manifestaciones culturales del contexto, demostrando sensibilidad y compromiso ante los problemas sociales, culturales y ecológicos de su entorno. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: I. Generalidades de la Historia de la cultura; II. Las Grandes culturas en el mundo. III. Las grandes culturas en América (Inca, maya, Azteca). IV. Importancia del desarrollo de la cultura en la humanidad La experiencia curricular, será útil para que el estudiante pueda comprender el desarrollo de la cultura en diferentes partes del mundo, especialmente las grandes culturas que han dejado sus legados a la sociedad actual; del mismo, podrá identificar una línea histórica del origen de la cultura en el mundo.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Practica una ciudadanía responsable de respecto a la diversidad cultural									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Experiencias Curriculares Electivos:

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EFICAZ								
Ciclo	I	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teóricas	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller Técnicas de Comunicación Eficaz es de carácter práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente redacta textos académico articulados con los resultados de la lectura crítica, mediante la comprensión y redacción de informes, demostrando inteligencia emocional en optimización del trabajo individual y en equipo. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: I. Tipos de comunicación II. Técnicas de comunicación eficaz III. Aspectos que mejoran la comunicación eficaz IV. Comunicación virtual La experiencia curricular, será útil al estudiante para satisfacer sus necesidades comunicativas en forma eficaz.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, responsable y trabaja en equipo									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: Autoanálisis, ejercicios prácticos, talleres vivenciales.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE MÚSICA								
Ciclo	I	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teóricas	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Música es de carácter práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente el referido a la expresión artística y cultural, valorando la diversidad. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: I. Taller de música I II. Taller de música II III. Taller de música III IV. Taller de música IV La experiencia curricular, será útil para que el estudiante pueda apreciar la expresión artística y comunicar su identidad cultural mediante el lenguaje musical.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Practica una ciudadanía responsable de respecto a la diversidad cultural									
Enfoque didáctico		Ejercicios prácticos, taller de interpretación.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO								
Ciclo	I	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teóricas	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Liderazgo y Trabajo en Equipo es de carácter práctico, contribuye directamente al logro de todas las capacidades terminales, especialmente a las referidas a inteligencia emocional y aplicación de principios éticos en su vida universitaria para una buena convivencia y ciudadanía responsable. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - El liderazgo y el líder: naturaleza, características, formas, importancia. - Los procesos de formación de liderazgo. - El trabajo en equipo: formas e importancia. - Talleres de liderazgo aplicados a la especialidad La experiencia curricular, será útil para que el estudiante pueda desarrollar su liderazgo, el cual se evidenciará en habilidad de motivar, influenciar para que los otros contribuyan a proponer iniciativas de trabajo en equipo y orientar la toma de decisiones consensuadas de sus integrantes, demostrando asertividad, eficacia y respeto por las ideas e iniciativas de todas las personas del grupo o equipo.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, es responsable y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Activo - problematizador privilegiando: Taller, juego de roles, dinámicas vivenciales y autoanálisis.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

II CICLO

Experiencias Curriculares Obligatorias:

Denominación de la experiencia curricular			ÉTICA, CONVIVENCIA HUMANA Y CIUDADANÍA								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico-práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Ética, Convivencia Humana y Ciudadanía es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales, especialmente la aplicación de principios éticos en su vida universitaria mostrando inteligencia emocional. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: ¿Por qué ética y ciudadanía en el Perú de hoy? - Reflexiones en torno al debate contemporáneo de la universalidad de los derechos humanos - Mínimos éticos para una convivencia ciudadana en el Perú - Reconocimiento, igualdad y participación: el continuo y complejo proceso de la construcción de la ciudadanía. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante practique normas y principios de comportamiento personal en armonía con los derechos y obligaciones ciudadanas, la convivencia pacífica, con honestidad, integralidad y transparencia, evidenciando respeto a los demás en coherencia con los principios morales y democráticos.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Desarrollo y formación integral de la persona con ética y ciudadanía									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: análisis de casos, debates y trabajo en equipo.				Perfil específico del docente / equipo formador		Perfil del docente EGUNT			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio		Perfil administrativo EGUNT			

Denominación de la experiencia curricular			CULTURA INVESTIGATIVA Y PENSAMIENTO CRÍTICO								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Cultura Investigativa y Pensamiento Crítico es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales, especialmente la formulación de soluciones a problemas de forma imaginativa, viable y eficaz, aplicando el pensamiento lógico matemático, plasmando las propuestas y los resultados en documentos académicos. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Cultura investigativa: características, desarrollo, aplicación e implicancias. - Estrategias para el desarrollo del pensamiento crítico y aplicaciones en su contexto. - Construcción del conocimiento. Conocimiento científico: Procesos, elementos y técnicas. - Biografía y aportes destacados de investigadores o innovadores locales, nacionales e internacionales de su especialidad. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante desarrolle un espíritu investigador y contribuya al fortalecimiento de una cultura investigativa en su formación profesional, proponiendo soluciones imaginativas, viables y oportunas.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo, es responsable y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: análisis de documentos, ABP, Entrevistas y trabajo cooperativo			Perfil específico del docente / equipo formador			Perfil del docente de EGUNT			
					Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio			Perfil del administrativo de EGUNT			

Denominación de la experiencia curricular			SOCIEDAD, CULTURA Y ECOLOGÍA								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla			La experiencia curricular de Sociedad, Cultura y Ecología es de carácter teórico-práctico, contribuye al logro de todas las capacidades terminales funcionales, especialmente a la interpretación, respeto y valoración de las culturas locales, regionales, nacionales e internacionales y el desarrollo del sentido de identidad y pertinencia, así mismo la capacidad de proponer soluciones a los problemas académicos y de la comunidad. Para el logro de estas capacidades terminales se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Tópicos y/o problemas actuales relacionados con la sociedad, tanto a nivel local nacional como mundial, y relacionados con su ámbito profesional. - Tópicos y/o problemas actuales relacionados con la cultura, tanto a nivel local nacional como mundial, y relacionados con su ámbito profesional. - Tópicos y/o problemas actuales relacionados con el medio ambiente, tanto a nivel local nacional como mundial, y relacionados con su ámbito profesional. - Relación entre la sociedad, la cultura y la ecología como mecanismo de adaptación. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante desarrolle sensibilidad y compromiso ante los problemas sociales, culturales y ecológicos de su entorno, respondiendo y orientando positivamente las iniciativas de la ciudadanía para promover y respetar el equilibrio entre la sociedad, la cultura y la ecología.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Desarrollo y formación integral de la persona con ética y ciudadana								
Enfoque didáctico			Activo problematizador privilegiando: Análisis de casos, Debates y Trabajo cooperativo			Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente de EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil del administrativo de EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA POLÍTICA								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Fundamentos de Economía Política es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales: sensibilidad y compromiso ante los problemas sociales, culturales y ecológicos del entorno; y principios éticos en la vida universitaria para una buena convivencia y ciudadanía responsable. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Los agentes económicos. - Categorías de hechos económicos. - Niveles de análisis económico - Teoría de las necesidades. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante pueda relacionar los hechos socioculturales con las categorías de la ciencia económica y sus aplicaciones en los proyectos de investigación y proyectos de gestión del desarrollo									
Ejes y valores curriculares priorizados		Practica una ciudadanía responsable de respecto a la diversidad cultural									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Perfil del docente EGUNT			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio		Perfil administrativo EGUNT			

Denominación de la experiencia curricular			COMUNICACIÓN VISUAL II								
Ciclo	I	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teóricas	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referida al tratamiento de las imágenes en medios. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: la composición de la imagen con objetivos informativos, educativos y entretenimiento, en la segunda unidad se aborda el uso de TICS en la elaboración de productos visuales multimedia y en la tercera unidad se realizan proyectos visuales offline y online de naturaleza y objetivo sociales. Aquí se desarrolla contenidos de fotografía avanzada. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de información y comunicación analógicos y digitales multimedia. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la veracidad, la contrastación de la información (fact checking) y la pluralidad de percepciones de la realidad, así como de los principios éticos en el tratamiento de la imagen								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador	Comunicador con especialidad en Producción periodística audiovisual.				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual				

Denominación de la experiencia curricular			IDENTIDAD CULTURAL REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico - Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	Horas teórico	2	Horas prácticas	2	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Identidad Cultural Regional, Nacional e Internacional es de carácter teórico-práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales, interpretando, respetando y valorando las manifestaciones culturales de su contexto y la diversidad cultural, demostrando inteligencia emocional para optimizar el trabajo individual y en equipo. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Cultura, valores e identidad cultural. - Procesos de construcción de la identidad. - Interculturalidad y diversidad cultural. - La discriminación: un problema de todos. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante desarrolle un sentimiento de pertenencia a la nación peruana, mostrando actitud positiva, sensibilidad y compromiso frente a la diversidad cultural.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Practica una ciudadanía responsable de respecto a la diversidad cultural									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: análisis de casos y video-forums.			Perfil específico del docente / equipo formador		Perfil del docente EGUNT				
					Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio		Perfil administrativo EGUNT				

