



**UNS**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DEL SANTA



*Cargé*

*"Año del Diálogo y de la Reconciliación Nacional"*

**RESOLUCIÓN N° 608-2018-CU-R-UNS**  
Nuevo Chimbote, 28 de agosto de 2018

**Visto** el Oficio N° 211-2018-UNS-CFEH de la Decanatura de la Facultad de Educación y Humanidades, y el Acuerdo N° 26 adoptado por el Consejo Universitario, en su Sesión Ordinaria N° 12-2018, de fecha 25.07.2018; y,

**CONSIDERANDO:**

**Que**, por Resolución N° 101-2010-CU-R-UNS del 10.03.2010, modificado en parte con la Resolución N° 421-2011-CU-R-UNS del 24.08.2011, se aprobó el currículo de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional del Santa, a desarrollarse en diez (10) semestres académicos, con un total de 211 créditos;

**Que**, mediante Oficio N° 127-2018-UNS-FEH-EAPCS/D, de fecha 02.05.2018, la Dirección de la Escuela Profesional de Comunicación Social alcanza para su aprobación el Currículo de la Escuela Profesional de Comunicación Social, asimismo indica que la vigencia de dicho currículo es a partir del semestre académico 2018-I;

**Que**, mediante Oficio N° 211-2018-UNS-CFEH, recepcionado en fecha 25.07.2018, la Decanatura de la Facultad de Educación y Humanidades, comunica que el Consejo de Facultad, en su Sesión Extraordinaria N° 09-2018 del 17.07.2018, acordó lo siguiente: a) Aprobar, con eficacia anticipada, el Currículo de la Escuela Profesional de Comunicación Social de la Facultad de Educación y Humanidades, que contiene Misión, Visión, Perfil del Ingresante, Perfil del Egresado, Competencias Profesionales, Plan de Estudios y Malla Curricular, cuya vigencia es a partir del Semestre académico 2018-I; b) Elevar al Consejo Universitario para su ratificación;

**Que**, el Consejo Universitario en su Sesión Ordinaria N° 12-2018, de fecha 25.07.2018, acordó aprobar con eficacia anticipada, el referido currículo con la observación planteadas por los miembros del Consejo Universitario, dejándose establecido que su vigencia se aplicará a partir del Semestre Académico 2018-I;

**Que**, en cumplimiento a lo dispuesto por el Consejo Universitario, la Decanatura de la Facultad de Educación y Humanidades, con Oficio N° 623-2018-UNS-FEH, recepcionado en fecha 24.08.2018, remite el Currículo antes señalado con el levantamiento de las observaciones, para su oficialización correspondiente;

**Estando** a las consideraciones que anteceden, a lo acordado por el Consejo Universitario, en su Sesión Ordinaria N° 12-2018, de fecha 25.07.2018, y en uso de las atribuciones que concede la Ley N° 30220 – Ley Universitaria;

**SE RESUELVE:**

**1° APROBAR**, con eficacia anticipada, el **CURRÍCULO DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**, debiendo desarrollarse en diez (10) semestres académicos, con un total de 219 créditos, cuyo documento que como anexo, sellado y rubricado por el Secretario General de la Universidad, forma parte de la presente resolución.

**2° DISPONER** que el currículo indicado en el artículo precedente se aplique a partir del Semestre Académico 2018-I.

**3° DEROGAR** el anterior Currículo de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Facultad de Educación y Humanidades de la Universidad Nacional del Santa, aprobado con Resolución N° 101-2010-CU-R-UNS del 10.03.2010 y su modificatoria, y toda disposición que se oponga a la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

  
**Dr. Sixto Díaz Tello**  
Rector de la Universidad Nacional  
del Santa

  
**Mg. Mario Augusto Merchán Gordillo**  
Secretario General

MAMG/ajcc

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**



**CURRÍCULO DE LA ESCUELA  
PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**Nuevo Chimbote – Perú**

**2018**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Dr. SIXTO DÍAZ TELLO**  
Rector

**Dra. LÍA ADELA SALAZAR SOTO**  
Vicerrectora Académica

**Dr. FERNANDO MERINO MOYA**  
Vicerrector de Investigación

**Dr. JOSÉ A. GARIZA CUZQUIPOMA**  
Decano de la Facultad de Educación y Humanidades

## **COMISIÓN CURRICULAR EP. COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Lic. ESMILA CALDERÓN REYES – Presidenta**

**Lic. James Stuard Solís Godoy**  
**Lic. Carlos Alexis Sánchez Vásquez**  
**Lic. Manuel Ignacio Chiroque Farfán**

## ÍNDICE

	Pág.
<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>5</b>
<b>I. MARCO SITUACIONAL</b>	<b>7</b>
1.1. Situación geográfica y demográfica de la Provincia del Santa y la Región Ancash	8
1.2. Situación económica, social y cultural de la Región y el Perú, en relación con la carrera profesional	9
1.3. Situación educativa universitaria en el Perú y la región en relación con la carrera profesional	11
1.4. Importancia y perspectiva de la carrera profesional en la región y en el Perú	14
1.5. Demanda de profesión en el escenario regional, nacional y mundial	16
1.6. Influencia del avance científico, tecnológico y económico del momento actual en la carrera proyección a nivel nacional y mundial	18
1.7. Recursos materiales e infraestructura con que cuenta para garantizar la formación profesional	21
1.8. Plana Docente	23
1.9. Conclusiones y propuestas para el fortalecimiento de una estrategia de vinculación entre la educación tecnológica y el sector productivo	25
<b>II. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>30</b>
2.1. Misión y Visión de la universidad	31
2.2. Misión y Visión de la Facultad de Educación y Humanidades	31
2.3. Misión y Visión de la Escuela de Comunicación Social	32
2.4. Imagen ideal de la sociedad y del hombre	32
2.4.1. Descripción del modelo de la sociedad	32
2.4.2. Descripción de la imagen ideal del hombre	33
2.5. Concepciones pedagógicas	33
2.5.1. Educación	33
2.5.2. Competencia	33
2.5.2.1. Caracterización de la competencias	36
2.5.2.2. Caracterización de la certificación de competencias profesionales	37
2.5.3. Aprendizaje	37
2.5.4. Currículo	38
2.5.5. Enseñanza	41
2.5.6. Rol del docente	42
2.5.7. Los valores	43
<b>III. MARCO TELEOLÓGICO</b>	<b>44</b>
3.1. Perfil del ingresante	45
3.2. Competencias profesionales en Comunicación Social	45
3.2.1. Competencias genéricas	45
3.2.1.1. Competencias cognitivas	45
3.2.1.2. Competencias metodológicas	45
3.2.1.3. Competencias tecnológicas	45
3.2.1.4. Competencias individuales	45
3.2.1.5. Competencias sociales	46
3.2.1.6. Competencias de organización	46
3.2.2. Competencias Específicas de la especialidad	46
3.2.2.1. Área de Producción Audiovisual	46

3.2.2.2. Área de Comunicación para el Desarrollo	46
3.2.2.3. Área de Marketing y Publicidad	47
3.2.2.4. Área de Periodismo	47
<b>IV. MARCO ESTRUCTURAL</b>	<b>49</b>
4.1. Descripción del Plan de experiencias curriculares	50
4.2. Distribución de créditos y horas por áreas y subáreas	50
4.3. Distribución de asignaturas por departamentos académicos	51
4.4. Codificación	53
4.5. Promedio ponderado	54
4.6. Plan de asignaturas	56
Descripción de las asignaturas (sumillas)	59
Malla curricular	89
Cuadro de Convalidación Estudios Generales 2018-2017	91
Cuadro de Convalidación Currícula 2018-2010	92
<b>V. MARCO ADMINISTRATIVO Y NORMATIVO</b>	<b>96</b>
5.1. Estructura administrativa y/o técnica que dirige y evalúa directamente la formación profesional	97
5.2. Requisitos de Admisión, Matrícula y Promoción por ciclos, bachillerato y título profesional	97
5.2.1. Requisitos de admisión	97
5.2.2. Requisitos para matrícula	100
5.2.3. Requisitos de promoción por ciclo	100
5.2.4. Requisitos para el bachillerato y título profesional	100
5.3. Sistema de tutoría y consejería y asesoría de tesis	101
<b>VI. MARCO AUTOEVALUATIVO, EVALUATIVO Y DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>	<b>103</b>
6.1. La autoevaluación	104
6.2. La evaluación	104
6.2.1. Currículo	104
6.2.2. Asignatura	105
6.2.3. Docente	105
6.2.4. Estudiante	106
6.3. Sistema de supervisión y control	108
6.4. Definición y alcances de la supervisión y control	108
6.5. Áreas de supervisión	108
6.6. Definición y alcance de la evaluación	108
6.7. Niveles de evaluación	109
6.8. Unidad de ejecución	109
6.9. Proyección en el posgrado	109
<b>ANEXO</b>	<b>110</b>
<b>Manual para la elaboración del sílabo por competencias</b>	<b>111</b>

## PRESENTACIÓN

La formación profesional del comunicador social es una de las preocupaciones de la Universidad Nacional del Santa, por ello dentro del nuevo modelo de acreditación de la calidad en educación superior SINEACE 2016 y la ley universitaria 30220 se realizó la actualización del currículo de la Escuela de Comunicación Social con la participación de los docentes de especialidad, talleres con grupos de interés y trabajo de gabinete. El presente currículo de la Escuela Profesional de Comunicación Social es producto del trabajo de la Comisión de Reestructuración Curricular, las jornadas de trabajo de los estudiantes y egresados y el asesoramiento de docentes especialista de otras universidades del país; el que debe ser aplicado a partir del año académico 2018.

Después de siete años de aplicación del último currículo, aprobado por Resolución n.º 102-2010-CU-R-UNS, del 10 de marzo de 2010, e identificado los vacíos, limitaciones, logros y aciertos, se hace necesario la reestructuración de este, dentro del marco de los cambios generados por la nueva ley universitaria y en el orden de la información y la comunicación, del desarrollo de la ciencia, el avance de la tecnología y la modernización educativa; con la finalidad de mejorar el quehacer del comunicador social.

La formación del comunicador social en nuestra universidad se ha diversificado en diferentes áreas de la comunicación social, y en un contexto evidentemente cosmopolita, complejo y conflictivo, como el que vive la mayoría de las ciudades del país y del mundo, requiere actualizar la formación profesional de la comunicación social, con la finalidad de mejorar y ampliar el campo ocupacional de nuestros egresados. La vida social, política, cultural y las demandas crecientes de los diversos sectores de la población nacional y regional, nos plantea hoy en día nuevos campos en la formación del comunicador social, lo que nos obliga a reformular o reestructurar el currículo de la EP de Comunicación Social, acorde con los avances de la ciencia, la tecnología, la humanística y las necesidades comunicacionales de la región y del país.

Asimismo, los tiempos nuevos nos hacen replantear los fundamentos del currículo. Hoy, no solo se aprende en la escuela, sino más allá de ella. Hay otros espacios y oportunidades para desarrollar habilidades y capacidades. Existen recursos y sabidurías que no se aprovechan y que nos obligan a abrir las puertas de educación a estos y a otros aportes. Existe la necesidad de vincular estos con la formación del comunicador social.

El presente currículo se ha diseñado de acuerdo al esquema aprobado por el Consejo Universitario y de acuerdo al rubro 6 de los estándares de calidad para la acreditación de las facultades de educación del país, la Ley Universitaria y se caracteriza por ser:

- a) Currículo que promueve una formación integral del estudiante.
- b) Currículo que toma en cuenta la formación de profesionales con alto sentido ético, conocedores de las características del espacio público, de la interrelación entre sociedad civil y poder político y del manejo de los instrumentos, estrategias necesarios para contribuir a desarrollar la región y el país; así como promover la participación de la ciudadanía en forma activa y participativa.
- c) Currículo que toma en cuenta la relación entre teoría y práctica, la interdisciplinariedad, la interculturalidad, educación de géneros, los derechos humanos y saberes previos, adquiridos en la institución y fuera de ella.
- d) Currículo que privilegia el aprendizaje cooperativo y participativo; a la acción de los estudiantes y a la investigación científica.



- e) Currículo que reconoce al aprendizaje como construcción y reconstrucción cognitiva y afectiva que realiza el sujeto que aprende.
- f) Currículo que reconoce la necesidad de vincularse con la comunidad y con el mundo del trabajo y la producción.
- g) Currículo que consideran una adecuada distribución del tiempo y el espacio, con la finalidad de garantizar la formación integral de los estudiantes, tomando en cuenta las necesidades de estos.
- h) Currículo que considera la relevancia del rol del docente como generador de un clima afectivo que sea capaz de compartir, fundamentar y facilitar la comunicación entre el conocimiento y el estudiante.
- i) Currículo flexible y semestral.

El presente documento curricular contiene los siguientes componentes del diseño curricular:

- a) **Marco situacional:** En el que se caracteriza la situación geográfica, demográfica, económica, social, cultural y educativa universitaria en la localidad, la región y el país; así como la demanda de la profesión a nivel regional, nacional y mundial. Asimismo, se considera la influencia del avance científico, tecnológico y el desarrollo económico en la carrera profesional, en los docentes, recursos materiales e infraestructura con que se cuenta para garantizar la formación profesional.
- b) **Marco conceptual :** En el que se considera las misiones y visiones de la universidad, de la facultad y la escuela; así como la descripción de la imagen del hombre, modelo de sociedad y las concepciones pedagógicas de educación, competencia, aprendizaje, enseñanza, currículo y los roles del docente y estudiante.
- c) **Marco teleológico:** En el que se considera las características y exigencias particulares de los postulantes que ingresan a la carrera profesional y el perfil profesional.
- d) **Marco estructural:** En esta parte se describe el plan de experiencias curriculares, la distribución de los créditos por áreas y subáreas y departamentos académicos; así como el plan de asignaturas y la descripción de cada una de las asignaturas del plan.
- e) **Marco administrativo y normativo:** En esta parte se establece, entre otros, los requisitos de admisión del postulante a la escuela, de la matrícula y de promoción; así como los requisitos para optar el grado académico de bachiller y el título profesional. Se considera, asimismo, los principios, fundamentos, áreas de atención y la operatividad de tutoría, consejería y asesoría de tesis.
- f) **Marco evaluativo y de proyección:** En esta sección se considera sobre la evaluación, tanto del currículo, asignatura, docente, estudiante y la carrera profesional. Asimismo se considera las áreas y los alcances de la supervisión del currículo; como también la proyección de la investigación y la proyección del postgrado.

El presente currículo es el esfuerzo y dedicación de los docentes de la comisión de Reestructuración Curricular de la EP de Comunicación Social de la Facultad de Educación y Humanidades que participaron en las diferentes reuniones de trabajo que se organizaron para tal fin.

# I MARCO SITUACIONAL



## **1.1. SITUACIÓN GEOGRÁFICA Y DEMOGRÁFICA DE LA PROVINCIA DEL SANTA Y LA REGIÓN ANCASH**

La ciudad de Chimbote es capital de la provincia del Santa y pertenece a la Sub región Pacífico – Región Ancash.

La región Ancash se encuentra ubicada en la parte central del país. La costa se caracteriza por tener un relieve llano, surcado por ríos que desembocan en el Océano Pacífico, dando origen a los valles donde se asientan centros poblados de importancia como: Chimbote, Santa, Casma, Huarney.

La sierra constituye la mayor parte de la superficie regional y se caracteriza por su relieve accidentado, identificándose las cordilleras Negra y Blanca, que corren paralelas y forman el conocido "Callejón de Huaylas". También está la presencia del Callejón de Conchucos.

La Región Ancash se divide en 5 sub regiones, que son:

- a) El Pacífico (sede Chimbote)
- b) Callejón de Huaylas Norte (sede Caraz)
- c) Callejón de Huaylas Sur (sede Chiquián)
- d) Callejón de Conchucos Norte (sede Pomabamba)
- e) Callejón de Conchucos sur (sede Huari)

La superficie regional total es de 42 297 km<sup>2</sup> que constituye el 3.3 % de la superficie del país (3 285 216 km<sup>2</sup>), y la superficie de la Subregión el Pacífico es de 12 276 Km<sup>2</sup>, que representa el 34,2% de la superficie total del departamento de Ancash.

A nivel de sus cuatro provincias, la que cuenta con mayor área territorial es la provincia del Santa con el 32,6 % donde la superficie del distrito de Chimbote es de 1461.44 Km<sup>2</sup>, seguida de la provincia de Huarney con el 31,8 %; mientras que Casma y Pallasca disponen del 18,4 % y el 17,1 % respectivamente.

De sus veintinueve distritos, los de mayor superficie son Huarney con 2899,6 Km<sup>2</sup> ; mientras que los de menor superficie son Llapo y Coishco con 28,7 Km<sup>2</sup> y 9,2 Km<sup>2</sup> respectivamente.

Las vías de comunicación en la región Ancash son: marítima, aérea y terrestre. Se cuenta con tres puertos: Chimbote, Casma y Huarney, siendo el primero de alto potencial pesquero.

Según el Instituto Nacional de Estadística, la población censada de la región Ancash, en el Censo de Población y V de vivienda de 2017, fue de 1 millón 83 mil 519 habitantes, que representa el 4,0 % de la población del país. Entre los censos de 1981 y 1993, es decir después de 12 años, la población de esta región se incrementó en 114 403 habitantes, lo que equivalió a 9 534 personas por año, es decir un crecimiento de 13,5 % respecto a la población de 1981, que fue de 845 509 habitantes. La tasa de crecimiento poblacional de la región Ancash fue de 1,1%, inferior al promedio anual del país que fue de 2,2 %. En relación con otros departamentos del país, Ancash es el décimo más poblado.

La densidad poblacional de la región Ancash en 1993, fue de 23.6 habitantes por kilómetro cuadrado, ocupando el sexto lugar a nivel nacional.