Experiencias Curriculares Electivas:

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE MANEJO DE TIC								
Ciclo	II	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teórico	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Manejo de TIC es de carácter práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales: gestiona su autoaprendizaje y metaprendizaje, redacta textos académicos articulados con los resultados de la lectura crítica. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Creación de textos, artículos, módulos, revistas con Microsoft office. Procesador de textos Matemáticos, Látex entre otros. - Herramientas de Google. - Herramientas computacionales I. - Herramientas computacionales II. (Derive, Matlab, Matemática, Winplot, Estadístic, SPSS, R, entre otros). La experiencia curricular permitirá al estudiante aplicar diversos procesadores de texto, organizadores de datos, presentadores y herramientas digitales, para comunicar de manera creativa información procesada y pertinente.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo y trabaja en equipo.									
Enfoque didáctico		Activo problematizador privilegiando: Taller y trabajo colaborativo.				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil administrativo EGUNT				

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE DANZAS FOLCLÓRICAS								
Ciclo	II	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teórico	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Danzas Folclóricas es de carácter práctico, contribuye directamente al logro de las capacidades terminales funcionales, especialmente las referidas a la interpretación de manifestaciones culturales de su macro contexto, el respeto a otras culturas locales, regionales, nacionales e internacionales ya su expresión artística y cultural. Para el logro de estas capacidades se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Las Danzas folclóricas típicas como expresiones culturales. - Tipos de Danzas Folclóricas del Perú. - Talleres de danzas folclóricas típicas regionales. - Talleres de danzas folclóricas típicas nacionales e internacionales. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante fortalezca su identidad con nuestras culturas vivas nacionales, reconozca su valor cultural y social; y evidencie respeto por las diferentes manifestaciones culturales vigentes, mediante la práctica de danzas típicas regionales, nacionales e internacionales.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Practica una ciudadanía responsable de respecto a la diversidad cultural.									
Enfoque didáctico		Activo a través de la interpretación de danzas				Perfil específico del docente / equipo formador		Perfil del docente EGUNT			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio		Perfil administrativo EGUNT			

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE DEPORTES								
Ciclo	II	Código		Carácter	Práctico	Requisito	No aplica			Código de Competencia del perfil de egreso	
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	2	Horas teórico	0	Horas prácticas	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Deportes es de carácter práctico, contribuye directamente al desarrollo físico y cohesión de la identidad como equipo Se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades: - Futbol, vóleibol, - Básquetbol. - Natación. - Atletismo. La experiencia curricular, será útil para que el estudiante practique deporte en eventos masivos, como olimpiadas universitarias, en sus diferentes disciplinas (futbol, vólibol, gimnasia, atletismo, natación,) que potencia su capacidad física y mental.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Es colaborativo y trabaja en equipo									
Enfoque didáctico		Activo				Perfil específico del docente / equipo formador	Perfil del docente EGUNT				
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio	Perfil administrativo EGUNT				

III CICLO

Denominación de la experiencia curricular		TALLER DE PRODUCCIÓN RADIAL I									
Ciclo	III	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Ninguno			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a la producción radiofónica, principalmente informativa. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad, fundamentos teóricos, historia y rol social de la radio. En la segunda unidad se aborda, el instrumental tecnológico de la radio, el lenguaje radiofónico y la locución radial. En la tercera unidad se desarrolla los formatos informativos, la pauta, el libreto y el guion radiofónico. Finalmente, en la cuarta unidad, la producción de programas informativos. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción de programas radiofónicos informativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en producción radiofónica.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²		Técnicos de laboratorio especialistas en comunicación auditiva.			

² Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			METODOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL								
Ciclo	X	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 5
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico-práctico, con mayor incidencia en este último aspecto, dada la naturaleza de la asignatura en el desarrollo de habilidades investigativas. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: a) Habilidades de búsqueda de información y planteamiento del problema b) Habilidades para la Construcción del marco teórico c) habilidades para el marco metodológico d) Habilidades para la Presentación final del Proyecto de Investigación. En todas las tareas asignadas se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, respeto por las ideas y fuentes consultadas, responsabilidad y rigurosidad en las fuentes consultadas.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad, emprendimiento y ética profesional.									
Enfoque didáctico		Problematizador de fenómenos comunicativos				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con experiencia en investigación social.			

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN ORGANIZACIONAL								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	80	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar conocimientos relacionados con los fundamentos epistemológicos de las ciencias administrativas. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad se aborda los principios que orientan la administración organizacional. En la segunda unidad se aborda la planificación. En la tercera unidad se desarrolla las teorías de la organización y dirección. Finalmente, en la cuarta, la etapa del control y evaluación. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de las diferentes especialidades de las Ciencias de la Comunicación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el análisis e interpretación de textos para desarrollar estrategias de aplicación de las teorías en el ejercicio profesional del comunicador social.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Administrador de empresas, con conocimiento en Comunicación Social.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio³		No se requiere			

³ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a las teorías de la comunicación social. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Evolución de las teorías del conocimiento científico (positivista, estructuralista, funcionalista matemático informacional. En la segunda unidad se aborda las teorías del conocimiento científico (psicosocial, dialéctica y otra contemporánea). En la tercera unidad se desarrolla la aplicación de las teorías del conocimiento científico (positivista, estructuralista, funcionalista matemático informacional). Finalmente, en la cuarta, la aplicación de las teorías del conocimiento científico (psicosocial, dialéctica y otra contemporánea). Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de las diferentes especialidades de las Ciencias de la Comunicación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la análisis e interpretación de textos para desarrollar estrategias de aplicación de las teorías en el ejercicio profesional del comunicador social.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador multidisciplinario.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴		No se requiere			

⁴ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE DISEÑO I – EDITORIAL								
Ciclo	III	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Comunicación Visual I Comunicación Visual II			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4.
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencias referidas a Empresa, Publicidad y Marketing. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Fundamentos de diseño gráfico. En la segunda unidad, se trata la importancia de la imagen en las empresas, mientras que en la tercera unidad se analizan programas de diseño para diseño editorial, y finalmente aplicaciones de diseño editorial en empresas. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la publicidad, así como en manejo de comunicación corporativa y la formulación de estrategias de comunicación en medios. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en el dinamismo y energía en la realización de sus proyectos, y en el manejo eficiente, asertivo y empático en distintos medios de enfoque masivo y publicitario.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Comunicación efectiva, asertiva y empática en diversos medios.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en comunicación estratégica.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ⁵		Técnicos de biblioteca.			

⁵ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL								
Ciclo	II	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			La presente experiencia curricular es de carácter teórico- práctico con énfasis en las horas teóricas y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para lograr la competencia, la experiencia curricular se ha dividido en cuatro unidades temáticas siguientes: Estructura dinámica social peruana; Incidencia de los mensajes comunicativos-mediales en la vida humana; La libertad comunicativa y los sistemas políticos modernos: Efectos de la globalización y mundialización socioeconómica y cultural. Las competencias que se desarrollarán en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción comunicativa diversa, tanto en medios tradicionales como virtuales y en la vida cotidiana. Los estudiantes aplicarán los principios de la ética para la comunicación en diversos medios masivos y por internet y con variados interlocutores desde sus propios roles en la sociedad.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Sociólogo con especialidad en comunicación social.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ⁶		Técnico de laboratorio especialistas en Comunicación social.			

⁶ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			DERECHO CONSTITUCIONAL								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	80	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico, se orienta a desarrollar competencias cognitivas relacionadas con los fundamentos epistemológicos de las ciencias jurídicas. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad se aborda las nociones básicas del derecho consuetudinario y derecho positivo. En la segunda unidad se aborda los derechos de las personas. En la tercera unidad se desarrolla los derechos sociales, económicos y políticos de las personas. Finalmente, en la cuarta, las garantías constitucionales Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de las diferentes especialidades de las Ciencias de la Comunicación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el análisis e interpretación de textos para desarrollar estrategias de aplicación de las teorías jurídicas en el ejercicio profesional del comunicador social.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Abogado constitucionalista con conocimiento en Comunicación Social.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁷		No se requiere			

⁷ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

IV CICLO

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE PRODUCCIÓN RADIAL II								
Ciclo	IV	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de producción radial I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencias referidas a la producción radiofónica comercial y principalmente educativa. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad, las etapas de la producción radiofónica y el spot radiofónico. En la segunda unidad se aborda, los formatos dramatizados, el radio drama. En la tercera unidad se desarrolla la radio revista y el proyecto de un programa de radio educativo. Finalmente, en la cuarta unidad, la producción de programas educativos. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción de spots y programas radiofónicos educativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la calidad de los contenidos y el objetivo de los productos radiofónicos realizados para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en producción radiofónica.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁸		Técnicos de laboratorio especialistas en comunicación auditiva.			