La población censada en los poblados urbanos de la Región Ancash en 1993, fue de 541 473 habitantes, que representó el 56.4 %, y la población de los centros poblados rurales fue de 418 439 personas, que significó el 43.6 % del total.

La provincia con mayor población de la Región Ancash es Santa - en 1993 (333 795 habitantes

que equivale al 34,8 % del total). La tasa de crecimiento de la Provincia del Santa fue de 1.6 %, menor que la de la Región. La provincia del Santa, según el censo de 1993, tuvo la más alta densidad poblacional de la región, con 83 habitantes por km<sup>2</sup>.

De los 169 distritos de la región Ancash, Chimbote es el distrito de mayor población. En 1993, la población de este distrito fue de 274 280 habitantes, que representó el 28,6 % de la población de la Región.

Según el censo de 1993, la población masculina fue de 472 639 que representa el 49, 2 % de la población total. La población femenina fue de 487 273, es decir el 50 % de la Región. En el área urbana, la población masculina que representó el 49, 4 % y la femenina el 50, 6 %. En el área rural, la población masculina fue 49 % y la femenina 51 %.

Según el censo de 2005, la población masculina fue el 49,8%, de los cuales, la mayor población (12,0 %) se centró en niños y adolescentes (de 10 a 14 años de edad), siguiéndole los de 5 a 9 años de edad, que representa el 11,2 % de la población masculina; la femenina, y los adolescentes y jóvenes ( de 15 a 19 años de edad), representa el 10,3 %; en cambio la población total de mujeres es el 50,2 % de la población total. Del 100 % de mujeres, la población mayor son las niñas y adolescentes de 10 a 14 años de edad, y en segundo lugar, niñas de 5 a 9 años de edad, que representa el 10,9 %.

Esta situación nos permite concluir que la mayor población en Ancash es la escolar.

La ciudad de Chimbote está localizada al noroeste de la región Ancash, Subregión Pacífico, a 422 kilómetros al norte de la ciudad de Lima. Chimbote está situado en la Costa o Chala, que comprende desde el litoral hasta los 500 metros sobre el nivel del mar. Su ubicación está en los 90° 5' de Latitud Sur 4 a 78° 35' de longitud Oeste del meridiano de Greenwich.

Chimbote limita por el norte con el distrito de Coishco y Santa, por el sur con el distrito de Nuevo Chimbote, por el este con Macate, y por el oeste con el Océano Pacífico.

El clima es de tipo desértico con pocas precipitaciones que se ajustan a los desiertos subtropicales. Su temperatura máxima es de 32° en el verano y la mínima de 14° en el invierno; la humedad relativa máxima es de 92 % y la mínima de 72%; presenta vientos de tipo constante todo el año, con velocidades de entre 24 y 30 Km/hora. Durante el invierno, neblinas de un espesor de 400 m. cubren el cielo, a solo 64 mm. de pluviómetro se precipitan en garúa y en sus pistas y arenales se dejan ver espejismos.

El río Lacramarca crece notablemente en el verano y desemboca al mar por el sur de la ciudad, nace en la hacienda Huasquil del distrito de Macate, en la peña de Huarón, cuyas aguas se quedan en el Monte Sarumo y en épocas de lluvias llegan con mucho caudal a Chimbote. Se observan lagunas en zonas de totorales al sur del distrito.

## **1.2. SITUACIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y CULTURAL DE LA REGIÓN Y EL PERÚ, EN RELACIÓN CON LA CARRERA PROFESIONAL**

La economía de la Región Ancash mantiene la tendencia agropecuaria, pesquera, industrial, minera y comercial, con cierto valor agregado. Por ello se le conoce como “La capital de la pesca y el acero”

En la última década, el empleo industrial en el Departamento de Ancash fue el 50 % de la PEA

ocupada, de los cuales el 60 % se centraba en la provincia del Santa, principalmente en Chimbote. El 52 % de la PEA ocupada ha sido atendido por la pequeña y mediana empresa. Esta situación, en estos últimos años, ha decaído hasta en un 18 %, principalmente por las continuas vedas en la pesca.

La economía de Chimbote gira principalmente en torno a la actividad pesquera extractiva industrial y básicamente exportadora de harina, conserva y aceite de pescado. Ligada a esta actividad, se desarrollan actividades de servicio astillero. Chimbote es también eje comercial de la zona. El mayor medio para el comercio exterior es el marítimo, mediante el cual exporta los productos agrícolas e industriales de los valles de los ríos Santa y Nepeña a sus socios en Europa, Norteamérica y Asia.

Por sus características, esta actividad pesquera es estacional, sometida a paralizaciones por las vedas, repercutiendo negativamente en el empleo, el ingreso y en toda actividad económica de Chimbote.

La ciudad de Chimbote, que ha crecido desde los años 60 a un ritmo muy acelerado, puede considerarse la ciudad más contaminada del país. La contaminación es causada por la industria pesquera, la siderúrgica y la basura.

En Chimbote se ubican cerca de 30 fábricas de harina y aceite de pescado que vierten a la bahía más de 1,3 millones de toneladas al año de agua de cola, más de 55 mil toneladas al año de sanguaza, y más de 3,4 toneladas al año de gases y polvos finos que hacen daño principalmente a las vías respiratorias y la vista. Los beneficios económicos no son reinvertidos en Chimbote, sino son derivados a Lima.

La siderúrgica vierte a la atmósfera varias veces al día enormes cantidades de humos, cargados de óxidos de otras sustancias que se extienden hasta el valle del río Santa.

La actividad agrícola en la provincia del Santa, que ocupa más del 50% de la población económicamente activa, se desarrolla sin criterio empresarial. Los cultivos predominantes son: algodón, maíz, arroz, caña de azúcar, hortalizas y espárragos.

La industria siderúrgica, metal mecánica e industria azucarera ocupan un lugar importante en la economía local.

Chimbote se caracterizó por su puerto pesquero, que a mediados de los 70 alcanzó la categoría de primero en el mundo, por su enorme movimiento económico y volúmenes de desembarco. Actualmente el Perú sigue siendo una de las mayores potencias del mundo.

Por el desordenado crecimiento de la ciudad y la deficiente administración municipal, la basura urbana recogida regularmente, no es dispuesta en lugares alejados y especiales.

En los últimos años hay un crecimiento de la actividad comercial, financiera, educativa, turística y transporte, por la baja en la actividad pesquera.

Según el documento Perú: Compendio Estadístico 2001, publicado por el INEI, los alumnos matriculados en el sistema educativo nacional, estatales y privados, según niveles y modalidades, en el año 2000 son:

Educación inicial (escolarizada) : 757 028; educación inicial (no escolarizada): 350 098.  
Educación primaria menores (escolarizada): 4 268 813; educación primaria adultos (escolarizada): 46 040; educación primaria adultos (no escolarizada) 8 941.  
Educación Secundaria menores (escolarizada): 2 333 004; educación secundaria adultos (escolarizada): 181 876; educación secundaria adultos (no escolarizada) : 40 369.  
Educación superior no universitaria: Formación magisterial 118 099; Educación tecnológica: 233 911; educación artística 7 773.  
Educación superior universitaria: 420 745

En el departamento de Ancash, los alumnos matriculados en educación inicial escolarizada estatal y no estatal fueron 32 382; en educación primaria escolarizada estatal y no estatal 190 892; en educación secundaria: 89 838; en educación superior no universitaria 13 241, de los cuales en formación magisterial: 6 077 matriculados, en educación tecnológica: 6 894, y en educación artística 270.

En este mismo departamento, en el año 2000 hubo 801 centros educativos de educación inicial; de educación primaria menores 1770 centros educativos, en educación secundaria menores 434 centros educativos.

### **1.3. SITUACIÓN EDUCATIVA UNIVERSITARIA EN EL PERÚ Y LA REGIÓN EN RELACIÓN CON LA CARRERA PROFESIONAL.**

La educación superior universitaria se inicia en el Perú con la creación de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, por Real Cédula expedida por Don Carlos V, el 12 de mayo de 1551. Desde entonces el crecimiento de las instituciones universitarias ha sido irregular con períodos de estancamiento y otros de crecimiento acelerado (a partir de 1990).

El desarrollo de la educación superior, particularmente de estos últimos años, tienen como propósito principal el mejoramiento de la calidad de los procesos y productos de las funciones sustantivas de las instituciones de educación superior del Perú.

La formación del comunicador social a nivel universitario en el Perú está atravesando por una etapa de adaptación a los cambios sociales que le exige la transformación de la concepción del conocimiento y el avance de los medios tecnológicos. Unas universidades más que otras han emprendido su quehacer formativo en perspectiva de una acreditación que conlleva a desarrollar la calidad educativa. Tal como se viene reportando los logros de nuestro sistema educativo, exigen que las universidades efectúen, en sus Facultades de Comunicación, diversos análisis de esta realidad educativa que se engarce con el desarrollo social, pues, la educación cada día se va tornando en un eje principal de desarrollo en los países no desarrollados, y por lo tanto exige una mayor responsabilidad en su concretización.

La carencia de una política educativa nacional a largo plazo, como una meta social, aún no se ha concretado en el Perú. Esto determina un desligamiento de todos aquellos factores sociales, como el índice de empleo, la necesidad de profesionales en determinadas ramas, la investigación en campos específicos, etc. La formación del comunicador social en esas condiciones sólo responde a una situación coyuntural y no a una prioridad estratégica de desarrollo social.

En nuestra Región la formación del comunicador se imparte en tres universidades: Universidad Nacional del Santa, Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo de Huaraz y la Universidad César Vallejo filial Chimbote, además de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, a través de su Escuela de Formación a Distancia. La falta de mayor exigencia académica en las condiciones para egresar, sobre todo, por parte de los centros particulares, está ocasionando una sobrepoblación de profesionales de la comunicación.

El campo laboral para el comunicador social es restringido en Chimbote, se centraliza en el desempeño del periodismo en los medios de comunicación que existen en la ciudad. En los últimos años se ha incrementado el número de estaciones de televisión locales, sin embargo las condiciones de trabajo no son de las mejores, estas empresas no les ofrecen ni las condiciones de infraestructura y equipamiento para desempeñar sus funciones, ni remuneraciones dignas, determinando una desvaloración social de la carrera, situación que de manera directa o indirecta, repercute en la identificación con la formación profesional.

En cuanto al medio radial, la mayoría de espacios informativos son alquilados por los propios periodistas, como una forma de generarse empleo.

Tenemos tres medios impresos (La Industria, El Correo y El Diario de Chimbote) que son empresas periodísticas que tampoco otorgan remuneraciones acorde con el desempeño profesional de los comunicadores.

Cada día y en mayor escala se está copando las plazas de relacionistas públicos de las diferentes instituciones nacionales y privadas de la ciudad.

En la actualidad, Chimbote cuenta con cuatro universidades: La Universidad Nacional del Santa, Universidad Privada “San Pedro” y la Universidad Los Ángeles de Chimbote, además de contar con una filial de la Universidad Privada “César Vallejo” de Trujillo.

### **Modelo educativo**

El Modelo Educativo de la UNS tiene por finalidad orientar la labor pedagógica en la universidad el cual es producto de diversos aportes de la vida universitaria santeña, tanto al interno de la Universidad como en diversos escenarios de capacitación y perfeccionamiento de su plana docente; así como en los talleres con fines de elaboración y discusión del presente modelo educativo. Este modelo, como indica el término, guiará, conducirá, en el marco de la calidad y la internacionalización, como una organización sólida, la formación integral de los futuros profesionales de las carreras de las tres facultades de la Universidad.

El presente Modelo Educativo basado en competencias es una expresión de la filosofía de la Universidad Nacional del Santa que tiene como Misión la formación integral de los estudiantes, lo cual le imprime un sentido a la educación como proceso de construcción del conocimiento en forma permanente y de desarrollo de competencias, que habilitan al profesional para actuar como factor de progreso y de cambio social.

Asimismo, la responsabilidad social universitaria emerge como nuevo pacto social para la universidad es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones. La responsabilidad social universitaria es fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Compromete a toda la comunidad universitaria.

La tutoría, entendida como el doble problema de las relaciones entre teoría y la práctica, por un lado, y el de la relación entre educación y sociedad, por otro es un proceso de acompañamiento de tipo personal y académico para mejorar el rendimiento académico, solucionar problemas académicos, desarrollar hábitos de estudios, trabajo, reflexión y convivencia social.

## COMPETENCIAS GENÉRICAS

Nº	CATEGORIA	COMPETENCIA DE LA UNS Y CARRERA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
01	APRENDER A APRENDER	Reflexiona sobre cómo que se aprende y actúa con la finalidad de autorregular su propio proceso de aprendizaje mediante el uso de estrategias flexibles y apropiadas que se transfieren y adaptan a nuevas situaciones.
02	ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	Actúa con ética y responsabilidad social, reconociendo, valorando y respetando la diferencias, la diversidad ambiental, la autonomía y la dignidad de los demás.
03	TRABAJO COOPERATIVO Y COLABORATIVO	Trabaja en equipos disciplinarios y multidisciplinarios gestionando el aprendizaje de modo cooperativo y colaborativo.
04	INVESTIGACIÓN	Investiga de manera reflexiva, crítica y creativa presentando sus resultados redactado con el lenguaje científico.
05	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	Resuelve problemas académicos y de la vida cotidiana aplicando el razonamiento lógico matemático
06	COMUNICACIÓN	Comunica en forma adecuada, clara, coherente y consistente sus ideas y sentimientos usando un lenguaje formal, tanto oral como escrito.
07	EMPRENDIMIENTO	Creativo e innovador para la creación de empresa relacionada con su carrera; demostrando liderazgo y gestión en el desarrollo de proyectos empresariales; así como en la planeación, organización, dirección y control de los procesos administrativos con el fin de conseguir el efectivo funcionamiento de la empresa que impulse su autodesarrollo como generador de nuevas fuentes de trabajo para la región y el país
08	USO DE LAS TICS. EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Usa adecuadamente las tecnologías, incluyendo tanto los ordenadores como los diferentes programas e Internet que permiten y posibilitan la búsqueda, el acceso, la organización y la utilización de la información con el fin de construir conocimiento.
09	CONFIANZA EN SIMISMO	Demuestra una visión positiva de sí mismo, realizando con éxito sus tareas, basados con el enfoque adecuado para resolver problemas, y emprender nuevos retos con una actitud de confianza en sus propias posibilidades, decisiones o puntos de vista, y convencido de que el éxito depende de él.
10	INTERACCIÓN SOCIAL	Se relaciona interpersonal y socialmente en forma positiva en contextos socioculturales diversos.

### **Historia del Programa de estudios:**

El programa de estudios se fue organizando con la implementación de la comisión organizadora que presidía el Dr. Juan Cisneros Navarrete, el que manifiesta encontrar una realidad educativa regional de profesionales que ejercían la comunicación social (periodismo) sin título profesional. Esta realidad motivó la puesta en funcionamiento de la escuela profesional de Comunicación Social, con mención en periodismo, con el único fin de contribuir en el mejoramiento de la calidad de los profesionales de la comunicación. Luego en el año 2010 se reestructura el currículo y se elimina la mención de periodismo para formar profesionales capacitados en diversas áreas de la comunicación. Al transcurrir 26 años de funcionamiento nos encontramos amparados con la nueva ley universitaria n° 30220, que dispuso en una primera jornada el licenciamiento, de manera que culminada esta etapa se está dando paso a las disposiciones del SINEACE que está impulsando el cumplimiento de mejoras con fines de acreditación.

En la actualidad la autoridad responsable de la conducción del programa de estudios es el Lic. James Godoy Solís.

La Resolución Rectoral n.° 031-91-UNS-R del 11 de febrero de 1991 que autoriza el funcionamiento de la facultad de Educación y Humanidades, con las escuelas académicas profesionales de Educación Inicial, Primaria y Secundaria (Física y Matemática; Lengua Española y Literatura; Filosofía, Psicología y Ciencias Sociales; Biología y Química, Historia y Geografía)

El programa de estudios en el semestre 2017 – II cuenta con 239 estudiantes, y durante su vigencia han egresado 26 promociones, otorga el grado de bachiller en Comunicación Social, y el título de Licenciado en Comunicación Social

### **1.4.IMPORTANCIA Y PERSPECTIVAS DE LA CARRERA PROFESIONAL EN LA REGIÓN Y EL PERÚ.**

El concepto de "comunicación" encierra muchas paradojas, desde la confusión que existe en su ubicación como "disciplina", "ciencia", "habilidad humana", o bien entre las nociones "comunicación" e "información". Estas imprecisiones han contribuido a que dicho campo se constituya de forma incierta y confusa, sin embargo desde su aparición en el campo académico, este ha buscado hacer del profesional en comunicación un actor útil en la sociedad.



A pesar de ello la comunicación aparece como un "todo" aplicable en la mayoría de los ámbitos sociales, de ahí que se deriven diversas aplicaciones y por lo tanto muchos profesionales cuyo objeto de estudio es la comunicación, como son el periodista, el publicista, el relacionista público, etc.

Es así como existen diversos currículos de escuelas y universidades de comunicación, cada una con sus propios objetivos e intereses específicos.

Uno de los problemas más arraigados es la idea de que la comunicación sólo comprende la prensa, radio y tv., es decir, los medios masivos que desde su aparición se presentaron como el campo auténtico y natural de los egresados de esta carrera.

La práctica comunicativa no es exclusiva de los medios masivos, como erróneamente se cree; fue el desarrollo histórico de dichos medios, el que desencadenó esta idea, debido a la expansión que se dio de la prensa, radio y televisión como industrias culturales durante los años 50 y 60.

Este panorama sentó las bases para que se creyera, con cierto fundamento, que el único campo de aplicación de la comunicación era el de los medios masivos, de tal forma que se consolidó como una de las mejores opciones para desarrollarse profesional y económicamente.

Con la aparición y el auge de las grandes industrias informativas, las escuelas que ofrecían la carrera también crecieron y los interesados en estudiarla aumentaron, así se convirtió en una "moda", y se conformó como una de las carreras más solicitadas, no importando la falta de precisión en el objeto de la comunicación, el "glamour" de los medios causó gran expectativa y atracción.

Esta idea aún predomina, por lo que actualmente tanto en el Perú como en América Latina existe la tendencia por entender a la Comunicación Social como el estudio de los fenómenos informativos de carácter electrónico, de tal forma que los medios masivos son el campo legitimado del ejercicio profesional de la comunicación. (Lopez Veneroni, 1991; p.18)

Ciencias de la comunicación, Ciencias de la Información, Periodismo y Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Social, Publicidad, Relaciones Públicas, Propaganda, Comunicación Organizacional, entre muchas otras denominaciones, muestran la gran variedad de vertientes que adoptan las carreras en donde la comunicación es su objeto de estudio, esto refleja que sus campos de aplicación son muchos, por lo que los planes y programas de estudios de las diferentes instituciones educativas que imparten esta carrera son "ambiguos", ya que no existe una precisión y unificación de criterios, son multifacéticos

De acuerdo a estas consideraciones, el campo académico de la comunicación se caracteriza por una desarticulación múltiple, cuyas consecuencias pueden resumirse en tres cuestiones: la investigación, la confrontación teoría-práctica, y por último la legitimación académica de la comunicación como disciplina autónoma, lo que la aísla en las ciencias sociales institucionales y operacionalmente (Fuentes, 1995; p.66)

El ritmo vertiginoso de nuestra época, las exigencias del entorno, los cambios de la sociedad (en todos los ámbitos social, económico, político, cultural, etc.) así como el surgimiento de las nuevas tecnologías, configuró realidades diferentes y cambiantes por lo que los cuadros profesionales y el desarrollo del campo de la comunicación es variable constantemente.

En tal sentido, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación pasan a ejercer un papel preponderante sobre la sociedad; crean nuevas formas de sociabilidad y formatean la sociedad mediática y digital.

En este proceso de profundos cambios, la universidad y con ella la realidad de las ciencias de la comunicación han ingresado en ese torbellino de grandes transformaciones.

Desde esta perspectiva la universidad, considerando la importancia fundamental que ejerce en la construcción de la sociedad, “No puede aislarse del mundo en el que vivimos hoy. Tiene que estar presente y actuar de manera que su enseñanza, su investigación y sus servicios de extensión respondan a las exigencias de los nuevos tiempos bajo la perspectiva de un enfrentamiento de los problemas de la estructura socio económica” El contexto de hoy nos enfrenta al gran desafío de construir nuevas formas de organización de producción, de trabajo, de política, de solidaridad, aprovechando de manera positiva el potencial que presentan las nuevas tecnologías, ya que “Estamos en una etapa de tránsito, de la era de masas a una nueva era de la información multimedia y en red (...) no estamos en la sociedad de los “mass media” sino en la sociedad de la información. Nuestro objeto de estudio, y nuestro referente para la formación profesional, trasciende ahora los mass media en todas las direcciones, desde la comunicación interpersonal, hasta la comunicación interactiva, “online”, por internet (Moragas Spá, M, 2000).

## **1.5. DEMANDA DE PROFESIÓN EN EL ESCENARIO REGIONAL, NACIONAL Y MUNDIAL**

En el contexto de una realidad en permanente evolución, el currículo de Comunicación Social interpreta y expresa las transformaciones que se vienen produciendo en los diversos ámbitos de la actividad humana, el avance acelerado de la ciencia, la tecnología y las perspectivas abiertas por la información, como parte del proceso de globalización mundial.

En el campo de las comunicaciones han surgido nuevos enfoques y estrategias propiciados por los avances tecnológicos, que demandan que la relación entre comunicación y sociedad sea propuesta en términos complementarios, dinámicos y creativos.

Vivimos en un mundo marcado, entre otros aspectos, por la tensión existentes entre la agudización de las prácticas globalizadoras y la consecuente redefinición de los procesos de identidad, la influencia de las nuevas tecnologías en los itinerarios cotidianos de la gente y la creciente dominación económica de los conglomerados transnacionales en los sectores de la información y de la comunicación.

La comunicación atraviesa todas las esferas de la vida, y por tanto, hemos de entenderla también como parte constitutiva de los procesos sociales y no sólo en su dimensión meramente instrumental.

El comunicador de hoy utiliza, principalmente, los medios de difusión masiva y también los

alternativos, para orientar e informar a la ciudadanía. Otro campo de práctica de lo comunicacional está en lo popular. Es decir, en torno a las formas de organización de los sectores populares y de resolución de sus necesidades. Lo popular es el espacio mediante el cual dichas clases se organizan, manifiestan y reproducen lo popular a fin de resolver sus necesidades laborales, culturales o sociales. Lo anterior se explica, a partir de que el Estado no puede ofrecer bienes y servicios suficientes para la satisfacción social y cultural de las clases, y tiene que aceptar de éstas, sus propias manifestaciones culturales y sus modelos de organizaciones sociales.

Es ahí donde el comunicador de lo ciudadano emerge y empieza a ser demandado, para la producción de materiales de difusión, propaganda, y de la mercadotecnia social. Los espacios profesionales en que se ubica son múltiples, como diversas son las necesidades del rescate de lo ciudadano. Desde lo urbano, al interior de las organizaciones de barrio, en las medianas y grandes ciudades, para materializar la capacidad de gestión de los propios ciudadanos en la resolución de los pequeños grandes problemas de servicios públicos, en las más de las veces estrechamente ligados a la tarea de la administración municipal.

La década de los 90 y su explosión tecnológica, junto con su impacto en lo comunicacional, implicó para el comunicador la necesidad de generar productos comunicativos a partir de la concepción del fenómeno, desde distintas perspectivas disciplinares. Con ello, la reflexión y la labor comunicacional se volvió más integral, holística y flexible.

Con ello, la profesión de comunicador implica, por una parte, un permanente diálogo con las necesidades y requerimientos laborales de la sociedad, manifestada mediante los procesos de la producción social de la comunicación. Sin que por ello deje de prestar atención a la emergencia de los fenómenos sociales, económicos y políticos que tienen lugar, de forma continua. Por otra parte, la continua saturación y el abordaje de otras profesiones a los tradicionales campos del comunicador, le plantean la necesidad de revisar, principalmente desde las universidades, la conveniencia de seguir anclados a un solo perfil del comunicador.

En las actuales circunstancias que se vive en el Perú, también corresponde a la comunicación influir de manera destacada en el desarrollo económico, social, y cultural del país, tomar parte del proceso de perfeccionamiento empresarial y la masividad de la cultura, como elemento clave en la cohesión, la movilización, la participación de los públicos inmersos en dichos procesos.

El graduado de la EP. Comunicación Social de la UNS debe trabajar por un enfoque más eficiente de la dimensión comunicativa en los complejos procesos de transformación de la realidad; en el fortalecimiento de la identidad nacional, regional y el aumento de la participación de las personas en la toma de decisiones y ejecución de acciones en la vida cotidiana.

Al comunicador se le concibe como un profesional de la comunicación dotado de amplia base política e ideológica, teórico-metodológica y cultural, que realiza tareas dirigidas al perfeccionamiento de los procesos de comunicación interna y externa en los organismos del estado, empresas, instituciones y organizaciones políticas, de masas y sociales, a fin de contribuir al logro de sus objetivos en la búsqueda de la eficiencia económica; la adecuada vinculación con la sociedad sobre bases éticas que aseguren la conservación y enriquecimiento de nuestro patrimonio social y cultural; la educación y orientación comunitaria y ambientalista de la población, para el fortalecimiento de la identidad y los valores de la cultura nacional.

Esta situación nos permite abrir nuevos caminos, con alternativas pedagógicas innovadoras, que posibiliten potenciar las capacidades propias del saber, el saber hacer, el saber ser y el saber convivir de la persona, para un desempeño creativo, crítico y transformador de su comunidad, región y país.

Actualmente, en los países del primer mundo, el conocimiento científico y tecnológico se ha convertido en un factor indispensable para crear condiciones de competitividad transnacional, para seguir dominando y abriendo mercados en los demás países del mundo. Esta situación debe hacer que la preparación de los ciudadanos de un país se constituya en una meta social y económica fundamental. El conocimiento, como instrumento principal del progreso humano, ha sobrepasado en importancia a factores como: los recursos naturales o la posición geográfica, y ha cambiado, en algunos países, las formas de producción de bienes, la organización del trabajo y la distribución de la riqueza.

Frente a las demandas de la vida actual, el Perú presenta peculiares características como país multiétnico, multilingüe y pluricultural. Esta vasta realidad social y cultural, asumida como desafío y posibilidad, debe propiciar que la educación considere estas condiciones como ventajas frente a los retos de la globalización. Asimismo, este escenario exige una pedagogía que postule como principio fundamental de la acción educativa la realización del hombre como persona y como ciudadano, comprendiendo en ello, el desarrollo de las competencias que aseguren la permanencia y aplicación de los contenidos científicos, tecnológicos, culturales y experiencias sociales, en la construcción de su proyecto de vida personal, social, laboral y la de un ciudadano.

Ante esta realidad, la Universidad Nacional del Santa debe iniciar el proceso de modernización educativa que define e innova planteamientos teóricos y metodológicos, orientándolos a una gestión y práctica educativa, acorde a las necesidades del desarrollo económico, cultural y social del país.

#### **1.6. INFLUENCIA DEL AVANCE CIENTÍFICO, TECNOLÓGICO Y ECONÓMICO DEL MOMENTO ACTUAL EN LA CARRERA PROFESIONAL Y SU PROYECCIÓN A NIVEL NACIONAL Y MUNDIAL**

En una sociedad como la actual, afectada cada vez más por los adelantos de la ciencia y la tecnología, concebimos la educación como factor fundamental para el progreso y desarrollo.

A lo largo de la historia hemos observado que la evolución del conocimiento ha producido notables repercusiones sobre la vida social e individual. Además de sorprendernos con explicaciones nuevas de fenómenos naturales y sociales e innovadora aplicaciones industriales y cotidianas, ha cambiado nuestras formas de ser, sentir, actuar, pensar e imaginar.

Hoy, nos encontramos nuevamente en un giro apasionante de la historia: se transforma y crece el conocimiento y cambia la sociedad. Transformación, innovación y evolución, cada vez más veloces, son características de nuestra época. Hoy como resultado de avances en la electrónica vivimos la llamada sociedad del conocimiento y la información. Observamos cambios paradigmáticos y culturales consecuentes en nuestra civilización, que pensadores de diversas disciplinas como la sociología, la prospectiva o la gestión empresarial, caracterizan como el advenimiento de la sociedad postindustrial, como afirma Daniel Bell.

Hoy el conocimiento se constituye en la principal fuente de riqueza de una sociedad; origen del valor que agregamos en la producción de satisfactores, bienes y servicios. El personal empleado en los años 40 y los 50 básicamente se ocupaba de hacer, transportar y supervisar. Hoy esas tareas se reducen y se transforman en tareas de menor esfuerzo físico dando prioridad al trabajo intelectual. Los trabajadores de la actualidad y hacia el futuro se valoran por sus saberes y competencias, por el valor agregado que son capaces de generar, por su potencial y calificación.

Las empresas buscan estructurar ventajas de productividad y competitividad basada en el potencial creativo del activo humano, su esfuerzo se condensa en hacer productivo el conocimiento. Pasamos así de un viejo paradigma de producción, masiva fragmentada, fija y supervisada, a un paradigma de alto rendimiento basado en saberes, competencias y actitudes nuevas, de responsabilidad, colaboración, flexibilidad y superación permanente, condicionado por competencia del mercado mundial.

En muchos países desarrollados y en desarrollo, en estos últimos años se ha incrementado significativamente, las distintas modalidades de participación entre el sector productivo y las instituciones educativas, conformando en la actualidad una nueva área de la administración educativa, reconocida por investigadores y académicos. Diversos factores han influido en el cambio de ritmo de esta colaboración destacando, por un lado, el imperativo del sector productivo de aumentar su productividad y, por otro, la necesidad de que el sector educativo sea pertinente en la formación de técnicos, profesionistas e investigadores acordes con estos requerimientos, aunado a la exigencia de aumentar y diversificar las fuentes de financiamiento.

El sector educativo y el sector productivo deberían estar insertos en la misma realidad nacional, teniendo ambos diferentes responsabilidades ante ella. Al primero corresponde la formación de profesionales preparados para su incorporación al sector productivo; este, a su vez, tiene el compromiso de utilizar eficientemente a dichos profesionales y de generar a través de ellos la riqueza que requiere el país. Frente a esta realidad, el sector educativo debe tener el compromiso de sensibilizar a sus egresados para asumir el papel como futuros líderes y así mejorar los sistemas productivos.

Se considera tres grandes estrategias para el logro del objetivo: el fortalecimiento de la vinculación con el sector productivo, social y educativo; el aseguramiento de la calidad educativa y la excelencia académica, la evaluación sistemática del desempeño y de los resultados institucionales.

En la medida en que la interacción entre el sector educativo y productivo sea dinámica y permanente, permitirá en forma conjunta contribuir al logro de los objetivos nacionales de empleo, competitividad y desarrollo regional; pero lamentablemente esto no sucede en nuestro país, ni por uno ni por otro lado. Las empresas desconfían de las universidades, y estas, no se acercan a las primeras.

Para impulsar la relación entre conocimiento e investigación científica, por un lado, y el desarrollo tecnológico por otro, es indispensable que la vinculación impulse la creación de conocimiento y fomenta su aplicación en el crecimiento industrial, es decir debemos vencer el reto de involucrar más a los diferentes sectores de la sociedad en el conocimiento de la ciencia y la tecnología y sus aplicaciones en el desarrollo.

Siendo los medios de comunicación un apéndice de las tecnologías de información y comunicación, ciertamente resultan afectados a partir de los cambios constantes y emergentes que se suceden con relación a las TIC. Inclusive desde la informática, la computación, y con la instauración de Internet, son diversos los aportes que se han hecho a los medios de comunicación, no sólo en cuanto al mejoramiento y optimización de sus particulares procesos de producción, sino en los modos de transmisión de sus mensajes, en la forma como se relacionan con el público y por supuesto, por tratarse también de organizaciones humanas, en su gestión gerencial estratégica, tanto interna como externa.

A medida que la sociedad avanza y las necesidades del hombre mutan, esta relación como hecho social, ha ido cambiando. En la actualidad se plantean situaciones nunca jamás pensadas poco tiempo atrás. El desarrollo de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones en los sistemas productivos han hecho posible el establecimiento de la relación laboral desde cualquier ubicación geográfica y para cualquier empresa”

De manera que nos encontramos con un mundo donde nuevas formas de producción y trabajo imperan, en donde se distingue el teletrabajo como solución laboral innovadora, y en el que, como lo expresan los autores Wachowicz y Rezende (2003:59), al citar a Castells: “Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza directa de producción, no solamente un elemento decisivo en el sistema productivo”. Esta proyección de una sociedad cada vez más globalizada y estandarizada en su modo de producir y generar trabajo debe ser objeto de estudio y análisis por parte de las universidades peruanas, y no tanto con la visión de competitividad que ha prevalecido en el sistema educativo, sino con una renovada orientación de los aprendizajes generadores de iniciativas novedosas de trabajo y desarrollo acorde a las necesidades reales de una nación. De tal modo que una nueva agenda tecnológica universitaria, debe estar atenta a las tendencias, exigencias y expectativas más inmediatas de cada región del país y del contexto mundial, asumiendo una fundamental articulación entre contenidos académicos y la realidad social, la cual reclama una intervención más directa y sinérgica; también significa promover el compromiso de una comunidad universitaria que estratégicamente comprende y aprovecha el potencial tecnológico en función de un bienestar social.

Se afirma que las tecnologías de información representan un aporte significativo en los procesos de producción, gestión y gerencia dentro de las organizaciones. Los medios de comunicación social, como factores de producción, no escapan a tales beneficios; pero además, sociólogos y comunicólogos aseguran que esta denominada revolución de la información logra cambios inclusive en las formas de comunicación social, tal como el hombre las conoce.

En la radio y la televisión han sido valiosos los avances en programas computarizados para la edición de imágenes y sonidos, así como la inclusión de sistemas cada día más especializados para lograr transmisiones a distancia en directo. Así, desde siempre la evolución de la tecnología ha sido también importante para mejorar la labor de los medios de comunicación. En el cine por su parte, ya se habla de dibujos animados elaborados totalmente a través de programas de computación y los efectos especiales son más accesibles. Además, todos estos avances, aunque resulten costosos al inicio, han logrado en cada medio de comunicación el abaratamiento de los procesos tanto de producción como de transmisión de sus mensajes.

Hoy las nuevas tecnologías de información y comunicación hacen mayores aportes a la prensa porque además de todos los avances señalados, permiten también la obtención de información

de manera más rápida, directa y precisa sobre los acontecimientos. Igualmente, las capacidades de almacenamiento que existen hoy aumentan las posibilidades de archivo y manejo de información a los profesionales de la prensa. Además existen nuevos canales para la obtención de información desde la fuente (el teléfono móvil y el correo electrónico han permitido ganar tiempo en numerosas oportunidades)

Así, no puede negarse que las tecnologías de información y comunicación, en constante progreso, han significado la evolución misma de los medios de comunicación en cuanto a sus procesos. Pero hay más, la era de la computación, la informática e Internet, abre a los medios de comunicación un sinfín de nuevas oportunidades de trabajo, nuevas áreas de acción y nuevos mercados, por lo que los futuros profesionales en comunicación social deberán estar preparados de estos avances de la ciencia y tecnología comunicacional e informática.