⁸ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL								
Ciclo	X	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 5
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico-práctico, con mayor incidencia en este último aspecto, dada la naturaleza de la asignatura en la comprensión de los fenómenos comunicativos, desde el nivel humanístico e investigativo. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: a) Fundamentos de la Comunicación Social, b) Comunicación social: perspectiva semiológica y Epistemología, c) Investigación de la Comunicación Social I: metodología del objeto de estudio y marco teórico; d) Investigación de la Comunicación Social II: metodología de los informes finales. En todas las tareas asignadas se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, respeto por las ideas y fuentes consultadas, responsabilidad y rigurosidad en las fuentes consultadas.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad, emprendimiento y ética profesional.									
Enfoque didáctico		Problematizador de fenómenos comunicativos				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con experiencia en investigación social.			

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA								
Ciclo	IV	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de la Administración Organizacional			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 3 UC 4
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación Corporativa. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Fundamentos de la gestión empresarial. En la segunda unidad se trata el Planeamiento estratégico. En la tercera unidad se desarrolla gestión de la información de las organizaciones y, finalmente, aplicaciones de la comunicación en las organizaciones. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la gestión de comunicación empresarial y en la gestión de relaciones públicas y en la publicidad. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la ética, el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en la gestión efectiva, asertiva y empática.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Gestión Empresarial.				
					Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁹		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital				

⁹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DEL PERIODISMO								
Ciclo	IV	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: la primera se refiere a Principios Teóricos del Periodismo, la segunda al Discurso narrativo de actualidad del periodismo, la tercera a Periodismo y conocimiento de la realidad y, cuarto a Mediaciones y dimensión deontológica del periodismo desde la investigación. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción periodística general.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹⁰		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación y periodismo.			

¹⁰ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE DISEÑO II – CORPORATIVO								
Ciclo	IV	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Comunicación Visual II Taller de Diseño I – Editorial			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4.
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar competencias referidas a Empresa, Publicidad y Marketing, así como a la Comunicación Corporativa. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Fundamentos de la Imagen Corporativa. En la segunda unidad, se trata la gestión de branding y en la tercera unidad se trabajan programas de diseño para el diseño corporativo, y finalmente, aplicaciones de diseño corporativo en empresas. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la publicidad, así como en manejo de comunicación corporativa y la formulación de estrategias de comunicación en medios y aplicaciones de investigación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en el dinamismo y energía en la realización de sus proyectos, y en el manejo eficiente, asertivo y empático en distintos medios de enfoque masivo y publicitario. Asimismo, se propicia que los estudiantes puedan sobreponerse a adversidades y problemas de la práctica profesional.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en comunicación y diseño.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹¹		Técnicos de laboratorio con especialidad en manejo de programas de diseño gráfico.			

¹¹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular		FUNDAMENTOS DE MARKETING									
Ciclo	IV	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de la administración organizacional			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4 CT 4.1 CT 4.2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Experiencia curricular de carácter teórico práctico, cuya orientación es desarrollar la competencia referida a Empresa, Publicidad y Marketing, familiarizándose con los conceptos de marketing, conocimiento del mercado y el proceso mercadológico considerando la ética y la responsabilidad social empresarial. Con la finalidad de alcanzar el logro de competencias, el desarrollo de la experiencia curricular se ha organizado en cuatro bloques temáticos: Primera Unidad, definición y funciones del marketing; Segunda Unidad, planificación del marketing; Tercera Unidad, marketing estratégico; Cuarta Unidad, el marketing mix (producto, precio, plaza y promoción). Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional del marketing y publicidad, así como en la comunicación corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, resiliencia. Comunicación efectiva y asertiva, emprendimiento, responsabilidad y ética para desarrollar a través de la comunicación principios equitativos y competitivos de mercado.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Marketing y Publicidad.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹²		No aplica			

¹² Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			SEMIÓTICA								
Ciclo	III	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito				Código de Competencia del perfil de egreso	UC 3, UC 4.
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencias referidas a Comunicación Corporativa, así como en Empresa, Publicidad y Marketing. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Signos y estructuras de comunicación. En la segunda unidad, se tratan conceptos relacionados a las ciencias de la comunicación y el estudio de los signos. En la tercera unidad se trata el manejo de códigos y cultura, y finalmente, sistemas de comunicación y aplicaciones semióticas en organizaciones. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la publicidad, así como en manejo de comunicación corporativa y la formulación de estrategias de comunicación en medios. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en el manejo ético dentro de la producción de productos impresos, radiales, así como televisivos y digitales.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador			Comunicador con especialidad en comunicación estratégica.			
					Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹³			Técnicos de biblioteca.			

¹³ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

V CICLO

Denominación de la experiencia curricular		TALLER DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL I-FICCIÓN									
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Comunicación audiovisual I, Taller de Comunicación audiovisual II,			Código de Competencia del perfil de egreso	UC1, CT. 1.2., CT 1.5, CT. 1.6.-UC5, CT 5.2 CT.5.7
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Taller de Comunicación Audiovisual I, es de carácter teórico-práctico, se orienta a desarrollar las unidades de competencia referidas a Comunicación en medios masivos e Investigación de la Comunicación. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: Fundamentos de la producción audiovisual de ficción, la Producción de video clip, y la producción de cortometrajes. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional en la producción de géneros y formatos de ficción con diversas finalidades, formular y presentar proyectos de producción de ficción y operar sistemas tecnológicos (grabación, y post producción). En el desarrollo de las actividades de aprendizaje se priorizará el trabajo en equipo, para fortalecer la competencia de realizar trabajos interdisciplinarios.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación audiovisual.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ¹⁴		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual.			

¹⁴ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			HERMENEUTICA DEL TEXTO								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Gabinetes: 65,66,67 y 68 (Currículo)			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1; UC2; UC3;UC 4
Total horas		Horas x semana		Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			La presente experiencia curricular es de carácter teórico-práctica y se orienta a desarrollar las cuatro unidades de competencia, referidas a Comunicación en medios masivos, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa, Empresa, Publicidad y Marketing. Para lograr la competencia, la experiencia curricular se ha dividido en las siguientes unidades temáticas: Fundamentos de la Hermenéutica, análisis del discurso periodístico, interpretación del discurso en redes y hermenéutica y los mitos contemporáneos. Las competencias que se desarrollarán en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción en comunicación social, en todas las áreas especializadas de la Carrera. En las prácticas asignadas o seleccionadas por el estudiante se hará especial énfasis en el respeto de la cosmovisión y cultura en los ámbitos de acción en los que interviene. Demuestra creatividad, capacidad de trabajo en equipo, eficiencia, resiliencia, responsabilidad, dinamismo y energía, en todas las actividades que desarrolla y roles que asume.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador, trabajo en equipo, solucionador de conflictos.			Perfil específico del docente / equipo formador			Lic. En Lengua y Literatura. Estudios y trabajos académicos en hermenéutica.		
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹⁵			Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación social.		

¹⁵ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	---			Código de Competencia del perfil de egreso	UC3
Total horas	96	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, está orientada a conocer y analizar las bases y fundamentos propios de la Unidad de Competencia 3. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: Historicidad, objeto de estudio y definición de Relaciones Públicas, Aspecto lógico – gnoseológico de la consistencia interna, Aspecto lógico – gnoseológico de la consistencia externa, y Teleología de las Relaciones Públicas Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la Comunicación Corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la reflexión sobre el manejo de la imagen corporativa y la reputación de las empresas en sus públicos.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción Digital y Multimedia.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹⁶		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital y TICS			

¹⁶ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			REDACCIÓN PERIODÍSTICA I								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos del Periodismo			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	68	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter práctico y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: la primera se refiere a Temas básicos de redacción periodística; la segunda Contornos del Lenguaje en la producción informativa; tercera Características esenciales en la redacción informativa y cuarto El Arte de escribir textos narrativos y descriptivos en especies informativas. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el adecuado manejo del idioma, especialmente en la ética del lenguaje y la palabra para la producción de textos periodísticos.								
Ejes y valores curriculares prioritarios			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador de hechos cotidianos y creatividad en la redacción periodística.			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en redacción periodística.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹⁷		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación y periodismo.			

¹⁷ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE DISEÑO III – PUBLICITARIO								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Diseño I – Editorial Taller de Diseño II – Corporativo			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4.
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar competencias finales referidas a Empresa, Publicidad y Marketing, así como a la Comunicación Corporativa en organizaciones públicas y privadas. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Diseño gráfico publicitario. La segunda unidad, se enfoca en la aplicación de herramientas digitales de diseño. En la tercera unidad se trata el tema de diseño gráfico para fines sociales, y finalmente, desarrollo de productos gráficos para empresas locales y nacionales. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la publicidad, así como en manejo de comunicación corporativa y la formulación de estrategias de comunicación en medios y, su correspondiente gestión de investigación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en el dinamismo y energía en la realización de sus proyectos, y en el manejo eficiente, asertivo y empático en distintos medios de enfoque masivo y publicitario. Asimismo, se propicia que los estudiantes puedan sobreponerse a adversidades y problemas de la práctica profesional.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Comunicación efectiva, asertiva y empática en diversos medios.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en comunicación y diseño.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio¹⁸		Técnicos de laboratorio con especialidad en manejo de programas de diseño gráfico.			

¹⁸ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			PLANEAMIENTO Y GESTIÓN DEL MARKETING								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de Marketing			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4 CT 4.3 C.T 4.4
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Experiencia curricular de carácter teórico práctico, cuya orientación es desarrollar la aplicación de los fundamentos de la gestión empresarial, así como la formulación de planes de marketing con estrategias, tácticas y acciones a corto, mediano y largo plazo, aplicando las nuevas tendencias y métricas que permitan consolidar marcas en el mercado. Con la finalidad de alcanzar el logro de competencias, el desarrollo de la experiencia curricular se ha organizado en cuatro bloques temáticos: Primera Unidad, análisis del mercado y de la competitividad (diagnóstico de la situación); Segunda Unidad, formulación estratégica de la marca; Tercera Unidad, estrategias funcionales de marketing y planes operativos; Cuarta Unidad, proceso e instrumentos de evaluación y control. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional del marketing y publicidad, así como en la comunicación corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, emprendimiento, responsabilidad y ética para desarrollar a través de la comunicación principios equitativos y competitivos de mercado.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Marketing y Publicidad.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ¹⁹		No aplica			

¹⁹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de Marketing			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4 CT 4.5 CT 4.6
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Experiencia curricular de carácter teórico práctico, cuya orientación es desarrollar la aplicación de los fundamentos de la publicidad, así como la formulación de planes publicitarios con estrategias creativas y efectivas, orientadas a la solución de problemas y a las necesidades de comunicación de una marca específica. Así mismo, realiza una planificación de medios, considerando un análisis cuantitativo y cualitativo del consumo del target al que va dirigido la campaña publicitaria. Con la finalidad de alcanzar el logro de competencias, el desarrollo de la experiencia curricular se ha organizado en cuatro bloques temáticos: Primera Unidad, Conceptos básicos de publicidad y Comunicaciones Integradas de Marketing (CIM); Segunda Unidad, decisiones de planificación publicitaria; Tercera Unidad, estrategias componentes de la publicidad; Cuarta Unidad, situación actual y perspectivas del sector publicitario. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional del marketing y publicidad, así como en la comunicación corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, emprendimiento, responsabilidad y ética para desarrollar a través de la comunicación principios equitativos y competitivos de mercado.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Marketing y Publicidad.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²⁰		No aplica			

²⁰ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

VI CICLO

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL II (INFORMATIVO)								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Comunicación Audiovisual I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: el lenguaje audiovisual en periodismo y géneros y formatos informativos, en la segunda unidad se aborda la noticia audiovisual, en la tercera unidad se desarrolla lo relacionada a los enlaces en vivo vía microondas y a los micro informativos y finalmente en la cuarta la producción de un programa informativo. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción periodística audiovisual.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²¹		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual			

²¹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			METODOLOGÍAS PARTICIPATIVAS EN COMUNICACIÓN								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Enfoques de metodología participativa en América Latina, Metodología en investigación participativa, Metodología en comunicación educativa y comunitaria, Proyecto de metodología participativa en comunicación. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la investigación e intervención social como en la gestión de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de diálogo, atención y escucha, motivación, reflexión y análisis, así como en la generación de confianza y vínculos comunitarios, útiles para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²²		No precisa			

²² Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS I (AUDITORÍA Y PLAN)								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de las Relaciones Públicas			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 3 CT3.1, 3.2, 3.5, 3.6, 3.7, 3.9
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación Corporativa Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Fundamentos de planificación estratégica, metodología para realizar diagnóstico en las organizaciones, formulación de planes estratégicos y finalmente, en la cuarta unidad, el diseño de un plan de Relaciones Públicas. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la gestión estratégica de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa en las diversas organizaciones. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la comunicación efectiva y asertiva en los diferentes niveles de la comunicación corporativa, y en los distintos mensajes que emite la organización.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ²³					

²³ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			REDACCIÓN PERIODÍSTICA II								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: la primera se refiere a Temas básicos de redacción periodística; la segunda Contornos del Lenguaje en la producción informativa; tercera Características esenciales en la redacción informativa y cuarto El Arte de escribir textos narrativos y descriptivos en especies informativas. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el adecuado manejo del idioma, especialmente en la ética del lenguaje y la palabra para la producción de textos periodísticos.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador de hechos cotidianos y creatividad en la redacción periodística.				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en redacción periodística.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²⁴		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación y periodismo.			

²⁴ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL								
Ciclo	III	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		La presente experiencia curricular es de carácter teórico- práctico y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para lograr la competencia, la experiencia curricular se ha dividido en cuatro unidades temáticas siguientes: la primera se denomina Teoría de la Percepción y la Motivación; Comportamiento comunicacional de los actores sociales en las organizaciones; Comportamiento de los actores sociales en la sociedad; El ser humano, el mercado y las nuevas tecnologías. Las competencias que se desarrollarán en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción comunicativa diversa, tanto en medios tradicionales como virtuales y en la vida cotidiana. Los estudiantes aplicarán los principios de la ética para la comunicación en diversos medios masivos y por internet y con variados interlocutores desde sus propios roles en la sociedad.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Psicólogo con especialidad en comunicación social y medios.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²⁵		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación social.			

²⁵ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE PUBLICIDAD – CAMPAÑAS PUBLICITARIAS								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de Publicidad Planeamiento y gestión de marketing Taller de Diseño III			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4 CT 4.5 CT 4.6 CT 4.7
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		Experiencia curricular de carácter teórico práctico, cuya orientación es desarrollar la formulación de planes publicitarios con estrategias creativas y efectivas, orientadas a la solución de problemas y a las necesidades de comunicación de una marca específica. Así mismo, realiza una planificación de medios, considerando un análisis cuantitativo y cualitativo del consumo del target al que va dirigido la campaña publicitaria. Con la finalidad de alcanzar el logro de competencias, el desarrollo de la experiencia curricular se ha organizado en cuatro bloques temáticos: Primera Unidad, Ejecución de Campaña Publicitaria Masiva; Segunda Unidad, Ejecución de Campaña Publicitaria Selectiva; Tercera Unidad, Campaña Social; Cuarta Unidad, Campaña Política y/o Religiosa. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional del marketing y publicidad, así como en la comunicación corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, emprendimiento, responsabilidad y ética para desarrollar a través de la comunicación principios equitativos y competitivos de mercado.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Marketing y Publicidad.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ²⁶		No aplica			

²⁶ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			DERECHO EMPRESARIAL								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 3
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico, se orienta a desarrollar competencias cognitivas relacionadas con los fundamentos epistemológicos de las ciencias jurídicas. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad se aborda las nociones básicas del derecho empresarial. En la segunda unidad se aborda la legislación pertinente a la constitución de personas jurídicas. En la tercera unidad se desarrolla la legislación pertinente a los derechos de los consumidores. Finalmente, en la cuarta, el procedimiento administrativo sancionador. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de las diferentes especialidades de las Ciencias de la Comunicación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el análisis e interpretación de textos para desarrollar estrategias de aplicación de las teorías jurídicas en el ejercicio profesional del comunicador social.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Abogado, especializado en derecho empresarial y del consumidor, con conocimiento en Comunicación Social.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ²⁷		No se requiere			

²⁷ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

VII CICLO

Denominación de la experiencia curricular		TALLER DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL III-CORPORATIVA									
Ciclo	VII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Comunicación audiovisual I, Taller de Comunicación audiovisual II,			Código de Competencia del perfil de eresos	UC3 CT3.3, CT 3.4 UC5 CT 5.2 CT 5.7.
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		La experiencia curricular de Tecnología de la comunicación audiovisual es de carácter práctico, se orienta a desarrollar las unidades de competencia referidas a Comunicación en medios masivos e Investigación de la Comunicación. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: Fundamentos de la producción audiovisual corporativa, la Producción de video institucional, y la producción de video ocupacional. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional en la producción de géneros y formatos de videos corporativos con diversas finalidades, formular y presentar proyectos de producción de ficción y operar sistemas tecnológicos (grabación, y post producción). En el desarrollo de las actividades de aprendizaje se priorizará el trabajo en equipo, para fortalecer la competencia de realizar trabajos interdisciplinarios.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación audiovisual.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ²⁸		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual.			