Los comunicadores sociales -y con ellos los medios- por tanto, deben reivindicar su deber y compromiso como orientadores, formadores, instructores, guías y constructores de civilizaciones. Tienen en sus manos la oportunidad de asumir el desafío de realmente "globalizar" la información y el conocimiento, para que todos esos beneficios que enmarca esta nueva etapa de la historia humana realmente logren llegar a las grandes mayorías del planeta.

## **1.7. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURA CON QUE CUENTA PARA GARANTIZAR LA**

### **FORMACIÓN PROFESIONAL**

#### **7.1. MEDIOS Y MATERIALES EDUCATIVOS:**

A parte de los equipos de los laboratorios, se cuenta con los siguientes medios y materiales.

**Medios audiovisuales:** Los medios educativos con que cuenta la escuela de Comunicación Social son: 4 aulas multimedia, 4 laboratorios para cursos de especialidad y un laboratorio de cómputo.

**Materiales impresos:** La Escuela cuenta con una Biblioteca especializada que funciona dentro de la Facultad (libros, revistas tesis y monografías),

#### **7.2. INFRAESTRUCTURA:**

La Universidad Nacional de Santa cuenta con una ciudad universitaria, cuya área es de 24 hectáreas donde funciona la parte académica y centros de prestaciones de servicio y de producción. Cuenta además con un edificio de 4 niveles donde funcionan las oficinas administrativas. Se cuenta con un edificio para las Oficinas Administrativas, para el Centro de Idiomas y laboratorios para la Escuela Profesional de Biología en Acuicultura.

La Escuela de Comunicación Social cuenta con un moderno edificio y cuyo proyecto es contar con laboratorios totalmente equipados. Allí funcionan las áreas académica (aulas y talleres) y administrativa (Dirección de escuela, oficinas, sala de profesores y cubículos para docentes).

La Facultad de Educación y Humanidades cuenta con un edificio de cuatro plantas donde funciona la parte académica y administrativa de la Facultad.

En el primer nivel funciona la Decanatura, las direcciones de las escuelas profesionales de Educación Inicial y Educación Secundaria, la Dirección del Centro Educativo Experimental, los auditorios de la Facultad, un aula del centro educativo experimental y un ambiente de los servicios higiénicos.



En el segundo nivel funciona cinco aulas, tanto del centro experimental como de la Facultad, la biblioteca, un ambiente de INTERNET, un ambiente donde funciona los departamentos académicos de Educación y Cultura y Humanidades y Ciencias Sociales, un ambiente donde funciona el Programa de Segunda Especialidad en Educación Inclusiva y un ambiente de los servicios higiénicos.

En el tercer nivel funcionan cinco aulas, tanto del centro educativo experimental como de la Facultad, cubículos de los docentes de la Facultad y un ambiente de los servicios higiénicos.

En el cuarto nivel funcionan cuatro aulas del centro educativo experimental y cubículos de los docentes de la Facultad.

Además cuenta con aulas en el pool de cinco plantas donde se desarrollan las clases la mayoría de los estudiantes de la Facultad de Educación y Humanidades. En este edificio, bloque "B", funciona la dirección de la escuela profesional de Educación Primaria.

La Facultad de Educación y Humanidades cuenta con dos centros de servicios educativos que generan ingresos propios: El Centro Educativo Experimental y Centro de Idiomas.

El Centro Educativo Experimental funciona momentáneamente en el edificio de la Facultad de Educación y Humanidades.

El Centro de Idiomas funciona independientemente en uno de los ambientes de la ciudad universitaria, cuya infraestructura es de dos niveles donde se encuentran las aulas, laboratorio y la oficina de la Dirección de dicho centro.

La Universidad cuenta con los siguientes laboratorios:

**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES:**

Laboratorio de Fotografía  
Laboratorio de Radio  
Laboratorio de Televisión  
Laboratorio de Diseño Gráfico

**FACULTAD DE INGENIERÍA:**

Laboratorio de Energía Renovables  
Laboratorio de Física  
Laboratorio de Termofluidos  
Laboratorio de Procesos Térmicos  
Laboratorio de Máquinas Térmicas  
Laboratorio de Electricidad  
Laboratorio de Electrónica  
Laboratorio de Mecánica de Suelos  
Laboratorio de Química General  
Laboratorio de Química Orgánica  
Laboratorio Físico Químico

Laboratorio de Química Analítica  
Laboratorio de Microbiología  
Laboratorio de Composición de Productos Agroindustriales  
Laboratorio de Control de Calidad y Eval. Sensor

**FACULTAD DE CIENCIAS:**

Laboratorio de Genética y Especies Auxiliares  
Laboratorio de Microbiología y Bioquímica  
Laboratorio de Botánica, Acuática y Maricultura  
Laboratorio de Ecología y Biología  
Laboratorio especializado de Nutrición  
Laboratorio especializado de Evaluación de Recursos Acuáticos  
Laboratorio especializado de Fisiología  
Laboratorio especializado de Anatomía y Fisiología  
Laboratorio especializado de Farmacología  
Laboratorio especializado de Enfermería

**1.8. PLANA DOCENTE**

La Facultad de Educación y Humanidades, a la fecha, cuenta con dos departamentos académicos: Educación y Cultura y Humanidades y Ciencias Sociales.

**Departamento Académico de Educación y Cultura :**

Este departamento académico cuenta con un total de 19 docentes nombrados, de los cuales 06 son principales, 07 Asociados y 06 Auxiliares. Además cuenta con 13 profesores contratados.

De los profesores nombrados, 14 cuentan con grado académico de maestría en Educación; 03 con estudios concluidos de maestría en Educación. Una con estudios concluidos en maestría en Comunicación y 03 docentes con grado de doctor en Educación.

**Departamento Académico de Humanidades y Ciencias Sociales:**

Este departamento académico cuenta con un total de 15 docentes nombrados, de los cuales 04 son principales, 08 Asociados y 03 Auxiliares. Además cuenta con 04 profesores contratados.

De los profesores nombrados, 10 cuentan con grado académico de maestría en educación. Asimismo, cuenta con 02 docentes con grado de doctor en educación

**FUNDAMENTOS LEGALES:**

**Ley Universitaria N° 30220**

Artículo 40. Diseño curricular

Cada universidad determina el diseño curricular de cada especialidad en los niveles de enseñanza respectivos, de acuerdo a las necesidades nacionales y regionales que contribuyen al desarrollo del país.

Cada universidad determina en la estructura curricular el nivel de estudios de pregrado, la pertinencia y duración de las prácticas preprofesionales, de acuerdo a sus especialidades. El currículo se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos.

Los estudios de pregrado comprenden los estudios generales y los estudios específicos y de especialidad. Tienen una duración mínima de cinco años. Se realizan un máximo de dos semestres académicos por año.

#### Artículo 41. Estudios generales de pregrado

Los estudios generales son obligatorios. Tienen una duración no menor de treinta y cinco (35) créditos. Deben estar dirigidos a la formación integral de los estudiantes.

#### Artículo 42. Estudios específicos y de especialidad

Señala respecto a los estudios específicos y de especialidad de pregrado: son los estudios que proporcionan los conocimientos propios de la profesión y especialidad correspondiente. El periodo de estudios debe tener una duración no menor de ciento sesenta y cinco (165) créditos.

#### Artículo 48. Investigación

La investigación constituye una función esencial y obligatoria de la universidad, que la fomenta y realiza, respondiendo a través de la producción de conocimiento y desarrollo de tecnologías a las necesidades de la sociedad, con especial énfasis en la realidad nacional. Los docentes, estudiantes y graduados participan en la actividad investigadora en su propia institución o en redes de investigación nacional o internacional, creadas por las instituciones universitarias públicas o privadas.

#### Artículo 124. Responsabilidad social universitaria.

La responsabilidad social universitaria es la gestión ética y eficaz del impacto generado por la universidad en la sociedad debido al ejercicio de sus funciones: académica, de investigación y de servicios de extensión y participación en el desarrollo nacional en sus diferentes niveles y dimensiones; incluye la gestión del impacto producido por las relaciones entre los miembros de la comunidad universitaria, sobre el ambiente, y sobre otras organizaciones públicas y privadas que se constituyen en partes interesadas. La responsabilidad social universitaria es fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad. Compromete a toda la comunidad universitaria.

#### Artículo 125. Medios de promoción de la responsabilidad social universitaria

Cada universidad promueve la implementación de la responsabilidad social y reconoce los esfuerzos de las instancias y los miembros de la comunidad universitaria para este propósito; teniendo un mínimo de inversión de 2 % de su presupuesto en esta materia y establecen los mecanismos que incentiven su desarrollo mediante proyectos de responsabilidad social, la creación de fondos concursables para estos efectos. El proceso de acreditación universitaria hace suyo el enfoque de responsabilidad social y lo concretiza en los estándares de acreditación, en las dimensiones académicas, de investigación, de participación el desarrollo social y servicios de extensión, ambiental e institucional, respectivamente.

#### **Ley N° 28740, Ley del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa- SINEACE y su Reglamento, aprobado por D.S. 018-ED –2007**

De la Ley del SINEACE, se recoge la importancia de que toda institución superior, universitaria o no universitaria, pública o privada que forme profesionales de la educación será evaluada y acreditada, lo cual implica promover una cultura evaluativa y de calidad, así como establecer estándares y mecanismos idóneos de aseguramiento de la calidad del servicio educativo. Los estándares refieren las capacidades mínimas que se espera sean demostrables en el desempeño docente, su uso es un requisito necesario para que las instituciones formadoras de docentes orienten el cumplimiento de su misión y respondan a las expectativas que el Estado y la sociedad tienen sobre ellas.

### **1.9. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA DE VINCULACIÓN ENTRE LA EDUCACIÓN TECNOLÓGICA Y EL SECTOR PRODUCTIVO**

Desde la perspectiva del desarrollo, cada país parece depender en mayor medida de su capacidad para construir una relación interactiva y retroalimentadora entre ciencia, técnica y sector productivo. Por esta razón, toda estrategia de vinculación y colaboración entre la educación superior y el sector productivo debe partir, necesariamente, de una estrecha comunicación entre la investigación entre la investigación básica y aplicada, tomando en consideración sus vertientes de producción de conocimientos (investigación), transmisión académica (docencia), y difusión y extensión (actualización y educación continua). No debemos olvidar que las instituciones educativas son las responsables de organizar institucionalmente este proceso para crear un espacio adecuado de integración de necesidades y respuestas en materia de saber científico y sus aplicaciones tecnológicas.

Por lo que se refiere a la educación tecnológica, es de capital importancia que esta fomente el carácter innovador, infunda el sentido de diversidad a las soluciones, entrene la inteligencia para la creatividad, estimule la imaginación y eduque el espíritu crítico, además de dotar a los investigadores, profesionistas, técnicos, tecnólogos y especialistas, con el interés por conservar su mente abierta al cambio constante en la ciencia y la tecnología, en la búsqueda permanente del desarrollo humano considerado como su base de sustentación y fin último del verdadero desarrollo que propicie bienestar en los individuos y la sociedad.

El campo de los valores debe también constituir un eje central en nuestros esfuerzos de desarrollo científico y tecnológico. Como sabemos, tal desarrollo no puede ser pensado sin un ambiente en donde se promueva la estima por el saber; el respeto por la creatividad individual; el amor por la naturaleza y la sociedad; la curiosidad, la motivación y la ambición constructivas; el aprecio por la veracidad y el rigor del pensamiento, la educación permanente y el espíritu de trabajo grupal y de colaboración institucional.

En reciprocidad a los esfuerzos de la educación tecnológica, el sector productivo debe dotarse de una real capacidad para apoyar y sostener a grupos de investigadores científicos y tecnólogos de tiempo completo de cuyo trabajo no se espere ningún beneficio económico inmediato; así mismo, debe ser capaz de absorber sus resultados, es decir, que la economía sea capaz de utilizar los productos de la investigación científica, básica y aplicada.

A partir de las consideraciones anteriores y del análisis de los factores relacionados con la vinculación academia-sector productivo, es factible plantear una serie de propuestas organizadas en dos grandes grupos: el primero, referente a la necesidad de sistematizar en un conjunto coherente las distintas etapas que subyacen en la tarea de la vinculación; y el segundo, asociado con la necesidad de potenciar estas actividades mediante la creatividad y la innovación tecnológicas.

## **HACIA UN MODELO DE VINCULACIÓN ACADEMIA-SECTOR PRODUCTIVO**

En el proceso general de vinculación se pueden distinguir faces interrelacionadas entre sí, pero que constituyen ámbitos diferenciados de acción. Por ello, se propone la estructuración de un modelo que permita reorganizar estas actividades en cuatro etapas:

### **PLANEACIÓN**

Referida al análisis y detección de las necesidades de formación y al planteamiento de estrategias y políticas institucionales en los distintos ámbitos de investigación y extensión. Para ello, como principales actividades se deben realizar estudios de detección de necesidades por rama de la actividad productiva, así como prospectivos sobre el comportamiento de las variables económicas asociadas con la producción y el mercado ocupacional. Estos estudios constituyen insumos informativos que permitirán dar respuesta adecuada a los requerimientos del sector productivo, según sus condiciones y expectativas de productividad e innovación tecnológica, y a las exigencias del desarrollo sustentable que la sociedad plantea a sus sectores productivos.

### **CONCERTACIÓN**

El objetivo de la concertación es el de formalizar mediante convenios y acuerdos, distintos servicios en esquemas corresponsables a partir de las necesidades específicas de los sectores productivos. En esta etapa se considera la constitución de un Sistema Red de Vinculación alimentado por tres vertientes: los resultados de los estudios sectoriales; la identificación de un lenguaje común, en el que términos como proyectos, servicios y prácticas entre otros,

tengan una aceptación previamente acordada, que facilite y eficiente la relación; y la tercera, la recopilación de información para la creación de bases de datos en las que se documenten las experiencias de vinculación, y se conforme el catálogo de servicios externos que se proporcionen al sector productivo.

Este Sistema se debe sustentar en las ventajas de la tecnología de la información, tanto para su acceso, como para dar respuesta con calidad y oportunidad a los requerimientos de las distintas ramas del sector productivo, de manera que se logre la interacción equilibrada entre el sector y las capacidades e infraestructura institucional educativa.

## **OPERACIÓN**

Consistente en la ejecución de los proyectos y acciones derivados de los convenios y acuerdos de colaboración dirigidos al impulso, apoyo y fortalecimiento de actividades específicas, relativas tanto a la formación, actualización y especialización de los profesionistas, desarrollo de los proyectos de investigación científica y tecnológica, y la oferta de servicios externos, consultoría tecnológica y asistencia técnica, como a la participación del sector productivo en la determinación de una oferta de servicios educativos pertinentes, la actualización de los contenidos curriculares, la determinación de necesidades y el financiamiento del quehacer académico.

En esta etapa, las Instituciones Educativas (IES) deben tener presente que se requiere de flexibilidad en lo concerniente al acceso y distribución de los servicios de vinculación tomando en cuenta necesidades específicas de los diversos sectores productivos. Habrá que diversificar, en estos términos, los tipos y las modalidades de la vinculación, sin que ello signifique demeritar las alternativas, sino por el contrario, sostener un margen básico de calidad de los programas de vinculación que incremente su eficacia y pertinencia al responder a las condiciones sociales, económicas y tecnológicas del sector productivo.

## **SEGUIMIENTO Y EVALUACION**

En esta etapa están contenidos los elementos fundamentales para el logro de la calidad. Está conformada por las acciones mediante las cuales se verifica la eficiencia en el cumplimiento de los convenios, acuerdos y compromisos producto de la concertación entre los sectores, a la vez que permite retroalimentar permanentemente el modelo y el conjunto de los proyectos de vinculación.

El éxito de la interacción que se desarrolló entre la educación tecnológica y el sector productivo, dependerá de la manera en que se actúe en consecuencia con una filosofía radical de calidad, que nos lleve a pensar y hacer las cosas bien en todos los ámbitos de nuestra vida institucional.

La definición de parámetros y estándares permitirá disponer de referentes claros para que cada individuo y cada área institucional, académica y administrativa, pueda reconsiderar su propio trabajo, sus niveles de desempeño y sus formas, ritmos e intensidades en el cumplimiento cabal de sus responsabilidades.

Bajo el principio de que no se puede evaluar la calidad si no es mediante la medición de los resultados de cada uno de los elementos, las IES deben potenciar su quehacer académico con el propósito de alcanzar los niveles de excelencia educativa con base en la metrología y la normalización. Hacia el exterior, se debe impulsar esta metodología como mecanismo para lograr la productividad y la calidad que el sector productivo requiere para enfrentar los retos de

la competitividad.

De acuerdo con estos criterios y procedimientos será posible valorar y supervisar la manera en que tanto el sector educativo como el productivo logran sus resultados en la vinculación y el desarrollo tecnológico, teniendo como gran referente la prosperidad nacional y de su población.

## **CREATIVIDAD E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA**

Las acciones descritas en el primer grupo de propuestas permitirán que la vinculación con el sector productivo sea integral, flexible e interactiva, en tanto que se posibilita dar respuesta prácticamente de manera inmediata a sus requerimientos de corto plazo. Por lo que respecta a este segundo grupo de propuestas, se busca potenciar en el futuro la relación y el desempeño de los sectores involucrados, mediante dos áreas básicas:

## **INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA**

Para impulsar la relación entre conocimiento e investigación científica, por un lado, y el desarrollo tecnológico por otro, es indispensable que la vinculación impulse la creación de conocimiento y fomente su aplicación en el crecimiento industrial, es decir debemos vencer el reto de involucrar más a los diferentes sectores de la sociedad en el conocimiento de la ciencia y la tecnología y sus aplicaciones en el desarrollo.

El cambio tecnológico está marcado por los procesos de innovación para elevar la productividad. En la medida en que se fortalezca la capacidad tecnológica se podrán introducir los cambios que permitan enfrentar la nueva realidad económica mundial. Esta estrategia tiene que ver con una adecuada selección de la tecnología, y la adaptación y mejora de la misma.