²⁸ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO								
Ciclo	VII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Metodologías participativas de comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Teorías del desarrollo, Enfoques de la comunicación para el desarrollo, Nuevos escenarios de la comunicación en la era de la globalización, Experiencias de comunicación para el desarrollo. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de reflexión y análisis, el trabajo en equipo y la colaboración, capacidad de diálogo, pensamiento crítico y sentido de responsabilidad personal y social, útiles para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio²⁹		No precisa			

²⁹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS II (EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN)								
Ciclo	VII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Gestión de las Relaciones públicas I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 3 CT3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.9 UC5 CT 5.1, 5.4
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación Corporativa Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Monitoreo y evaluación de planes de Relaciones Públicas, Metodología de la auditoría organizacional, Técnicas e instrumentos de auditoría social interna y por último, técnicas e instrumentos de auditoría externa en las organizaciones. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la gestión estratégica y evaluación de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa en las diversas organizaciones. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la comunicación efectiva y asertiva en los diferentes niveles de la comunicación corporativa, y en los distintos mensajes que emite la organización.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³⁰					

³⁰ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico, se orienta a desarrollar competencias cognitivas relacionadas con los fundamentos epistemológicos de las ciencias jurídicas. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: En la primera unidad se aborda la legislación sobre la libertad de información y de expresión. En la segunda unidad se aborda la legislación pertinente a la legislación en materia de publicidad. En la tercera unidad se desarrolla la legislación pertinente a la comunicación radial y televisiva. Finalmente, en la cuarta, la legislación sobre delitos informáticos. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de las diferentes especialidades de las Ciencias de la Comunicación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el análisis e interpretación de textos para desarrollar estrategias de aplicación de las teorías jurídicas en el ejercicio profesional del comunicador social.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Abogado, especializado en derecho de la comunicación social con conocimiento en Ciencias de la Comunicación Social.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³¹		No se requiere			

³¹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE COMUNICACIÓN DIGITAL I								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Diseño I Taller de Diseño II Taller de Diseño III			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1 UC 2 CT 4.5, 4.6, 4.7, 4.8
Total horas	96	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, está orientada a conocer y analizar las bases y fundamentos de la comunicación e información digitales en la sociedad. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: La transformación digital en el ámbito global, sus causas y efectos, en la segunda unidad se aborda el nuevo escenario con plataformas digitales como parte de la comunicación humana contemporánea y en la tercera unidad se realiza planes de comunicación digital con canales de comunicación e información en Internet. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la planificación y producción de contenidos en medios de información y comunicación digitales multimedia. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el análisis crítico del uso de la tecnología como recurso que potencie la comunicación. Así como de los principios éticos en el tratamiento de los contenidos digitales y multimediales								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción Digital y Multimedia.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³²		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital y TICS			

³² Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES								
Ciclo	VII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	-----			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo.								
			Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: La planificación social, Diagnóstico social y participativo, Formulación del proyecto, Evaluación del proyecto.								
			Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo.								
			En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de escucha y diálogo, empatía, reflexión, análisis y sistematización, orden y trabajo en equipo, todas ellas útiles para garantizar procesos de planificación metódicos y acertados.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³³		No precisa			

³³ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			PROYECTOS EMPRESARIALES EN COMUNICACIÓN								
Ciclo	IX	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de la Administración Organizacional Planificación y Gestión del Marketing Periodismo Empresarial				UC 1 UC” UC3 UC4 UC5
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, está orientada a Desarrollar capacidades y habilidades para la creación, conducción, y gestión de una empresa en comunicaciones según lo señalado en la Unidad de Competencia 1, Unidad de Competencia 2, U Competencia 3 y Unidad de Competencia 4. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: Idea de Negocio en Comunicaciones. Plan de Negocio en Comunicaciones. Gestión del Plan de Negocio. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional independiente mediante la oferta de productos o servicios de comunicación. En todos los trabajos asignados se incidirá en los valores de marca de las empresas y en los valores humanos y de responsabilidad de las marcas con los ciudadanos. La transparencia, la honestidad, la comunicación fluida y el respeto por las personas, más allá de que sean consumidores o no.									
Ejes y valores curriculares prioritarios		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación Digital.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³⁴		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital y TICS			

³⁴ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

VIII CICLO

Denominación de la experiencia curricular			GESTIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de Comunicación para el desarrollo			Código de Competencia del perfil de egreso	U C 2
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Planificación desde la comunicación, Diseño de proyectos comunicacionales, Estrategias de comunicación para el desarrollo, Evaluación del proyecto de comunicación para el desarrollo. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la creatividad, la capacidad de escucha y diálogo, empatía, reflexión, análisis y sistematización, orden y trabajo en equipo, todas ellas útiles para garantizar procesos de planificación metódicos y acertados.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio³⁵		No precisa			

³⁵ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Proyectos Empresariales en Comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4.
112	96	Horas x semana	6	Créditos	4	2	3	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar competencias finales referidas la gestión de Comunicación Corporativa en organizaciones públicas y privadas, así como al desarrollo de estrategias en Publicidad y Marketing. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: Análisis y gestión de la Cultura Institucional. La segunda unidad, se enfoca en la Planeación Estratégica para que la Gestión Empresarial. En la tercera unidad se tratan Herramientas para mejorar la Comunicación Empresarial, y finalmente, Control y Métricas para la evaluación de la Comunicación Corporativa. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación empresarial y corporativa, así como en la publicidad, y la formulación de estrategias de comunicación en medios y, su correspondiente gestión de investigación. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el emprendimiento de proyectos comunicacionales, así como en el dinamismo y energía en la realización de sus proyectos, y en el manejo eficiente, asertivo y empático en distintos medios de enfoque masivo y publicitario. Asimismo, se propicia que los estudiantes puedan sobreponerse a adversidades y problemas de la práctica profesional.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Comunicación efectiva, asertiva y empática en diversos medios.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en comunicación corporativa.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³⁶		Técnicos de laboratorio con especialidad en manejo de programas de Ms. Office.			

³⁶ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE PERIODISMO								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción Periodística II			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			La presente experiencia curricular es de carácter teórico, con énfasis en las horas prácticas y se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para lograr la competencia, la experiencia curricular se ha dividido en cuatro unidades temáticas siguientes: Técnicas de redacción expresivas, Primer nivel de cobertura periodística (Especies informativas), Segundo nivel de cobertura periodística (Periodismo en profundidad), y Cobertura periodística en medios audiovisuales y medios interactivos. Las competencias que se desarrollarán en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para reforzar los principios éticos del comunicador.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador y trabajo de campo			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción periodística general.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio³⁷		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación y periodismo.			

³⁷ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			TALLER DE COMUNICACIÓN DIGITAL II								
Ciclo	VI	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Comunicación Digital I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1 UC 2 CT 4.5, 4.6, 4.7, 4.8
Total horas	80	Horas x semana	5	Créditos	3	HT	1	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, está orientada a conocer y analizar las bases y fundamentos de la comunicación e información digitales en la sociedad. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: La creación de TICS para aumentar la productividad en las empresas y mejorar la comunicación en las personas; en la segunda unidad se trata las funcionalidades de las TICS en medios, marcas y personas y en la tercera unidad se elaboran planes de medios informativos multimediales con TICS en canales digitales basados en el prosumer y en sus nuevos hábitos. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la fundamentación, elaboración y ejecución de planes de medios digitales con énfasis en la calidad de los contenidos. En todos los trabajos asignados se incidirá en la transversalidad de los valores éticos del periodismo y la adecuación a ellos de la comunicación contemporánea. La veracidad, la responsabilidad, la conciencia de la responsabilidad social y la integridad serán valores ejes de esta experiencia curricular.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Producción Periodística Digital.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio³⁸		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital y TICS			

³⁸ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			MÉTODOS ALTERNATIVOS DE NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Fundamentos de Comunicación para el desarrollo			Código de Competencia del perfil de egreso	U C 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo.								
			Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Teorías del conflicto y mecanismos alternativos de negociación, Evaluación de conflictos, La negociación, El arbitraje.								
			Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo.								
			En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la tolerancia, la capacidad de escucha y diálogo, la empatía, la facilidad de comunicación, Capacidad para resolver problemas, todas ellas útiles para garantizar la gestión de una organización de manera eficiente y efectiva.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ³⁹		No precisa			

³⁹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE MARKETING Y PUBLICIDAD								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Taller de Publicidad – Campañas Publicitarias			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 4 CT 4.5 CT 4.6 CT 4.7 CT 4.8
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	
Sumilla			Experiencia curricular de carácter teórico práctico, cuya orientación es desarrollar la formulación de planes publicitarios con estrategias creativas y efectivas, orientadas a la solución de problemas y a las necesidades de comunicación de una marca específica. Así mismo, se revisarán las nuevas tendencias del marketing y comunicaciones, brindándole la base para la planeación y ejecución de estrategias reales y exitosas.								
			Con la finalidad de alcanzar el logro de competencias, el desarrollo de la experiencia curricular se ha organizado en cuatro bloques temáticos: Primera Unidad, Administración e Identidad de marca e imagen corporativa; Segunda Unidad, Diseño Estratégico de la Comunicación; Tercera Unidad, Planeamiento de Medios; Cuarta Unidad, Nuevas tecnologías y medios digitales e interactivos.								
			Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional del marketing y publicidad, así como en la comunicación corporativa. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, emprendimiento, responsabilidad y ética para desarrollar a través de la comunicación principios equitativos y competitivos de mercado.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador			Comunicador con especialidad en Marketing y Publicidad.		
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ⁴⁰			No aplica		