El desarrollo tecnológico es un proceso de lenta maduración. No siempre es conveniente lanzarse a conseguirlo siguiendo los pasos de las naciones más desarrolladas. Para países como el nuestro lo más conveniente, en un primer momento, es continuar con la transferencia de tecnología. Un proyecto de atracción de tecnología correctamente planteado deberá considerar su adaptación al medio productivo nacional. Innovar sobre esa base representa un paso semejante al de la creación y el descubrimiento.

Una vez asimilada esta tecnología, será posible emplearla en procesos distintos a los originales, mediante la investigación no sólo de su operación, sino también de su diseño para, más tarde, poder modificarla sustancialmente, difundir los avances y desarrollar una oferta local de conocimientos tecnológicos. Sin duda, el primer eslabón de esta larga trayectoria es la vinculación entre los centros generadores de tecnología y las empresas. Esta transferencia deberá ser complementada con una correcta adaptación y con servicios de formación y especialización basados en una metodología que dé prioridad a la innovación y la creatividad.

Para crear prosperidad nacional e implantar el cambio estructural; se debe apoyar la investigación y la innovación, así como a los profesionistas, científicos e instituciones que hacen que este proceso sea posible. Las industrias basadas en el conocimiento se desarrollan y crean nuevos empleos mientras las industrias tradicionales pasan por un momento difícil, especialmente las atrapadas en la espiral de la racionalización y las reducciones de costo y mano de obra. Consideramos que el cambio tecnológico más importante será la rapidez con que se desarrolle y difunda la tecnología de la información a grandes sectores; esa poderosa reducción



en el precio relativo de un recurso tan vital como la información tendrá profundos efectos en el mercado laboral y la sociedad en general.

## **ECOLOGÍA Y DESARROLLO SUSTENTABLE**

Como compromiso estratégico deberá asumirse el reconocimiento, por parte de los sectores, de que las estrategias de investigación y desarrollo tecnológico busquen salvaguardar nuevos ecosistemas. Sin lugar a dudas, la vinculación deberá incorporar la dimensión ecológica del desarrollo con el propósito de potenciar la capacidad de consumo de los recursos naturales garantizando su preservación a futuro para las generaciones del porvenir.

Para ello es necesario impulsar proyectos bajo un enfoque multidisciplinario y una visión integral que permitan la optimización de los recursos existentes mediante la aplicación de los avances del conocimiento. En torno a estas propuestas generales para una estrategia nacional de vinculación, debemos reiterar nuestro convencimiento de que nuestra responsabilidad en la operación y el rediseño permanente de programas de vinculación, sólo será efectiva si tenemos la capacidad de instrumentar, con pertinencia y calidad, proyectos y acciones concretas entre los distintos sectores, así como evaluarlos por medio de las contrastación con referentes nacionales e internacionales, que permitan medir el grado de desempeño para retroalimentar la relación academia-sector productivo, a la vez que generar nuevas formas de corresponsabilidad entre los actores comprometidos con el desarrollo del país.

Para finalizar cabe expresar nuestro propósito institucional para reflexionar sobre tres vertientes: la teórica, que nos ayuda a esclarecer problemas, necesidades y alternativas de acción en el sector de la educación superior; la de un intercambio, con organismos pares y centros de producción de satisfactores a efecto de dialogar y compartir experiencias; y la vinculación misma, como forma de definir estrategias, responsabilidades comunes y cursos de acción congruentes, que propicien efectos favorables al interés social y al desarrollo nacional.

# **II**

# **MARCO**

# **CONCEPTUAL**

La estructura curricular debe inscribirse en el marco de la modernización educativa, que tomando los aportes de los nuevos enfoques pedagógicos, se oriente a modificar y mejorar el que hacer educativo. Estos enfoques deben recoger los aportes de la Psicología Cognitiva, los aportes de las teorías pedagógicas, transformando a los futuros docentes en personas responsables y reales autores de su propia historia de vida individual y social.

La presente estructura curricular reúne las siguientes características:

1. En los planos personal y ético, la autoformación como persona, sustentada en educación de valores y educación de géneros que afirme el desarrollo de su autonomía, y la vida social en la democracia.
2. Las interacciones entre educación y cultura como ejes en la contextualización y actualización del quehacer pedagógico.
3. El aprendizaje como proceso de construcción y reconstrucción cognitiva y afectiva que realiza el sujeto que aprende.
4. El aprendizaje significativo como proceso de integración y organización de los nuevos conocimientos con los saberes previos.
5. El aprendizaje cooperativo y participativo que favorece el desarrollo de la socialización.
6. Los contenidos organizados por asignaturas, tratando de introducir la visión interdisciplinaria e integradora.
7. El replanteamiento del acto de enseñar, superando la función reproductora y transmisora de conocimientos, para dar lugar a una actividad dirigida a generar una interacción dialógica con los estudiantes.
8. La relevancia del rol docente como generador de un clima afectivo que sea capaz de compartir, fundamentar y facilitar la comunicación entre el conocimiento y el estudiante.

## **2.1. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UNIVERSIDAD.**

**2.1.1.** Brindar formación profesional humanística, científica y tecnológica a los estudiantes, con calidad y responsabilidad social y ambiental.

### **2.1.2. VISIÓN**

En el año 2019 la UNS es una institución licenciada, cuenta con sus Escuelas de Pregrado y Postgrado que participan en el desarrollo sostenible del país mediante la investigación desarrollo e innovación, tecnología; sus egresados son profesionales líderes, competentes, creativos, proactivos inmersos en el mercado laboral nacional e internacional.

Vinculación estrecha entre universidad y sociedad, promoviendo el desarrollo integral de ésta, buscando la cooperación interinstitucional, contando con las dependencias correspondientes para tal fin, con el propósito de potenciar el uso racional de los recursos existentes, actuando científicamente y valorando al ser humano.

## **2.2. MISIÓN Y VISIÓN DE LA FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES:**

### **2.2.1. MISIÓN:**

Somos una unidad académica formadora de profesionales en Educación y Humanidades, Comunicación Social y Derecho y Ciencias Políticas que incorpora los avances científicos y tecnológicos orientados a fomentar la investigación científica, la extensión universitaria y proyección social, con calidad y centrada en el desarrollo humano, con responsabilidad social y que contribuya al desarrollo nacional, regional y local con actitud crítica, creativa y productiva

### **2.2.1. VISIÓN:**

En el año 2018, la FEH es líder en la generación de conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos, centrada en el desarrollo humano, comprometida con la comunidad en la formación de docentes, comunicadores sociales, abogados y otros profesionales de las ciencias humanas y con escuelas acreditadas, que incorporan la ciencia, tecnología e innovación con actitud creativa, competitiva, productiva, responsabilidad social y ambiental para el desarrollo sostenible de la región y el país.

## **2.3. MISIÓN Y VISIÓN DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL:**

### **2.3.1. MISIÓN**

La Escuela Profesional de Comunicación Social forma profesionales con competencias científicas, humanísticas y tecnológicas capaces de responder a las demandas de una sociedad moderna, que le permite contribuir con el desarrollo local, regional y nacional.

### **2.3.2. VISIÓN**

La Escuela Profesional de Comunicación Social al 2021 será una unidad académica acreditada, que forma profesionales competentes y líderes en la comunicación social, en sus diferentes especialidades.

Promueve la calidad de sus docentes y estudiantes a través de la movilidad académica nacional e internacional y alianzas estratégicas con organizaciones académicas y empresariales de nivel local, regional, nacional e internacional.

## **2.4. IMAGEN IDEAL DE LA SOCIEDAD Y DEL HOMBRE**

### **2.4.1. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE LA SOCIEDAD:**

Sociedad nacional con desarrollo armónico y auto sostenido en situación de intercambio paritario con los demás países de la comunidad internacional autoafirmando su identidad y autonomía.

Economía equilibradamente desarrollada, orientada a la satisfacción de necesidades para el pleno empleo y para la explotación nacional racional de nuestros recursos naturales.

Participación equitativa de los grupos sociales en el disfrute de la riqueza socialmente productiva con acceso a los servicios sociales básicos: salud, vivienda y educación.

Ausencia de distancias entre los grupos sociales, generada por factores ajenos a las diferencias expresándose a través de desempeños cognitivos, crítico - reflexivos, constructivos y resolutivos.

Organización política que garantiza el ejercicio del poder, fundado en la plena y auténtica soberanía de las grandes mayorías nacionales.

Población solidaria, con elevada calidad ética, que valora, expresa y orienta su propia cultura en sus múltiples manifestaciones.

Nación, en suma, en condiciones económicas, sociales, políticas y rurales que aseguran el desarrollo de la persona hacia su plena y máxima realización en el seno de una sociedad justa, libre y solidaria.

#### **2.4.2. DESCRIPCIÓN DE LA IMAGEN IDEAL DEL HOMBRE:**

Desarrolladas equilibradamente en sus esferas físico-vitales, sicológica y espiritual que configuran su realización personal.

Científica y tecnológicamente calificadas para entender y operar sobre su realidad natural y cultural, en orden a un constante mejoramiento de las mismas, preservando el medio ambiente. Igualmente valorar los avances de la ciencia y la tecnología en su papel dinamizador del mundo productivo y los beneficios, ventajas y rentabilidad que ofrecen para una inserción competitiva en el mundo globalizado.

Integradas dinámicamente a su medio social, con habilidad para ajustarse y relacionarse armónicamente con los demás y para promover la integración y concordancia social.

Identificadas con la problemática de su comunidad a cuya solución movilice su capacidad profesional, con responsabilidad y solidaridad social.

Afectivamente cultivadas para la captación y realización de los valores en los diferentes órdenes axiológicos.

Identificadas con la cultura de su comunidad, del país y del patrimonio universal de la humanidad, unido a la actitud de respeto por las formas culturales de grupos o nacionalidad ajenas a las propias.

### **2.5. CONCEPCIONES PEDAGÓGICAS**

#### **2.5.1. EDUCACIÓN**

La educación es el proceso sociocultural permanente y sistemático dirigido al perfeccionamiento y realización de ser humano, como persona y al mejoramiento de las condiciones que benefician el desarrollo y transformación de la sociedad. En este propósito, el ser que se educa realiza una interacción consigo mismo (autoestructuración) y con su mundo sociocultural (heteroestructuración) mediante la reelaboración cognitiva y reasunción afectiva, cuyo resultado es el ejercicio de su autonomía, su responsabilidad y su compromiso con el entorno.

En ese proceso cada sociedad o grupo asimila a sus miembros sobre la base de su realidad cultural: reglas, valores, ideología, tradiciones, proyectos, conocimientos y formas de conocer; y de su condición como ser educable para integrarse y aportar creativa e innovadoramente al desarrollo de dicha sociedad.

En ese sentido la educación plantea los fines y lineamientos que conduzcan al desarrollo del conocimiento y la conciencia del hombre en su proceso de transformación.

#### **2.5.2. COMPETENCIA**

La competencia curricular es el conjunto de habilidades, saberes y actitudes que hacen posible la actuación autónoma y suficiente del educando en las diversas situaciones de interacción con su entorno, que representa para el estudiante un problema o desafío.

Esta intencionalidad del currículo se constituye como un nuevo "constructo conceptual" en el que se considera su carácter bidimensional, es decir, la competencia comprende por igual a las estructuras cognitivas como a las socioafectivas del sujeto.

**DIMENSION COGNITIVA:** se manifiesta a través de la activación de procesos psíquicos para la asimilación, conservación, movilización, desarrollo y transformación de habilidades y conocimientos que posee el sujeto y que pone en juego para la ejecución de la actividad.

**La habilidad:** es entendida como el dominio de un complejo sistema de operaciones psíquicas y prácticas necesarias para una regulación racional en la realización de una actividad que requiere de los conocimientos y hábitos que la persona posee; este sistema incluye:

Selección de los conocimientos relacionados con la actividad.  
 Identificación de las características esenciales de la actividad.  
 Determinación de las modificaciones necesarias conducentes a la ejecución de la actividad.  
 Realización de los cambios, el control de los resultados según el objetivo o la finalidad propuestos.  
 La corrección permanente y consecuente de todo el proceso descrito.

**Los conocimientos:** son adquisiciones elaboradas mediante el proceso de aprendizaje a través de diferentes experiencias prácticas y como resultado de la interacción con la realidad, sus representaciones o los signos que la representan. El aprendizaje incluye:  
 La asimilación de información sobre las propiedades significativas del objeto del conocimiento para la aprehensión del mismo; el resultado de ello son los conocimientos conceptuales.

La asimilación de los métodos y aplicaciones que conforman las diferentes formas de actividades para el uso y aplicación de lo aprendido; el resultado de ellos son los conocimientos procedimentales.

#### **Diferencias entre los enfoques educativos tradicionales y el enfoque socioformativo complejo (ESC)**

Característica	Enfoques formativos tradicionales	Enfoque socioformativo complejo
Concepto de hombre	Se asume al ser humano desde un plano unidimensional reduciéndose a categorías objetivables donde se pierde su multidisciplinariedad. Las ciencias y disciplinas se abordan sin contacto entre sí.	Se concibe al ser humano dentro de una multiplicidad de dimensiones interdependientes con un modo de pensar complejo y cuya realización se da compartiendo e interactuando con los otros y el contexto
Estructura	Asignaturas compartimentadas que se agrupan para constituir áreas de formación	Nodos problematizadores y proyecto formativos, en los cuales se entreteje el saber popular con los conocimientos de las diversas disciplinas

Metas	Formación de conocimientos y habilidades compartimentadas que se agrupan para construir áreas de formación	Formar competencias que le posibiliten a cada persona autorrealizarse y contribuir, a la vez, a la convivencia social y al desarrollo económico, en contacto con los procesos históricos, culturales y políticos. Se pasa de la ilusión de certeza a la asunción creativa y proactiva de la incertidumbre, tal como propone López (1999).
Didáctica	Enseñanza de métodos (escuela activa). Enseñanza por objetivos operativos y conductas observables (enseñanza instruccional) Procedimientos uniformes para todos los estudiantes Un mismo ritmo de aprendizaje Exposición del docente para que el estudiante introyecte los conocimientos (escuela clásica)	Formación de competencias con base en los problemas de la comunidad y los intereses de los estudiantes. Respeto del ritmo de aprendizaje de las personas, dadas una pautas institucionales y sociales. Se emplean estrategias didácticas que promueven la formación del espíritu emprendedor la exploración y la intervención en el entorno (método de trabajo por proyectos, taller emprendedor constructivo, pasantías formativas cartografía conceptual)
Evaluación	La evaluación se concibe como un procedimiento para determinar los avances de los estudiantes en la obtención de los conocimientos establecidos en el currículo. Se privilegia la heteroevaluación. Las técnicas de evaluación priorizan en los exámenes de conocimientos mediante pruebas escritas y objetivas	Se trabaja mediante la valoración, la cual está enfocada promover la formación humana. Se enfatiza en la autovaloración de las competencias, la cual se complementa con la covaloración (realizada por el facilitador). Se valora tanto el saber ser como el saber conocer y el saber hacer.



Lugar del docente	El docente se asume en el lugar del saber cómo transmisor de información o animador sociocultural. El docente es quien planifica, ejecuta y evalúa.	El docente se asume como facilitador de recursos, conceptos, fuentes de conocimiento, metodologías y espacios para que los estudiantes construyan su formación desde el proyecto ético de vida. El docente promueve en los estudiantes la formación de competencias de autoplanificación, ejecución y valoración continua mediante la enseñanza de estrategias de aprendizaje afectivo-motivacionales, cognitivo-metacognitivas y situacionales
-------------------	---	---

Fuente: “Formación basada en competencias”. Tobón, 2005

**DIMENSIÓN AFECTIVA:** Se expresa mediante las disposiciones del sujeto hacia los objetos de aprendizaje en virtud de la priorización y asunción de sus valores, actitudes e intereses para favorecer o perturbar la realización del desempeño.

Si la estructura conceptual de la competencia es de por sí compleja, se entiende la dificultad de su comprensión, de allí las ambigüedades y confusiones entre los docentes para su manejo y utilización como artificio curricular para la descripción de transformaciones a producirse como efecto de su intervención educativa.

Asimismo, la consecución de la competencia como logro de la acción educativa obliga a pensar que su realización es a largo plazo para efectos de la programación curricular se establecen períodos por la necesidad de la multiplicidad de situaciones de aprendizaje que hagan posible su desarrollo y adquisición.

#### 2.5.2.1. CARACTERIZACIÓN DE LAS COMPETENCIAS:

Es un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados, en el sentido que el individuo ha de “**saber hacer**” y “**saber estar**” para el ejercicio profesional. El dominio de estos saberes le hacen “capaz” de actuar con eficacia en situaciones profesionales (Ferrández, 1997).

Las competencias no son reducibles ni al saber, ni al saber-hacer, adquiridos en la formación profesional; sino también reside en la movilización de los recursos. Para ser competente es necesario también poner en juego el repertorio de recursos. Saber, además, no es poseer, es **UTILIZAR** ( FEU, 1984, Ginisty, 1997 y otros).

Las competencias pueden ser adquiridas a lo largo de la vida, a través de la **experiencia** (MSC, 1985; Levi-Leboyer,1997).

El **contexto** juega un papel importante en las competencias. El contexto exige una competencia particular ( FEU, 1984, Ginisty,1997 y otros).

### **2.5.2.2. CARACTERIZACIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS PROFESIONALES:**

A partir del año 2006 ( Creación de SINEACE, Ley Nº 28740), el país viene promoviendo una cultura de calidad a través de la autoevaluación, evaluación, acreditación y certificación de las instituciones educativas de educación básica regular (IPEBA) y educación superior (CONEACES y CONEAU ); asimismo, se viene trabajando por la certificación de las competencias profesionales o competencias laborales. Al respecto, la certificación es el reconocimiento público y temporal de las competencias adquiridas dentro y/o fuera de las instituciones educativas para ejercer funciones profesionales o laborales. La certificación de competencias profesionales se realiza a las personas naturales y es un proceso público y temporal. Es otorgada por el colegio profesional correspondiente, previa autorización, de acuerdo a los criterios establecidos por el CONEAU. Se realiza a solicitud de los interesados. En los casos en los que no exista colegio profesional, la certificación se realizará por la entidad certificadora que el CONEAU autorice Guía de Procedimientos para Autorización y Registro de Entidades Certificadoras y Certificación Profesional, publicado en “El Peruano”, de fecha 24.09.09)

### **2.5.3. APRENDIZAJE:**

Es el proceso que realiza el sujeto al enfrentarse, explorar, conocer su entorno e interactuar en él. En este proceso el sujeto modifica su estructura cognitiva y afectiva para la eliminación, la incorporación o la transformación del significado de los conceptos.

Consecuentemente, un aprendizaje es significativo cuando el estudiante reconcilia e integra conceptos y elabora un nuevo significado al relacionar la nueva información con sus saberes previos. El proceso considera los conceptos pertinentes del repertorio de conocimientos que ya tiene el que aprende. La información se organiza en el nivel cognitivo, en estructuras que conforman redes jerárquicas, las cuales, además, establecen grados de complejidad en sus interconexiones.

La eficacia del aprendizaje significativo para procesar y almacenar la información se puede atribuir a la intencionalidad y a la sustancialidad en la relaciones entre el material potencialmente significativo y las ideas establecidas y pertinentes que se posee en la estructura cognitiva. Es decir, el conocimiento previo es requisito para internalizar y hacer inteligibles los nuevos significados, aunque estos fueran extensos y complejos.

El aprendizaje significativo es funcional en el sentido que sus contenidos poseen actualidad y, por tanto, utilidad en el contexto en que se desenvuelve el que aprende. Del mismo modo, implica la capacidad de transferencia que se exterioriza en la aplicación adecuada y oportuna de los aprendizajes en situaciones diferentes a las vividas en el proceso de aprendizaje.

Los aprendizajes no sólo son procesos intrapersonales sino también interpersonales, esto quiere decir que la llamada zona de desarrollo próximo, o aprendizajes potenciales, se desenvuelve con la intervención de otras personas (docentes, compañeros de aula)

Implica asimismo que los estudiantes deben ser capaces de descubrir potencialidades y limitaciones en sus procesos de aprender, identificar lo que aprenden y comprender el proceso de conocer como conocen, es decir, ejercitarse en el proceso de la metacognición.

La metacognición ligada a los fenómenos de la conciencia y a los mecanismos de regulación y control que permite potenciar los niveles de comprensión y de aprendizaje de los alumnos. A través de ella se regulan las rutinas y estrategias cognitivas. En este sentido, se destacan dos elementos centrales vinculados al aprendizaje, en primer lugar, el aprendiz debe fijarse en sus propias actividades y ver si las está realizando adecuadamente, y en segundo lugar, optar por la factibilidad de la mejor estrategia para determinada circunstancia y la posibilidad de verificar si esta es adecuada o no. Esto les permitirá enfrentar los retos que demanda el aprendizaje autónomo y permanente que la sociedad actual plantea.

Los contenidos de aprendizaje son todas aquellas realizaciones culturales que han sido seleccionadas como valiosas para el aprendizaje. Los contenidos se clasifican en tres:

**Contenidos conceptuales:** Corresponde "al qué del saber". Son proposiciones declarativas que corresponden a datos, hechos, conceptos, hipótesis, teorías, principios, leyes. Pueden ser factuales y conceptuales. El contenido factual se refiere a datos y hechos que contienen información verbal y se aprenden de forma literal. El contenido conceptual tiene que ver con la adquisición y construcción de conceptos o categorías que suponen un proceso de abstracción de los significados esenciales y de la identificación de las características sustantivas, así como la comprensión de la estructura en la que se integra.

**Contenidos procedimentales:** Corresponde al "cómo hacer". Es un proceso que se cumple mediante etapas y maneras de realizar la acción. Puede definirse como conocimiento de una serie de acciones, organizadas secuencialmente, dirigidas a la consecución de una realización dinámica, lo que constituye como el objeto de aprendizaje. El concepto procedimental alude a dos significados: En un primer sentido, el contenido procedimental es un cuerpo objetivado de reglas para hacer algo de un modo eficiente y eficaz. En un segundo sentido, los contenidos procedimentales son procesos que el aprendiz realiza para interactuar con los contenidos del aprendizaje.

**Contenidos actitudinales:** Corresponde al "saber ser". Se sustentan esencialmente en patrones axiológicos, afirmados en tres elementos: valores, norma ética y juicios. La actitud es una tendencia o disposición que media nuestras acciones y se manifiesta al evaluar o juzgar de una manera determinada un objeto, persona o situación y actuar en coherencia con dicha evaluación. Tiene tres componentes básicos: cognitivo (conocimientos y creencias), el afectivo (sentimientos y preferencias) y el conductual (acciones manifiestas y declaraciones de intención). Estos contenidos son de vital importancia en la acción educativa, por cuanto contribuyen al proceso de realización del hombre como persona.

#### **2.5.4. CURRÍCULO:**

El uso del término currículo es aplicado en múltiples sentidos, lo que denota la amplitud y complejidad que dicho concepto encierra. De esta realidad dan cuenta las diferentes teorías que en torno al tema curricular se han desarrollado constituyendo una disciplina obligada en la formación pedagógica. Tres son las acepciones más comunes que han orientado la práctica curricular. Una, es la que hace referencia a la delimitación del currículo como formulación de los planes y programas; otra, a las experiencias de aprendizaje que viven los sujetos de la educación, y la tercera, aquella en cuya acepción es más amplia e incluye al conjunto de los elementos que pueden tener influencia sobre el estudiante en todo el proceso educativo.

Superando la diversidad conceptual que presenta el término currículo es posible reconocer básicamente los elementos definitorios en él, la finalidad que se plantea la propuesta educativa; los objetos de transformación como los contenidos, la acción que implica toda intervención pedagógica, llámese actividades, acciones o situaciones de aprendizaje y los mecanismos de regulación como la evaluación y el seguimiento. Todos estos elementos estructurales se integran bajo una concepción o filosofía pedagógica como un proyecto de comunicación entre la teoría y la práctica educativa.

En la presente estructura curricular nos aproximamos a una definición del currículo que considera los niveles prescriptivos y de aplicación en el proceso de enseñanza aprendizaje, en razón de que el campo del currículo no es sólo la socialización del conocimiento, sino también un campo de actividad en el que participan múltiples agentes socio-culturales. En esta línea conceptualizamos al currículo como la determinación del conjunto de elementos y procesos que orientan y organizan la práctica pedagógica para viabilizar los fines de una propuesta educativa contextualizada.

Su que hacer es fundamental siempre en aspiraciones de realización y transformación, frente a un mundo de cambios notables y vertiginosos especialmente en los campos de la tecnología, la producción y la comunicación, todo lo cual genera nuevos contextos ante los cuales los estudiantes deben saber cómo interactuar.

Es necesario distinguir los dos niveles que encierra el concepto de currículo. El intencional, que recoge las finalidades, objetivos, principios y fundamentos de la propuesta educativa. El de aplicación que cumple con la contextualización del currículo y que responde a las necesidades y características de la realidad concreta. Es esta permanente referencia a la realidad que abre la posibilidad del análisis crítico, actualización y reajuste permanente del currículo, con cuya dinámica se cumple la intencionalidad educativa.

En cuanto a su estructuración, el currículo tiene en cuenta algunos principios. El primero de ellos es el valor anticipativo, debido básicamente a la naturaleza teleológica de la educación, a la cual esta íntimamente relacionada todo currículo. La anticipación también debe ser atendida como el elemento dinamizador que estimula en el estudiante la construcción de estrategias de resolución de problemas en una amplia gama de situaciones que surgen en la vida, aplicando habilidades intelectuales, y actitudes favorables hacia la investigación, autónoma y el desarrollo de una responsabilidad personal.

El segundo principio, muy relacionado al anterior es de la pertinencia de todo aquello que se enseña, respecto a las demandas al presente y del futuro. Tiene que ver con los intereses, estilos y proyecciones de vida de los estudiantes comprendiendo además la dimensión productiva en el mundo del trabajo y en su contexto social. La relevancia está referida también a la dimensión psicológica en el plano del aprendizaje al considerar que lo que resulta significativo, tiene valor o es relevante porque guarda relación con temas aprendidos y vividos anteriormente.

El tercer principio, la pertenencia, nos remite al sentido histórico que relaciona al alumno con su pasado, presente y futuro a fin de reconocer su comunidad nacional y local, en beneficio de las relaciones naturales de grupo y el afianzamiento de la autoestima e identidad.

El reconocimiento de la equidad es el cuarto principio, e implica la igualdad en las posibilidades de acceso y de éxito en el sistema educativo escolar, que se afirma en la democratización de las relaciones, el reconocimiento de las diferencias individuales de los estudiantes como expresión de los procesos culturales diversos y complejos así como de las múltiples inteligencias, considerando es este último aspecto las influyentes teorías psicopedagógicas actuales.

El quinto principio es de la internalización y su natural efecto e aplicación de lo aprendido, en el proceso de realización y transformación que toda educación se propone.

### **El modelo de currículo como proceso más que como contenido:**

Una clasificación simple de los modelos curriculares los divide en currículo como proceso y currículo como producto. Nery (2003) señala que en el currículo como proceso se enfatiza en las actividades y sus efectos mientras que el enfoque del currículo como producto enfatiza en los planes y las intenciones educativas. En realidad la mayoría de currículos existe una combinación de ambos modelos.

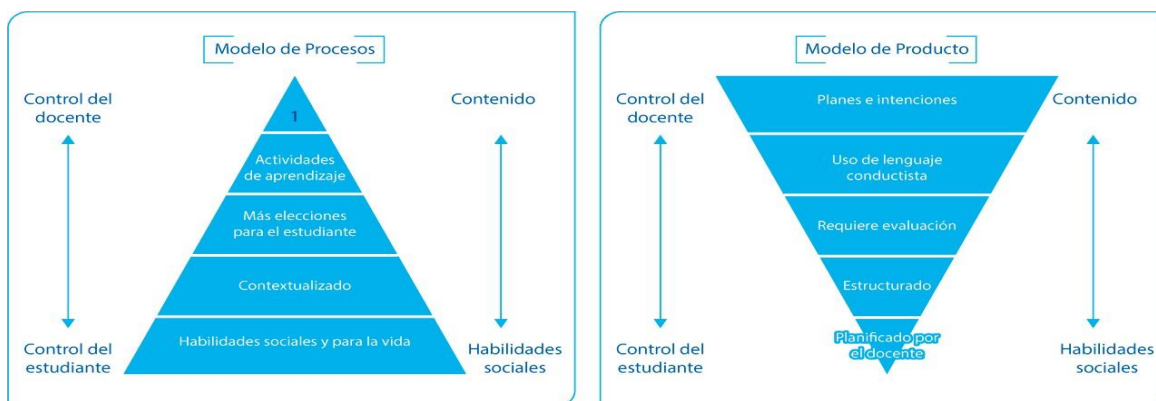
El Modelo de Producto tiene sus orígenes en los escritos de Tyler (1949) que influyeron notablemente el desarrollo curricular en Estados Unidos.

El Modelo de Producto tiene un gran valor en el desarrollo y comunicación de los propósitos educativos a desarrollar. La literatura sugiere que al usar este modelo hay que tener cuidado de no abusar al elaborar los aprendizajes esperados. Por ejemplo, Hussey y Smith sostienen que:

Es necesario aceptar que la motivación del estudiante es un elemento esencial en el aprendizaje, en ese sentido se propone que aquellos que enseñan deben comenzar por reformular los aprendizajes esperados para expresarlos en forma más abierta y flexible, permitiendo de ese modo la valoración y disfrute, aun sabiendo que tales aprendizajes representan problemas para la evaluación. (Hussey Smith, 2003, p.367) En: (O'Neill, 2015)

Las ventajas de un Modelo de Procesos en el planeamiento curricular en comparación al de producto es que se enmarca dentro de la teoría de la complejidad donde lo que importa es incluir en forma correcta y válida los insumos: procesos, mensajes y condiciones, sin tener un control absoluto en lo que esto va a generar. Desde este enfoque la intuición ingresa a la planificación.

La planificación en un modelo de currículo como producto, lo central es tomar en consideración lo que el docente quiere lograr. La participación o los intereses de los estudiantes quedan en segundo plano. En el gráfico a continuación se observan las diferencias entre los dos modelos.



*Fuente: Currículum Design in Higher Education: Theory to Practice. Geraldine O'Neill (2015)*

### **2.5.5. ENSEÑANZA:**

La enseñanza es la actividad intencional de comunicación compartida que realiza el educador para potenciar las operaciones y capacidades del alumno en su aprendizaje. La enseñanza conlleva la acción de relacionar al estudiante con el conocimiento en un proceso cognitivo de reelaboración y creación de nuevos conocimientos.

Esta intervención pedagógica supone interacciones múltiples entre el que enseña y el que aprende, entre los que aprenden y entre ambos con el objeto de conocimiento. Para que la intervención del profesor sea valiosa y por tanto eficaz, ésta debe responder a las necesidades e intereses de los alumnos. La interacción será eficaz en la medida en que se produce una situación de cooperación o de aprendizaje cooperativo entre ellos.

En esta concepción de enseñanza el docente tiene un rol integral y variado:

- Rol motivador: Necesario cuando el estudiante posee las habilidades y los conocimientos pero le falta confianza en sí mismo para el nuevo aprendizaje.
- Rol orientador: Necesario cuando el estudiante posee el conocimiento conceptual y la confianza, pero carece o tiene dudas sobre el saber procedimental.
- Rol informador: Necesario cuando el estudiante requiere de una fuente confiable para acceder a un conocimiento preciso (datos, informe, bibliografía).
- Rol facilitador: Necesario cuando el estudiante requiere vivenciar una situación de aprendizaje que lo ubique entre su nivel cognitivo y su zona de desarrollo próximo.
- Rol desestabilizador: Necesario cuando el estudiante debe ser retado para re-estructurar o re-conceptualizar el conocimiento adquirido para pasar a otro de mayor.

### **2.5.6. ROL DEL DOCENTE:**

Es evidente que el estudiante no construye el conocimiento solo, sino gracias a la mediación de sus compañeros de aula, el docente y los diferentes autores que consulta sobre el tema, y en un momento y contexto cultural determinado.

Desde diferentes perspectivas pedagógicas, al docente se le ha asignado diversos roles: el transmisor de conocimientos, el de animador, el de supervisor o guía del proceso de aprendizaje.

La función del docente no se reduce a la de simple transmisor de la información ni a la de facilitador del aprendizaje, en el sentido de concretarse a arreglar un ambiente educativo enriquecido, esperando que los estudiantes por sí solos manifiesten una actividad autoestructurante o constructiva; sino que el docente debe constituirse en un organizador y mediador en el encuentro del estudiante con el conocimiento.

**Rol motivador:** promotor de autoconfianza para un nuevo aprendizaje

#### **Docente como orientador:**

El docente asume más las funciones de orientador no sólo en relación con el aprendizaje de los conocimientos académicos y el saber hacer, sino también en relación con la formación de valores humanos y la convivencia social, demostrando en la práctica una preparación sólida en estos campos para que las alumnas y alumnos tengan de él una imagen de persona que es confiable.

#### **Docente como mediador**

El docente es mediador entre el estudiante y la cultura, a través de su propio nivel cultural, por la significación que asigna al currículo y al conocimiento que transmite en particular, y por las actitudes que asume hacia los conocimientos y hacia un área especializada del mismo.

El docente supone reconocer que los estudiantes son los que van a construir su saber y, por tanto, el docente sólo se constituye en un agente que "interviene" en ese proceso organizándolo brindando recursos e instrumentos de pensamiento. De esa manera, media, re-estructura o re- conceptualiza el conocimiento adquirido para pasar a otro de mayor.

#### **Docente como facilitador**

El docente no trasmite el conocimiento sino que adopta un papel que busca animar, promover y facilitar el proceso de aprendizaje de los propios estudiantes. Facilitador no es aquel que sólo proporciona la información, sino ayuda a aprender, y para ello, el docente debe tener un buen conocimiento de sus estudiantes: cuáles son sus conocimientos previos, qué es lo que son capaces de aprender en un momento determinado, su estilo de aprendizaje, los motivos extrínsecos e intrínsecos que los animan o desalientan, sus hábitos de trabajo, las actitudes y valores que manifiestan frente al estudio concreto de cada tema.



### **Docente como problematizador**

En la medida que genera el conflicto cognitivo en los estudiantes, provocando el equilibrio y desequilibrio entre lo que el alumno o alumna ya sabe, o sabe de manera imprecisa, con el nuevo saber, para luego llegar al reequilibrio. El docente genera situaciones para la reflexión de los estudiantes y al mismo tiempo un facilitador del conjunto del proceso de enseñanza-aprendizaje.

### **Docente como autoridad**

El docente con autoridad sabe acrecentar las potencialidades individuales, él lleva al educando a ser protagonista de su proceso educativo. El clima de relaciones que crea este maestro en su aula es, sin lugar a dudas, el más educado para favorecer la formación ética de los alumnos; formación que debe desarrollarse a través de la conciencia moral y de la conciencia social y política.

#### **El docente debe:**

Conocer la materia que ha de enseñar.

Adquirir conocimientos sobre el aprendizaje de las ciencias Saber preparar y dirigir las actividades de aprendizaje.