⁴⁰ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

IX CICLO

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL								
Ciclo	IX	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Comunicación Audiovisual II			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la primera unidad de competencia referidas a Comunicación en medios masivos. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos: en la primera unidad se aborda documental audiovisual y en la segunda la Pre-producción y producción de Programas Televisivos y tercera unidad, la grabación de 01 piloto de programa televisivo y la cuarta unidad, la grabación de programas en vivo, considerando los géneros y formatos de preferencia. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción periodística en medios de comunicación convencionales y alternativos. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la confiabilidad de fuentes y veracidad de la información para desarrollar la aplicación de los principios éticos en el comunicador.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador			Comunicador con especialidad en Producción periodística audiovisual.		
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴¹			Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación audiovisual		

⁴¹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			SEMINARIO DE TESIS I								
Ciclo	IX	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 5
Total horas	85	Horas x semana	5	Créditos	4	HT	3	HP	2	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico-práctico y se orienta a desarrollar la quinta unidad de competencia referidas a Investigación. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: la primera se refiere a La investigación Científica: epistemología y metodología; la segunda a Líneas de investigación en comunicación social: aplicaciones; tercero, a Diseño y desarrollo del Proyecto de Investigación Científica I, y cuarto Diseño y desarrollo del Proyecto de Investigación Científica II. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la investigación en el campo de la comunicación social en su conjunto. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, el respeto por las ideas y las fuentes consultadas, la responsabilidad y rigurosidad de la información que se procesa.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con experiencia en metodología y de investigación científica.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴²					

⁴² Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO								
Ciclo	IX	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Gestión de proyectos en Comunicación para el Desarrollo			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Organización y planificación del Gabinete, Diseño de estrategias para el plan del gabinete, Implementación del plan del gabinete, Monitoreo y evaluación del plan del gabinete. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, la tolerancia, la capacidad de diálogo, la creatividad, todas ellas útiles para garantizar la gestión de una organización de manera eficiente y efectiva.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴³		No precisa			

⁴³ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			DEONTOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.								
Ciclo	X	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 5
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico-práctico y se orienta a desarrollar los aspectos teóricos y casuísticos de las prácticas deontológicas de los comunicadores sociales. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: a) el marco conceptual de la ética, b) La teoría de los valores, c) La ética profesional y la deontología en las variadas actividades de la comunicación social, y d) Casuística aplicada desde el Código de ética profesional. En todas las tareas asignadas se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, respeto por las ideas y fuentes consultadas, responsabilidad y rigurosidad en la casuística abordada.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad, emprendimiento y ética profesional.									
Enfoque didáctico		Problematizador de hechos deontológicos.				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con experiencia en las diversas áreas de la comunicación social, especialmente en el campo deontológico.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴⁴		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación			

⁴⁴ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			GABINETE DE COMUNICACIÓN DIGITAL								
Ciclo	V	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito				Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1 UC 2 CT 4.5, 4.6, 4.7, 4.8
Total horas	96	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, está orientada a producir diagnósticos de reputación digital y, posteriormente, a elaborar planes de comunicación e información para potenciar el posicionamiento de un medio, marca, institución. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en tres bloques temáticos: Análisis transversal y diagnóstico de los canales digitales y lenguaje de una marca, en la segunda unidad se aborda la estrategia digital transmedia basada en objetivos de entidades reales, y en la tercera unidad se ejecuta el programa de acciones y el monitoreo constante del plan digital multimedia basado en Marketing de contenidos y storytelling. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción de diagnósticos transversales, planes de comunicación digital para medios informativos y marcas, en función a su dimensión. En todos los trabajos asignados se incidirá en los valores de marca de las empresas y en los valores humanos y de responsabilidad de las marcas con los ciudadanos. La transparencia, la honestidad, la comunicación fluida y el respeto por las personas, más allá de que sean consumidores o no.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación Digital.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴⁵		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación Digital y TICS			

⁴⁵ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Experiencias Curriculares Electivas:

Denominación de la experiencia curricular			Comunicación para la Gestión Cultural								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Metodologías participativas de comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo.								
			Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Teorías de la Comunicación y Gestión Cultural, los Productos Culturales. Enfoques de la comunicación y Gestión Cultural, Nuevos escenarios de la Gestión Cultural y Estrategias de Comunicación para la Gestión Cultural.								
			Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo.								
			En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de reflexión y análisis, el trabajo en equipo y la colaboración, capacidad de diálogo, pensamiento crítico y sentido de responsabilidad personal y social, útil para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio ⁴⁶		No precisa			

⁴⁶ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			Comunicación Política								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Metodologías participativas de comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Fundamentos de la Comunicación Política. La Incidencia Política. Estrategias de Comunicación Política. Plan de Comunicación Política y Electoral. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de reflexión y análisis, el trabajo en equipo y la colaboración, capacidad de diálogo, pensamiento crítico y sentido de responsabilidad personal y social, útiles para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			

Denominación de la experiencia curricular			Comunicación y Educación Ambiental								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Metodologías participativas de comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla			Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Teorías de la Comunicación y Educación Ambiental, Enfoques de la comunicación y Educación Ambiental, Nuevos escenarios de la comunicación Ambiental y Biodiversidad. Estrategias de Comunicación Ambiental. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de reflexión y análisis, el trabajo en equipo y la colaboración, capacidad de diálogo, pensamiento crítico y sentido de responsabilidad personal y social, útiles para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.								
Ejes y valores curriculares priorizados			Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.								
Enfoque didáctico			Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴⁷		No precisa			

⁴⁷ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			Comunicación y Educación para la Salud								
Ciclo	VIII	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Metodologías participativas de comunicación			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 2
Total horas	64	Horas x semana	4	Créditos	3	HT	2	HP	2	HV/HL	
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico práctico, se orienta a desarrollar la segunda unidad de competencia referida a Comunicación para el desarrollo. Para el logro de estas competencias se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro bloques temáticos a desarrollarse en unidades: Teorías de la Comunicación y Educación para la Salud, Enfoques de la Comunicación y Educación para la Salud, Nuevos escenarios de la comunicación para la Salud. Estrategias de Comunicación para la Salud. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la comunicación para el desarrollo. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en la capacidad de reflexión y análisis, el trabajo en equipo y la colaboración, capacidad de diálogo, pensamiento crítico y sentido de responsabilidad personal y social, útiles para garantizar procesos participativos democráticos y transformadores.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador			Perfil específico del docente / equipo formador			Comunicador con especialidad en Comunicación para el desarrollo.			

X CICLO

Denominación de la experiencia curricular			SEMINARIO DE TESIS II								
Ciclo	X	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Redacción periodística I			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 5
Total horas	119	Horas x semana	6	Créditos	4	HT	2	HP	4	HV/HL	0
Sumilla		Esta experiencia curricular es de carácter teórico-práctico y se orienta a desarrollar la quinta unidad de competencia referidas a Investigación. Para el logro de esta competencia se ha organizado el desarrollo de la experiencia curricular en cuatro unidades temáticas: la primera se refiere a Desarrollo de la investigación: aplicación de instrumentos de recolección de datos; segundo Sistematización de la data e información recogida en campo: tercero Redacción del Informe de investigación Científica I: y cuarta, Redacción del Informe de investigación Científica II. Las competencias desarrolladas en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la investigación en el campo de la comunicación social en su conjunto. En todos los trabajos asignados se hará especial énfasis en el trabajo en equipo, el respeto por las ideas y fuentes consultadas, la responsabilidad y rigurosidad de la información que se procesa.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador de hechos sociales.			Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con experiencia en metodología y de investigación científica.				
					Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴⁸		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación				

⁴⁸ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

Denominación de la experiencia curricular			PRÁCTICA PREPROFESIONAL								
Ciclo	X	Código		Carácter	Teórico Práctico	Requisito	Gabinetes: 65,66,67 y 68 (Currículo)			Código de Competencia del perfil de egreso	UC 1; UC2; UC3; UC4
Total horas	255	Horas x semana	20	Créditos	10	HT	0	HP	20	HV/HL	0
Sumilla		La presente experiencia curricular es de carácter práctica y se orienta a desarrollar las cuatro unidades de competencia, referidas a Comunicación en medios masivos, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Corporativa, Empresa, Publicidad y Marketing. Para lograr la competencia, la experiencia curricular se ha dividido en las siguientes unidades temáticas s: Propedéutica de las Prácticas Pre profesionales: Ejecución y Seguimiento de las prácticas: Evaluación de las Prácticas pre profesionales. Las competencias que se desarrollarán en esta experiencia curricular serán aplicadas en el ejercicio profesional de la producción en comunicación social, en todas las áreas especializadas de la Carrera. En las prácticas asignadas o seleccionadas por el estudiante se hará especial énfasis en el respeto de la cosmovisión y cultura en los ámbitos de acción en los que interviene. Demuestra creatividad, capacidad de trabajo en equipo, eficiencia, resiliencia, responsabilidad, dinamismo y energía, en todas las actividades que desarrolla y roles que asume.									
Ejes y valores curriculares priorizados		Trabajo en equipo, resiliencia, comunicación efectiva y asertiva, empatía para tomar el lugar del otro, energía y dinamismo, responsabilidad y emprendimiento.									
Enfoque didáctico		Problematizador, trabajo en equipo, solucionador de conflictos.				Perfil específico del docente / equipo formador		Comunicador con especialidad en los procesos productivos en las organizaciones y medios masivos.			
						Perfil del personal administrativo y/o personal de servicio⁴⁹		Técnicos de laboratorio especialistas en Comunicación social.			