Saber sobre evaluación y evaluar

Utilizar la investigación e innovación en el campo

#### **2.5.7. LOS VALORES:**

Como Facultad de Educación y Humanidades somos protagonistas de cambio, con una posición centrada en el HOMBRE, por lo que asumimos que en esta travesía formativa de los profesionales en COMUNICACIÓN SOCIAL, es necesario fortalecer una axiología de valores, que sean un soporte fundamental en los profesionales que egresan de estas aulas universitarias, sean personas que ayudan a construir un mundo diferente, más justo y solidario. Practicando los valores como:

**La ética:** Que inspira procesos de comunicación que promueva los valores de paz, solidaridad, justicia, libertad y pleno respeto a las normas de convivencia social

**La equidad:** Que garantice a todos igual oportunidades de acceso a la información.

**La calidad:** Que asegura condiciones adecuadas para el ejercicio profesional competitivo y de innovación permanente.

**La democracia:** Que promueve el respeto estricto a los derechos humanos, la libertad de pensamientos, conciencia y opinión.

**La interculturalidad:** Que asume como riqueza la diversidad cultural, étnica y lingüística del país.

**La conciencia ambiental:** Que motiva el respeto, cuidado y conservación del entorno natural como garantía para el desenvolvimiento de la vida.

**La creatividad y la innovación:** Que promueven la producción y difusión de nuevos conocimientos en todos los campos del saber, el arte y la cultura.

# **III**

# **MARCO**

# **TELEOLÓGICO**

### **3.1. PERFIL DEL INGRESANTE**

Buena salud física y mental.

Manejar habilidades comunicativas y capacidad para el trabajo en equipo.

Manifestar aptitudes y actitudes compatibles para trabajar en los diversos sectores que tienen que ver la comunicación social.

Demostrar responsabilidad, orden, disciplina y facilidad para establecer relaciones personales.

Aptitud para la investigación.

Capacidad de liderazgo, trabajo social y toma de decisiones, creatividad, iniciativa, paciencia, tolerancia y optimismo.

### **3.2. COMPETENCIAS PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional con formación científica, tecnológica y humanística, preparado para realizar con mística y en forma creativa y gerencial acciones específicas en las siguientes áreas: comunicación para el desarrollo y comunicación organizacional, periodismo, marketing y publicidad y producción audiovisual.

El egresado de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social es un profesional comprometido con las necesidades del entorno social y con los avances teóricos y tecnológicos en el campo de la comunicación; asimismo, podrá desempeñarse en campos y escenarios diversos como empresas de medios masivos de comunicación, organizaciones, instituciones y comunidades, y estará en condiciones de desempeñar las funciones básicas siguientes:

#### **3.2.1. COMPETENCIAS GENÉRICAS:**

##### **3.2.1.1. COMPETENCIAS COGNITIVAS:**

- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de investigación. Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente.
- Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. Capacidad crítica y autocrítica.
- Capacidad creativa e innovadora.
- Maneja técnicas e instrumentos que le permitan obtener información de todo tipo de fuentes, procesarla, analizarla, sistematizarla e interpretarla.

##### **3.2.1.2. COMPETENCIAS METODOLÓGICAS:**

- Capacidad para planificar, organizar, ejecutar y evaluar aspectos del campo comunicativo. Capacidad para tomar decisiones.

##### **3.2.1.3. COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS:**

- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

##### **3.2.1.4. COMPETENCIAS INDIVIDUALES:**

Habilidades interpersonales. Compromiso ético.

#### **3.2.1.5. COMPETENCIAS SOCIALES:**

- Capacidad de trabajo en equipo demostrando actitudes democráticas, empatía y respeto mutuo
- Demuestra responsabilidad social y compromiso ciudadano.
- Compromiso con la preservación del medio ambiente y con su medio socio-cultural. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
- Valoración y respeto por la diversidad multicultural.
- Brinda afecto, seguridad y confianza en el quehacer comunicativo.

#### **3.2.1.6. COMPETENCIAS DE ORGANIZACIÓN:**

- Capacidad para formular y gestionar proyectos comunicacionales Compromiso con la calidad.

### **3.2.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LA ESPECIALIDAD**

#### **3.2.2.1. ÁREA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:**

- Crea mensajes y gestiona procesos de innovación creativa para la industria audiovisual, expresados en sus distintos géneros.
- Conoce y aplica las técnicas para crear mensajes audiovisuales en los procesos creativos, productivos y de posproducción con tecnologías de punta.
- Conoce, reconoce y aplica las oportunidades de los nuevos lenguajes audiovisuales digitales en procesos creativos productivos.
- Desarrolla mensajes audiovisuales capaces de resolver problemas de comunicación en la organización. Genera proyectos de gestión y emprendimiento comercial basados en mensajes audiovisuales.
- Aplica el mensaje audiovisual en contextos educacionales, culturales y de desarrollo.
- Planifica, ejecuta y evalúa procesos publicitarios, basándose en una investigación previa de los mercados.
- Realiza un manejo estratégico-creativo, innovador y persuasivo del mensaje publicitario mediante el texto y la imagen, a partir de un adecuado análisis e investigación de mercado.
- Dirige y administra estratégicamente la realización publicitaria, analizando y seleccionando la mejor opción y los mejores recursos de producción, reproducción y posproducción, sean éstos gráficos, sonoros o audiovisuales.

#### **3.2.2.2. ÁREA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y RELACIONES PÚBLICAS:**

- Diseña estrategias, planes y políticas que respaldan a la organización en el logro de objetivos.
- Apoya los procesos de cambio y hace más eficiente la comunicación entre los miembros de la organización, y entre ésta y su entorno.
- Elabora proyectos y estrategias para campañas políticas o informativas de instituciones públicas o privadas, económicas, sociales, culturales o deportivas.

- Planificar eventos de carácter local, regional, nacional e internacional, desde la perspectiva de la comunicación organizacional.
- Diagnostica, audita y evalúa la comunicación social en grupos, organizaciones, empresas o instituciones.
- Diseña, gestiona y evalúa proyectos de comunicación en organismos no gubernamentales, empresas públicas o privadas.
- Desarrolla y aplica estrategias comunicativas en el desarrollo de sectores específicos, tanto urbanos como rurales.
- Orienta aplicaciones prácticas de la comunicación para el desarrollo en la región y el país.
- Crea ambientes, entornos, climas, relaciones de comunicación e interacciones entre los sujetos sociales y los medios comunicativos propicios para determinados fines y objetivos: personales, grupales, institucionales, organizacionales, educativos, políticos, sociales, culturales, económicos, entre otros.

### **3.2.2.3. ÀREA DE MARKETING Y PUBLICIDAD:**

- Conoce el mercado y la realidad económica, social y cultural actual.  
Elaborar y conducir campañas de publicidad y propaganda para instituciones públicas o privadas.
- Dirige, planifica y toma decisiones sobre estrategias de producto, precio, promoción, publicidad, canales de distribución, políticas de venta e información de mercado.  
Diseña estrategias de mercadeo comercial, social y político.
- Elabora y desarrolla planes estratégicos, de manera sistemática, eficiente, y creativa, apoyado por la investigación estratégica y las herramientas de recopilación de información que le permitan diagnosticar, implementar y evaluar estrategias y programas de comunicación masivos y focales.
- Diseña las campañas de publicidad y propaganda.
- Desarrolla proyectos de investigación de mercados y análisis de la competencia.
- Administra la comunicación publicitaria y de mercadeo de una organización, con una perspectiva crítica de las políticas, estrategias, objetivos corporativos, definición y distribución de presupuesto en el plazo requerido.

### **3.2.2.4. ÀREA DE PERIODISMO:**

- Recoge, interpreta, organiza y sintetiza información para construir la noticia realizando entrevistas, redactando crónicas, artículos, reportajes, críticas de opinión o editoriales.
- Propone la producción especial sobre temas de actualidad, asumiendo con responsabilidad, respeto, eficiencia, creatividad y honestidad funciones de jefe de redacción, editor de sección o editor general.
- Planifica, organiza, ejecuta y evalúa órganos informativos para públicos específicos en una empresa periodística, institución política, organización gubernamental, organización comunitaria o grupos sociales.
- Planifica, diseña y diagrama la comunicación escrita y los medios.
- Conduce programas de noticias o de contenido periodístico en radio y televisión.

### **3.2.3. COMPETENCIAS DE EGRESO DEL COMUNICADOR SOCIAL DE LA UNS:**

- El egresado podrá diseñar y gestionar propuestas comunicacionales basadas en la investigación de su realidad, que responden creativamente a las necesidades de los diversos contextos. Para ello:
- El egresado podrá reconocer sus capacidades y mecanismos para desarrollarlas con aprendizaje autónomo desarrollando permanentemente sus habilidades sociales para la interacción con los otros en el trabajo en equipo de manera efectiva.
- El egresado asume y aplica la responsabilidad social para el desarrollo de la calidad de vida y bienestar de la comunidad como parte fundamental de su rol de comunicador social
- Genera proyectos emprendedores.

# **IV MARCO ESTRUCTURAL**



#### 4.1. DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE EXPERIENCIAS CURRICULARES:

El plan de experiencias curriculares está orientado para diez (10) ciclos semestrales, con un promedio de 22 créditos por ciclo, totalizando doscientos diecinueve (220) créditos.

Las experiencias curriculares se han organizado en áreas y sub áreas. Las áreas son: Formación general, formación específica, formación de especialidad y actividades de autodesarrollo.

Las subáreas son: Audiovisuales, Marketing y Publicidad Relaciones Públicas y Comunicación Para el Desarrollo y Periodismo.

Se considera un (01) crédito por cada hora de teoría, y un (01) crédito por dos (02) horas prácticas, de acuerdo a la naturaleza y orientación de la asignatura.

El referido plan es de régimen semestral que consta de diecisiete (17) semanas, con matrícula semestral y flexible. Esta flexibilidad es abierta, pero con limitaciones, por cuanto la libertad para matricularse en asignaturas está condicionada por los prerrequisitos, secuencia de cursos y el establecimiento de cantidades mínimas y máximas de créditos, de acuerdo al Reglamento de Matrícula.

#### 4.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS POR ÁREAS Y SUBÁREAS:

##### CUADRO DE DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS POR ÁREAS Y SUBÁREAS

ÁREAS	SUBÁREA	N° DE CRÉDITOS		PORCENTAJES	
		Subtotal	Total	SubTotal %	Total %
Estudios Generales	Desarrollo y Pensamiento Matemático I	04	44	20	20
	Biología y Medio Ambiente	03			
	Taller de comunicación oral y escrita	04			
	I Filosofía y Ética	03			
	Sociedad y Cultura	03			
	Metodología del trabajo académico	02			
	Idioma extranjero I (inglés)	03			
	Desarrollo y Pensamiento Matemático II	03			
	Taller de comunicación oral y escrita II	03			
	Psicología y Desarrollo Humano	03			
	Introducción a la Economía Política	03			
	Historia Crítica del Perú y el Mundo.	03			
	Introducción a la formación profesional	04			
	Idioma extranjero II (inglés)	03			
Estudios Específicos	Comunicación, diseño y diagramación	29	67	13.18	30.4
	Práctica Profesional	11		5	
	Investigación	21		9.54	
	Legislación, Ética de la comunicación y Gestión de Empresas	06		2.72	
Formación especialidad	Especialidad	107	107	48.6	48.6
Actividades	Autodesarrollo	02	02	1	1
Total		220	220	100,00	100.00



#### 4.3. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREAS, SUBÁREAS Y POR DEPARTAMENTOS ACADÉMICOS

##### CUADRO DE ASIGNATURAS AGRUPADAS POR ÁREAS Y SUBÁREAS

##### 4.3.1. ESTUDIOS GENERALES

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	HT	HP	TH	REQUISITO	CICLO	DPTO. ACAD.
341101	Desarrollo del Pensamiento Matemático I	4	3	2	5	---	I	DAME
341102	Biología y Medio Ambiente	3	2	2	4	---	I	DABMB
341203	Filosofía y Ética	3	2	2	4	---	I	DAHYS
341204	Sociedad y Cultura	3	2	2	4	---	I	DAHYS
341305	Taller de Comunicación Oral y Escrita I	4	3	2	5	---	I	DAEC
341406	Metodología de Trabajo Académico	2	1	2	3	---	I	DAEC
341407	Idioma Extranjero Inglés I	3	2	2	4	---	I	DAEC
341108	Desarrollo del Pensamiento Matemático II	3	2	2	4	341101	II	DAME
341309	Taller de Comunicación Oral y Escrita II	3	2	2	4	341305	II	DAEC
341210	Psicología del Desarrollo Humano	3	2	2	4	---	II	DAEC
341211	Introducción a la Economía Política	3	2	2	4	---	II	DAHYS
341212	Historia Crítica del Perú y del Mundo	3	2	2	4	---	II	DAHYS
341513	Introducción a la Formación Profesional	4	3	2	5	---	II	DAEC
341414	Idioma Extranjero Inglés II	3	2	2	4	341407	II	DAEC
<b>Sub Total</b>		<b>44</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>58</b>			

#### 4.3.2. ESTUDIOS ESPECÍFICOS

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	HT	HP	TH	REQUISITO	CICLO	DPTO. ACAD.
<b>Comunicación, Diseño y Diagramación</b>								
340217	Teoría de la Comunicación	4	3	2	5	---	III	DAEC
340219	Semiótica de la comunicación	4	2	4	6	---	III	DAEC
340226	Opinión Pública	3	2	2	4	340318	IV	DAEC
340224	Comunicación Digital	4	2	4	6	---	IV	DAEC
340232	Fotografía I	3	2	2	4	---	V	DAEC
340238	Fotografía II	3	2	2	4	340232	VI	DAEC
340234	Taller de Comunicación Gráfica	4	2	4	6	---	VI	DAEC
340256	Gestión de Empresas de Comunicación Social	4	3	2	5	---	X	DAHYS
<b>Investigación</b>								
340318	Metodología de la Investigación Científica	4	3	2	5	---	III	DAEC
340325	Investigación en Comunicación Social	4	2	4	6	340318		DAEC
340331	Investigación de Mercados	4	2	4	6	340317	IV	DAEC
340351	Taller de Tesis I	5	3	4	7	340325	IX	DAEC
340357	Taller de Tesis II	4	2	4	6	340351	X	DAEC
<b>Legislación, Ética de la Comunicación</b>								
340436	Ética de la Comunicación	3	3	---	3	---	VI	DAEC
340446	Legislación de la Comunicación Social	3	3	---	3	---	VIII	DAHYS
<b>Práctica Preprofesional</b>								
340553	Práctica Preprofesional I	5	1	8	9	340645, 340850, 340749, 340947	IX	DAEC
340559	Práctica Preprofesional II	6	1	10	11	340553	X	DAEC
<b>Sub Total</b>		<b>67</b>	<b>38</b>	<b>58</b>	<b>96</b>			

### 4.3.3. ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD

CÓDIGO	ASIGNATURA	CRÉDITOS	HT	HP	TH	REQUISITO	CICLO	DPTO. ACD.
Área de Producción Audiovisual								
340622	Lenguaje de los Medios I	4	2	4	6	---	IV	DAEC
340628	Lenguaje de los Medios II	4	2	4	6	340622	V	DAEC
340639	Taller Audiovisual I	4	2	4	6	340622	VII	DAEC
340645	Taller Audiovisual II	4	2	4	6	340639	VIII	DAEC
340652	Taller Audiovisual III	4	2	4	6	340628	IX	DAEC
340660	Taller de Contenidos Digitales	4	2	4	6	34054	X	DAEC
Área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas								
340730	Comunicación y Desarrollo	3	2	2	4	340217	V	DAEC
340735	Relaciones Públicas	4	2	4	6	---	VI	DAEC
340737	Estrategias de Comunicación para el Desarrollo	4	3	2	5	340730	VI	DAEC
340741	Proyecto para el Desarrollo I (Salud y medio ambiente)	4	3	2	5	340737	VII	DAEC
340742	Taller de Relaciones Públicas I (Comunicación estratégica)	4	3	2	5	340735	VII	DAEC
340748	Proyecto para el Desarrollo II (Educación, Democracia y Ciudadanía)	4	3	2	5	340741	VIII	DAEC
340749	Taller de Relaciones Públicas II (Identidad corporativa e imagen institucional)	4	2	4	6	340742	IX	DAEC
Área de Marketing y Publicidad								
340816	Marketing de la Comunicación Social	4	3	2	5	---	III	DAEC
340823	Publicidad y Propaganda	3	2	2	4	340816	IV	DAEC
340829	Creatividad Publicitaria y Selección de Medios	4	3	2	5	340823	V	DAEC
340843	Marketing Social y Político	3	2	2	4	340829	VII	DAEC
340850	Taller de Publicidad I	4	2	4	6	340843	VIII	DAEC
340855	Taller de Publicidad II	4	2	4	6	340850	IX	DAEC
340854	Marketing Digital	4	2	4	6	340224	IX	DAEC
Área de Periodismo								
340915	Redacción Periodística I	4	2	4	6	---	III	DAEC
340951	Redacción Periodística II	4	2	4	6	340915	IV	DAEC
340927	Periodismo Audiovisual Televisivo	4	2	4	6	340622	V	DAEC
340933	Periodismo Radial	4	2	4	6	340628	VI	DAEC
340940	Periodismo de Opinión e Interpretación	4	2	4	6	340921	VII	DAEC
340944	Periodismo Digital	3	2	2	4	340224	VII	DAEC
340947	Periodismo de Investigación	3	2	2	4	340940	VIII	DAEC
340958	Taller de Periodismo Escrito	4	2	4	6	340947	X	DAEC
Sub Total		107	62	90	152			
Actividad de Autodesarrollo								
341020	Actividades de autodesarrollo (Danzas Folklóricas)	2	---	4	4	---	III	DAEC
Sub Total		2	---	4	4			

#### 4.4. CODIFICACIÓN

El código de cada asignatura está formado por seis (06) dígitos. Los dos primeros corresponden al número de la Escuela Académico Profesional; los dos siguientes, al número de la subárea, y los dos últimos, al número correlativo de cada asignatura.