⁴⁹ Personal administrativo que apoya en laboratorios entre otros.

10. LINEAMIENTOS DE GESTIÓN CURRICULAR

10.1. Proceso de nivelación y convalidación

Para que los estudiantes cuenten con el perfil de ingreso que los habilite para el mejor aprovechamiento de la formación a recibir se realizarán las siguientes actividades:

- Evaluaciones de diagnóstico que permitan determinar las habilidades y conocimientos en aquellas áreas afines a la carrera para elaborar el programa de estudios del ciclo de nivelación, el cual será normado e implementado por la Universidad y la Escuela Profesional.
- Diseño y ejecución del programa de estudios del ciclo de nivelación.
- Diseño y ejecución del Plan de tutoría personalizada y grupal para fortalecer las competencias de inserción al mundo universitario de los nuevos ingresantes.

10.2. Metodológicos de enseñanza – aprendizaje

- Se identificarán núcleos problemáticos a partir del contexto social, científico, tecnológico u otros, al que se integrarán varias experiencias curriculares por ciclos como estrategia para el desarrollo de competencias, en la medida de lo posible.
- Las metodologías propias del área del conocimiento de la experiencia curricular se privilegiarán el desarrollo de capacidades y protagonismo del estudiante en el proceso formativo.
- Las actividades de aprendizaje deben ser significativas, contextualizadas y orientadas a proyectos, productos, investigación, desarrollo e innovación principalmente, para fortalecer el saber hacer en contexto.
- Se privilegiarán actividades de aprendizaje que desarrollen el pensamiento crítico, interdisciplinar, holístico, creativo y de rigurosidad científica.
- Se priorizarán métodos de Aprendizaje basado en problemas, el modelo didáctico operativo, el seminario investigativo, el trabajo por proyectos, la enseñanza para la comprensión, entre otros.
- La integración de las TIC en el proceso formativo es indispensable, no solo como herramienta funcional, sino como herramienta de desarrollo, interactividad, trabajo colaborativo y de difusión.
- La conexión e intercambio en el proceso formativo con las empresas, instituciones y organizaciones sociales del entorno de la Universidad es central en el trabajo formativo. Se debe dar especial énfasis a la continua interacción de los estudiantes con las empresas productoras para adoptar actitudes de investigación, análisis y propuesta de soluciones a los problemas que aquejan a los sectores productivos de la región.

10.3. Desarrollo de la práctica pre-profesionales

La Práctica Pre-Profesional es una actividad curricular, para aquellos alumnos que ingresan al último semestre.

- El Comité de Dirección de Escuela propondrá al Decanato las instituciones en las cuales sus alumnos realizarán las Prácticas Pre-Profesionales.
- El estudiante realizará sus prácticas de acuerdo al Reglamento de Prácticas Pre-profesionales.
- El Reglamento específico determinará las condiciones para esta experiencia.
- El Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación nombrará el jurado para la evaluación del informe de Prácticas pre-profesionales, el mismo que estará integrado por tres profesores, teniendo en cuenta para ello la especialidad al área donde realizó sus Prácticas, y al profesor supervisor del practicante.

10.4. Movilidad estudiantil y docente

La Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) a través de la Secretaría General Iberoamericana sostiene que la movilidad académica es la iniciativa de movilidad e intercambio de estudiantes, profesores e investigadores. Permite fomentar que éstos realicen un periodo de estudios de educación superior, docencia o investigación.

Se difundirán los convenios existentes de movilidad estudiantil y docente, con el propósito de crear una ciudadanía académica, y a través de ella, sentimientos de vinculación y pertenencia que trascienden lo académico para alcanzar a la sociedad en su conjunto, contribuyendo al mismo tiempo a desarrollar las competencias del egresado y al perfeccionamiento de los docentes.

10.5. Tutoría y consejería

- El sistema de tutoría, orientación y consejería se concibe dentro de la estructura curricular como un elemento básico del sistema académico de la Escuela orientado fundamentalmente a apoyar al alumno en sus actividades y en su formación profesional.
- El estudiante deberá, necesariamente, contar con un Tutor permanente durante todo el desarrollo de sus estudios.
- El estudiante deberá recibir una sólida orientación sobre el desarrollo de sus actividades académicas con la programación de Seminarios acerca de las actividades que puede realizar el profesional de Ciencias de la Comunicación
- El sistema de tutoría y consejería comprende las siguientes áreas: personal, académica y formación profesional.

- Los alumnos se incorporarán al sistema de tutoría y consejería desde su ingreso a la Escuela hasta su egreso, gozando de todos sus beneficios del mismo. Esto significa que todo alumno tendrá designado un TUTOR y será un docente de la Escuela, sin distinción de categoría o modalidad.
- La programación, implementación, ejecución y evaluación del sistema de tutoría y consejería está a cargo del Comité de Tutoría y Consejería de la Escuela.

10.6. Experiencias y actividades extra y co-curriculares

La formación de los estudiantes combinará experiencias y actividades extracurriculares y co curriculares según la normatividad establecida por la universidad.

10.7. Sistema de información y comunicación

Se desarrollará transversalmente el estilo de trabajo sistémico de información y comunicación, haciendo que esta sea accesible en la gestión académica, manteniendo informados a los miembros del Programa de Estudios sobre aspectos vinculados al desarrollo de sus actividades, especialmente en lo referido a criterios de evaluación, planificación y desarrollo de actividades curriculares y extracurriculares.

Se orienta a desarrollar la capacidad de toma de decisiones informada y democrática.

10.8. Procesos de ingreso y permanencia

❖ De las vacantes, de la postulación, selección y admisión:

La Dirección de Escuela Académica planificará el número de vacantes ofertado para cada año al concurso de Admisión a la Universidad Nacional de Trujillo, clasificándolos en: Ingreso por concurso de examen ordinario y de CEPUNT, vacantes para traslados externos e internos, 2ª profesionalización y reanudación de estudios.

❖ De la selección del plan específico de estudios

De acuerdo a la estructura curricular de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es necesaria la selección del plan específico de estudios que debe realizar el alumno en relación a los diferentes cursos de las áreas básicas, formativas y de especialidad, así como la complementaria. Este plan de estudios deberá resolverse con el sistema de tutoría y consejería. Se requiere elaborar un plan de estrategias específicas de planes de estudios de acuerdo a orientaciones específicas que facilite y favorezca realizar una adecuada tutoría y consejería docente. La Dirección de la Escuela Académica orientará la investigación al servicio de la región y del país a través de la investigación concertando los requerimientos del Sector Privado, Público y Organizaciones de bases representativas de la Comunidad.

❖ De la matrícula

La matrícula en la Carrera de Ciencias de la Comunicación se hará en concordancia con el Reglamento General de Matrícula de la Universidad Nacional de Trujillo, el mismo en que se sustenta en la Ley Universitaria y en el Estatuto de la Universidad Nacional de Trujillo.

❖ De la convalidación de asignaturas

Para la convalidación de los cursos seguidos en otras Escuelas Académicas de la Universidad Nacional de Trujillo o en otras Universidades del país o el extranjero deberá tenerse en cuenta lo siguiente:

- El nombre de la asignatura deberá ser equivalente y reflejar el marco genérico del concepto de su nomenclatura.
- El 75% del contenido de la asignatura deberá ser la misma o equivalente
- El número de créditos no deberá tener una diferencia, por defecto, mayor de uno.
- La solicitud de convalidación será dirigida al Decano y resuelta por una comisión dirigida por el Director de Escuela.
- El estudiante debe presentar el Certificado de estudios y sílabos correspondientes.
- La fecha de presentación de documentos, así como su evaluación será realizada de acuerdo a un cronograma estipulado.

10.9. Procesos de graduación y titulación

❖ Requisitos para la obtención del título profesional de Ciencias de la Comunicación

De acuerdo al Estatuto de la Universidad Nacional de Trujillo, se otorga el grado académico de Bachiller a los alumnos que han aprobado todos los créditos que fija el currículo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y, la calificación es la que acredita la formación académica del estudiante en la especialidad.

El Título Profesional es la licencia que otorga la Universidad para el ejercicio de la profesión. Para obtener el Título Profesional se requiere haber obtenido el Grado Académico de Bachiller en Ciencias de la Comunicación, en la Universidad Nacional de Trujillo y sustentar indefectiblemente una tesis según lo establecido por acuerdo de Consejo de Facultad.

10.10. Registro y seguimiento de los egresados

La vinculación con los egresados para la actualización del perfil de egreso y evaluación del currículo es una práctica institucionalizada. A través de ellos se fortalecerá la vinculación del Programa de Estudios con el mundo empresarial y estatal para la firma de convenios de prácticas pre-profesionales, incorporación de expositores en seminarios de actualización y desarrollo de investigación colaborativa.

De esta forma el Programa de Estudios será dinámico, pertinente, convirtiendo a los egresados en motor de evaluación y actualización permanente en los procesos de diseño y ejecución curricular.

10.11. Financiamiento del Programa de estudios

La Escuela deberá programar con la debida autorización del Decanato y/o Consejo de Facultad actividades que generen ingresos propios.

Promoverá así mismo el desarrollo de Centros de Producción de servicios que permitan la generación de rentas propias en estrecha coordinación con los Organismos competentes de la Universidad según los procedimientos establecidos para el caso.

La Dirección de la Escuela promoverá la búsqueda de apoyo y cooperación internacional para los equipamientos de laboratorio prioritarios.

11. LINEAMIENTOS DE EVALUACIÓN CURRICULAR

11.1. Evaluación de las competencias y los aprendizajes

Los procedimientos y normas específicas de evaluación están contenidos en la normatividad académica de la UNT vigente; pero podemos señalar pautas generales para cambiar de una evaluación por logros a una evaluación por competencias:

- Las competencias señaladas en las sumillas son la base para evaluar el proceso de aprendizaje en las experiencias curriculares. En función a dichas competencias deben elaborarse los instrumentos de evaluación, tratando de medir los avances en el logro de capacidades (conocimientos, habilidades y destrezas relacionados con la asignatura) y actitudes inducidas por la experiencia curricular.
- Se recomienda procedimientos de evaluación que privilegien la creatividad para solucionar problemas, planteando situaciones problemáticas relacionadas con el procesamiento y desempeño de productos manufacturados.
- Se debe recurrir a diferentes formas y mecanismos de evaluación, los cuales serán explícitamente señalados y programados en los respectivos sílabos; no es recomendable programar únicamente

exámenes parciales que miden la asimilación de conocimientos, sino diversos mecanismos como son el desarrollo de trabajos de aplicación; proyectos; análisis y solución de casos; recopilación y exposición de información referida a temas de la asignatura; informes de visitas a plantas; etc.

- Es recomendable incluir en el sistema de evaluación de las experiencias curriculares, el avance en el logro de las habilidades blandas de los estudiantes.

11.2. Evaluación del currículo

El cumplimiento del currículo se verificará mediante los mecanismos siguientes:

- Se hará uso de los indicadores siguientes:
 - a. El rendimiento académico de los alumnos a través de la promoción en las experiencias curriculares.
 - b. El desempeño en las prácticas pre profesionales.
 - c. La graduación de Bachilleres.
 - d. La expedición de títulos
- Los criterios de evaluación serán las capacidades de las experiencias curriculares, los objetivos del currículo y el perfil académico profesional.
- La responsabilidad de la evaluación del currículo corresponde al Director de la Escuela y al Comité Académico de Currículo de la Facultad.
- La evaluación de las experiencias curriculares, del estudiante, del docente y del currículo será semestralmente a través de un Informe.
- La evaluación del currículo se hará en concordancia a las directivas correspondientes que imparta la Oficina General de Evaluación Académica de la Universidad.

12. BIBLIOGRAFÍA

Díaz, H. (2015) Formación Docente en el Perú. Realidad tendencias. Santillana, S.A.

Choque-Larrauri, R., Salazar-Cóndor, V., Quispe-De La Cruz, V. y Contreras-Pulache, H. (2015). Los Maestros que el Perú necesita: Determinación del déficit de docentes para la escuela básica peruana en el 2021. En: Evidencia para políticas públicas en educación superior; Vol. 1. Hans Contreras Pulache Editor. Programa Nacional de Becas y Crédito Educativo. Ministerio de Educación.

Gardner, H. *Las cinco mentes del futuro*.

Gardner, H. (1997). *La mente no escolarizada. Cómo piensan los niños y cómo deberían enseñar las escuelas*. Paidós, Barcelona.

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Ocupaciones más requeridas para trabajadores con educación superior y básica 2017, en La Libertad. Investigación Socio Económico Laboral (DISEL).

Ministerio de Educación. (1996). *Manual del Director*. Lima.

Ministerio de Educación. (2016). Programa curricular de Educación Primaria. Lima.

Ministerio de Educación. (2009). Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Alternativa.

Stenhouse, L. (2007). *La investigación como base de la enseñanza*. Morata, Madrid.

**TABLA DE CONVALIDACIÓN Y EQUIVALENCIAS DE CURSOS EN EL PROGRAMA
DE ESTUDIOS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2018**

PLAN DE ESTUDIOS DEL CURRÍCULO 2014			PLAN DE ESTUDIOS DE CURRÍCULO 2018		
CICLO	CRÉDITOS	CURSO	CURSO	CRÉDITOS	CICLO
i	3	COMUNICACIÓN VISUAL	COMUNICACIÓN VISUAL I	3	i
I	3	TEORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	TEORIA DE LA COMUNICACIÓN	3	III
I	3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA I	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL	3	III
IV	3	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN ORGANIZACIONAL	FUNDAMENTOS DE DE LA ADMINISTRACIÓN ORGANIZACIONAL	3	III
IV	3	DERECHO CONSTITUCIONAL	DERECHO CONSTITUCIONAL	3	III
IV	3	FUNDAMENTOS DE PERIODISMO	FUNDAMENTOS DE PERIODISMO	3	IV
V	3	FUNDAMENTOS DE MARKETING	FUNDAMENTOS DE MARKETING	3	IV
V	4	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	3	V
V	3	FUNDAMENTOS DE RELACIONES PÚBLICAS	FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	3	V
VI	3	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	TALLER DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL I – FICCIÓN	3	V
VI	3	PUBLICIDAD I FUNDAMENTOS	FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD	3	V
VI	4	REDACCIÓN PERIODÍSTICA II	REDACCIÓN PERIODÍSTICA II	3	VI
VI	3	GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS I	GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS I	3	VI
V	4	DERECHO EMPRESARIAL	DERECHO EMPRESARIAL	3	VI
VII	3	GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS II	GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS II	3	VII
VIII	3	ESTRATEGÍAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	3	VII
VII	3	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES	3	VII

VI	3	LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL	LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL	3	VII
IX	3	PROYECTOS EMPRESARIALES EN COMUNICACIÓN	PROYECTOS EMPRESARIALES EN COMUNICACIÓN	3	VII
III	3	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	3	VII
VIII	3	GABINETE DE PERIODISMO	GABINETE DE PERIODISMO	4	VIII
VIII	3	GABIETE DE PUBLICIDAD	GABINETE DE MARKETING Y PUBLICIDAD	4	VIII
IX	3	GABINETE DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	GESTIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	4	VIII
VII	2	MÉTODOS ALTERNATIVOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS	MÉTODOS ALTERNATIVOS DE NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	3	VIII
VII	3	COMUNICACIÓN VIRTUAL /DIGITAL	GABINETE DE COMUNICACIÓN DIGITAL	4	IX
VI	3	DEONTOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	DEONTOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	3	IX
IX	3	SEMINARIO DE TESIS I : PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	SEMINARIO DE TESIS I (PROYECTO DE INVESTIGACIÓN)	4	IX
X	9	PRÁCTICA PROFESIONAL	PRÁCTICA PROFESIONAL	10	X
X	3	SEMINARIO DE TESIS II	SEMINARIO DE TESIS II	4	X

PARTICIPACIÓN DEL MERCADO LABORAL



RELACIÓN DE PARTICIPANTES DEL MERCADO LABORAL

En talleres realizados 10 y 11 de noviembre

Gerardo Geldres	Radio Nova
Dina Yépez Cerna	Revista Vea Decana Del Colegio De Periodistas
Alberto Castillo Gabrielli	Promotor Cultural Gerente En Tschudi Producciones
Lenny Carbonel	Responsable De Comunicaciones Y Capacitación De La Cámara De Comercio De La Libertad
Oscar Santillan Sanchez	Corresponsal RADIO PROGRAMAS DEL PERÚ
Jonel Salinas	Gerencia Regional De Educación
Antonio Ulloa	Jefe De Comunicaciones PNUD Jefe de Comunicacione DeVida
Miguel Samame	Especialista En Participación Ciudadana Y Reducción Del Riesgo De Desastres Provincia De Piura, Región Piura Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo-PNUD Word Visión
Raul Chafloque	Coordinador De Imagen De Unt
Genoveba Lévano	Jefe De Imagen De SUNAAS
Antonio Muñoz	Productor De Prensa Sol Tv
Julia Alvarado	Gerencia Del Ambiente-Gobierno Regional La Libertad
Edwar Rodríguez Zamora	RZ Producciones
Maribel Moreno Moreno	M y M Producción
Jose Bardales	Ayuda en Acción Perú-ONG Care Perú

PARTICIPACIÓN DE DOCENTES DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