Los dígitos de la Escuela Profesional de Comunicación Social es 34 Los dígitos de las subáreas son:

##### ÁREAS

##### DÍGITOS

##### FORMACIÓN GENERAL

##### FORMACIÓN ESPECÍFICA

11/12/13/14/15

02 Comunicación, Diseño y Diagramación

03 Investigación

04 Legislación, ética profesional

05 Práctica profesional

##### FORMACIÓN DE ESPECIALIDAD

06 Área de Producción Audiovisual

07 Área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas

08 Área de marketing y publicidad

09 Área de Periodismo

##### ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

10 Actividades de auto desarrollo.

DÍGITOS DE LA ESCUELA	DÍGITOS DE LAS SUBÁREAS	DÍGITOS DE LA SECUENCIA DE LAS ASIGNATURAS
34	01	01

#### 4.5. PROMEDIO PONDERADO:

El promedio ponderado se obtiene multiplicando el número de crédito de la asignatura con el calificativo obtenido en dicha asignatura. La sumatoria del puntaje de cada asignatura se divide con la sumatoria del número total de créditos.

Ejemplos:

a) Alumno A :

Nº DE CRÉDITO		CALIFICATIVO	PUNTAJE
Curso de 4 créditos	x	21	84
Curso de 3 créditos	x	16	48
Curso de 2 créditos	x	11	22
<u>Curso de 1 créditos</u>	x	10	<u>10</u>
TOTALES 10 créditos			164
PROMEDIO PONDERADO: $164 \div 10 = 16.4$			
b) Alumno B:			
Nº DE CRÉDITO		CALIFICATIVO	PUNTAJE
Curso de 4 créditos	x	11	44
Curso de 3 créditos	x	11	33
Curso de 2 créditos	x	16	32
<u>Curso de 1 créditos</u>	x	20	<u>20</u>
TOTALES 10 créditos			129
PROMEDIO PONDERADO: $129 \div 10 = 12.9$			

#### 4.6. PLAN DE ASIGNATURAS 2018:

##### PLAN DE ESTUDIOS DE LAS ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CÓDIGO	ASIGNATURA/ REQ.	HT	HP	TH	CRED	REQUISITO
<b>I CICLO</b>						
341101	Desarrollo del Pensamiento Matemático I	03	02	05	04	----
341102	Biología y Medio Ambiente	02	02	04	03	----
341203	Filosofía y Ética	02	02	04	03	----
341204	Sociedad y Cultura	02	02	04	03	----
341305	Taller de Comunicación Oral y Escrita I	03	02	05	04	----
341406	Metodología de Trabajo Académico	01	02	03	02	----
341407	Idioma Extranjero I (Inglés)	02	02	04	03	----
		<b>15</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	
<b>II CICLO</b>						
341108	Desarrollo del Pensamiento Matemático II	02	02	04	03	341101
341309	Taller de Comunicación Oral y Escrita II	02	02	04	03	341305
341210	Psicología del Desarrollo Humano	02	02	04	03	----
341211	Introducción a la Economía Política	02	02	04	03	----
341212	Historia Crítica. Perú y el Mundo	02	02	04	03	----
341513	Introduc. A la Formación Profesional	03	02	05	04	----
341414	Idioma Extranjero II (Inglés)	02	02	04	03	341407
		<b>15</b>	<b>14</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	
<b>III CICLO</b>						
340915	Redacción periodística I	02	04	06	04	----
340816	Marketing de la Comunicación Social	03	02	05	04	----
340217	Teoría de la Comunicación	03	02	05	04	----
340318	Metodología de la Inv. Científica	03	02	05	04	----
340219	Semiótica de la Comunicación	02	04	06	04	----
341020	Actividades Autodesarrollo	--	04	04	02	----
		<b>13</b>	<b>18</b>	<b>31</b>	<b>22</b>	
<b>IV CICLO</b>						
340921	Redacción Periodística II	02	04	06	04	340915
340622	Lenguaje de los Medios I	02	04	06	04	----
340823	Publicidad y Propaganda	02	02	04	03	340816
340224	Comunicación Digital	02	04	06	04	----
340325	Investigación en Comunicación Social	02	04	06	04	340318
340226	Opinión Pública	02	02	04	03	340318
		<b>12</b>	<b>18</b>	<b>32</b>	<b>22</b>	
<b>V CICLO:</b>						
340927	Periodismo Audiovisual Televisivo	02	04	06	04	340622
340628	Lenguaje de los Medios II	02	04	06	04	340622
340829	Creatividad Publicitaria y Selección de Medios	03	02	05	04	340823
340730	Comunicación y Desarrollo	02	02	04	03	340217
340331	Investigación de Mercados	02	04	06	04	340325
340232	Fotografía I	02	02	04	03	----
		<b>13</b>	<b>18</b>	<b>31</b>	<b>22</b>	
<b>VI CICLO</b>						



340933 Periodismo Radial	02	04	06	04	340628
340234 Taller Comunicación Gráfica	02	04	06	04	----
340735 Relaciones Públicas	02	04	06	04	----
340436 Ética de la Comunicación	03	--	03	03	----

340737 Estrategias de Comunicación para el Desarrollo	03	02	05	04	340730
340238 Fotografía II	<u>02</u>	<u>02</u>	<u>04</u>	<u>03</u>	340232
	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	

#### VII CICLO:

340639 Taller Audiovisual I	02	04	06	04	340622
340940 Periodismo de Opinión e Interpretación	02	04	06	04	340921
340741 Proyecto para el Desarrollo I (Salud y Medio Ambiente)	03	02	05	04	340737
340742 Taller de Relaciones Públicas I (Comunicación Estratégica)	03	02	05	04	340735
340843 Marketing Social y Político	02	02	04	03	340829
340944 Periodismo Digital	<u>02</u>	<u>02</u>	<u>04</u>	<u>03</u>	340224
	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	

#### VIII CICLO:

340645 Taller Audiovisual II	02	04	06	04	340639
340446 Legislación de la Comunicación Social	03	--	03	03	----
340947 Periodismo de Investigación	02	02	04	03	340940
340748 Proyecto para el Desarrollo II (Educación, Democracia y Ciudadanía)	03	02	05	04	340741
340749 Taller de Relaciones Públicas II (Identidad Corporativa e Imagen Institucional)	02	04	06	04	340742
340850 Taller de Publicidad I	<u>02</u>	<u>04</u>	<u>06</u>	<u>04</u>	340843
	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	

#### IX CICLO:

340351 Taller de Tesis I	03	04	07	05	340325
340652 Taller Audiovisual III	02	04	06	04	340628
340854 Marketing Digital	02	04	06	04	340224
340855 Taller de Publicidad II	02	04	06	04	340850
340553 Práctica Preprofesional I	<u>01</u>	<u>08</u>	<u>09</u>	<u>05</u>	(340645 340850 340749 340947)
	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	

#### X CICLO:

340256 Gestión de Empresas de Comunicación Social	03	02	05	04	----
340357 Taller de Tesis II	02	04	06	04	340351
340958 Taller de Periodismo Escrito	02	04	06	04	340947
340559 Práctica Preprofesional II	01	10	11	06	340553
340660 Taller de Contenidos Digitales	02	04	06	04	340854
	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>34</b>	<b>22</b>	

TOTAL DE CREDITOS : 220

TOTAL DE HORAS : 310 aproximadamente 30,9 horas por ciclo

TOTAL DE ASIGNATURAS : 60

(\*) 01 Autodesarrollo

# SUMILLAS

<b><u>I CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0001	<b>Desarrollo del Pensamiento Matemático I</b>	3	2	5	4	---	Matemática y Estadística	Matemático / Licenciado en Matemática
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico-práctica, pertenece al área básica del plan de Estudios Generales. Su propósito es desarrollar habilidades orientadas al razonamiento lógico, como las competencias para el análisis, abstracción, generalización, asociación, representación e interpretación para la comprensión de problemas matemáticos relacionados con la Ciencias Humanas. Comprende los siguientes temas ejes: Lógica Proposicional, fundamentos del pensamiento lógico- matemático, razonamiento inductivo, razonamiento abstracto, juegos lógicos, series y sucesiones, teoría de conjuntos, sistema de números, relaciones binarias y elementos de geometría plana.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3002-0002	<b>Biología y Medio Ambiente</b>	2	2	4	3	---	Biología, Biotecnología y Microbiología	Biólogo / Lic. en Educación especialidad Ciencia Tecnología y Ambiente / Ciencias Naturales
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico- práctica, pertenece al área básica del plan de estudios generales. Su propósito es conocer los aspectos básicos de biología y medio ambiente para desarrollar capacidades cognitivas fundamentales como el pensamiento creativo, critico, tomo de decisiones y solución de problemas.</p> <p>Sus grandes campos temáticos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Origen y principios técnicos de la vida, Niveles de organización de los seres vivos, Reproducción y herencia.</li> <li>2. Biotecnología: importancia aplicaciones.</li> <li>3. Estructura y funcionamiento de los ecosistemas, La comunidad y el equilibrio de los ecosistemas</li> <li>4. Deterioro del medio ambiente y de ecosistemas.</li> <li>5. Desarrollo sostenible y aplicaciones para mejorar la calidad ambiental.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0005	<b>Taller de Comunicación Oral y Escrita I</b>	3	2	5	4	---	Educación y Cultura	Lic. Educación en Lengua y Literatura
<p>Asignatura teórico-práctica, pertenece al área de humanidades del plan de estudios general. Su propósito es desarrollar las competencias comunicativas de los estudiantes, que les permitan interactuar en diversos procesos de comprensión y expresión oral y escrita en base a la reflexión y a los principios de las distintas ciencias del lenguaje</p> <p>Comprende los siguientes ejes temáticos:</p> <p>a) Comunicación y lenguaje, Expresión oral: la exposición, Ortografía, Categorías gramaticales, La oración simple, El párrafo, Comprensión de textos, La monografía.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3002-0003	<b>Filosofía y Ética</b>	2	2	4	4	---	Humanidades y Ciencias Sociales	Filósofo / Lic. en Educación especialidad Filosofía, Psicología y CC.SS.
<p>Es una asignatura de naturaleza teórica- práctica, pertenece al área de ciencias sociales del plan de estudios de estudios generales. Su propósito es desarrollar la capacidad reflexiva y crítica. Aborda los principales problemas filosóficos referidos al ser humano en la esfera individual, social y política. El punto de partida es la concepción acerca del hombre en relación a su contexto concreto y sus proyecciones universales, de modo que se valoren así mismo, para asumir un comportamiento ético responsable que responda a su propia naturaleza.</p> <p>Sus ejes temáticos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Origen de la filosofía, principales aportes de las corrientes filosóficas</li> <li>2. La ética como disciplina filosófica y carácter científico</li> <li>3. Axiología, ética profesional, bien moral, y la ética aplicada a los nuevos contextos.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0004	<b>Sociedad y Cultura</b>	2	2	4	3	---	Humanidades y Ciencias Sociales	Sociólogo / Antropólogo
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico- práctica, pertenece al área de ciencias sociales del plan de estudios de estudios generales. Su propósito es abordar los principales aspectos teóricos, prácticos y metodológicos para la comprensión del desarrollo de la sociedad humana y la cultura, vinculándolos al estudio y análisis crítico de la sociedad peruana.</p> <p>Sus grandes campos temáticos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.La sociedad humana.</li> <li>2.Estructura socio-económica de la sociedad.</li> <li>3.Realidad sociocultural de la sociedad peruana.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0006	<b>Metodología del Trabajo Académico</b>	1	2	3	2	---	Educación y Cultura	Licenciado en Educación
<p>Asignatura de naturaleza eminentemente práctica, pertenece al plan de estudios generales. Su propósito es propiciar el interés por el aprendizaje de estrategias de aprendizaje colaborativas y cognoscitivas, como proceso racional, empírico y crítico de producción de conocimientos. Proporciona al estudiante los métodos activos y las herramientas de la investigación académica, que lo aproximen a los problemas de la realidad para su comprensión crítica y resolución de problemas teórico/prácticos de sus asignaturas.</p> <p>La asignatura comprende los siguientes campos temáticos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los orígenes y el devenir de la ciencia.</li> <li>2. Estrategias cognoscitivas, investigación bibliográfica;</li> <li>3. La recolección de información primaria; y el tratamiento de los resultados de la investigación, difusión y la ética en el trabajo científico.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0007	<b>Idioma Extranjero: Inglés I</b>	2	2	4	3	---	---	---

Es una asignatura teórico-práctica, pertenece al área de estudios propedéuticos del plan de estudios generales. Su propósito es desarrollar las competencias comunicativas de los estudiantes a un nivel básico principiante a partir de la información personal, gustos y desagrados y descripción de lugares.

Comprende los siguientes ejes temáticos:

Listening and Speaking: Say hello and goodbye. Ask for and give personal information. Do a quiz. Listen and talk about your favourite food and drink. A conversation in a café. Ask for directions. Talk about your home town.

Present your personal profile. Listen about two lives. Give information about someone. Make offers Reading: Places to visit in York. Natural features. Life in another country. A good match?

Writing: Sentences and questions. Holiday messages. Your town. Your classmate Vocabulary: The alphabet and *How do you spell ...?* Numbers 0–20. Jobs. Countries. Nationalities. Numbers (21–100) and *How old ...?* Plural nouns, Common adjectives, Food and drink. Family. Verbs with noun phrases. Activities – verbs. Likes and dislikes. Places in a town. Natural features. Grammar: Names and introductions: *I* and *you*; *my* and *your*. *A/an* with jobs. *Be* with *I* and *you*; *be* with *he*, *she* and *it*. *His/her*. *This/that*, *these/those*. *Be* with *we* and *they*. Prepositions of place. *There is* and *there are* – positive, negative and questions. Present simple (*I*, *you*, *we*, *they*). Present simple questions (*I*, *you*, *we*, *they*) Present simple (*he*, *she*, *it*). Present simple questions (*he*, *she*, *it*) Pronunciation: Word stress in numbers 0–20. 's. Word stress in jobs. Word stress in nationalities. *his* or *he's*. Plural nouns; *th*. Word stress in adjectives. Word stress in family words. Possessive 's. Intonation in positive and negative sentences. Weak form of *do*. Third person –s. Linking between *does he* and *does*.

<b>II CICLO</b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0008	<b>Desarrollo del Pensamiento Matemático II</b>	2	2	4	3	3001-0001	Matemática y Estadística	Matemático / Lic. en Matemática
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico-práctica, pertenece al área básica del plan de Estudios Generales. Su propósito es desarrollar habilidades orientadas al razonamiento lógico, como las competencias para el análisis, abstracción, generalización, asociación, representación e interpretación para la comprensión de problemas matemáticos relacionados con la Ciencias Humanas.</p> <p>Comprende los siguientes temas ejes: lógica proposicional, matrices, sistemas de ecuaciones lineales, relaciones en <math>R^2</math>, y nociones básicas de estadística descriptiva.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3002-0009	<b>Taller de Comunicación Oral y Escrita II</b>	2	2	4	3	3001-0005	Educación y Cultura	Lic. en Educación en Lengua y Literatura
<p>Asignatura teórico-práctica, pertenece al área de Humanidades del plan de estudios de generales, cuyo propósito es desarrollar las competencias comunicativas de los estudiantes, que les permitan interactuar en diversos procesos de comprensión y expresión oral y escrita en base a la reflexión y a los principios de las distintas ciencias del lenguaje.</p> <p>Comprende los siguientes ejes temáticos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>La oración compuesta</li> <li>Teoría textual</li> <li>Métodos de comprensión de textos</li> <li>Producción de textos</li> <li>Expresión oral: el debate</li> <li>El ensayo.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3002-0010	<b>Psicología y Desarrollo Humano</b>	2	2	4	4	-----	Humanidades y Ciencias Sociales	Psicólogo / Lic. en Psicología
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico-práctica, pertenece al área de Ciencias Sociales del plan de estudios generales. Tiene como propósito brindar conocimientos y las habilidades necesarias para entender los procesos de evolución del psiquismo y aplicarlo en el ámbito educativo.</p> <p>Sus grandes campos temáticos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Etapa pre-natal.</li> <li>2. Etapa de la niñez</li> <li>3. Etapa de la adolescencia.</li> <li>4. Etapa de la adultez</li> <li>5. Etapa de la ancianidad.</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0011	<b>Introducción a la Economía Política</b>	2	2	4	3	-----	Humanidades y Ciencias Sociales	Economista
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico-práctica, pertenece al área de ciencias sociales de los Estudios Generales. Su propósito es desarrollar habilidades orientadas al razonamiento económico, como las competencias para el análisis y síntesis a través de la comprensión y el conocimiento de las instituciones económicas, de los principales problemas económicos, así como de las técnicas que se utilizan en su resolución. Comprende los siguientes contenidos: economía como ciencia: objeto y método de la economía, principios de la economía, la demanda, la oferta y el equilibrio de mercado, estructuras de mercado, los costos de producción, el PBI y variables macroeconómicas, el dinero y el sistema financiero.</p>								



<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0012	<b>Historia Contemporánea del Perú y del Mundo</b>	2	2	4	3	----	Humanidades y Ciencias Sociales	Historiador / Lic. en Educación especialidad Historia
<p>Es una asignatura de naturaleza teórico- práctica, pertenece al área de Ciencias Sociales del plan de estudios generales. Su propósito es desarrollar una visión crítica de la historia del Perú y el mundo, a partir de la incorporación de la economía mundo, desarrollando el proceso de intromisión de la cultura occidental a la cultura andina, generando el proceso de colonización, independencia y república.</p> <p>Con referencia a la historia del mundo se analizará los principales acontecimientos y hecho de la época moderna y contemporánea.</p> <p>Siendo sus ejes temáticos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La monarquía española en el siglo XV</li> <li>2. La colonización, La independencia</li> <li>3. La república del Perú</li> <li>4. La ilustración</li> <li>5. La independencia de los estados Unidos</li> <li>6. Revolución Francesa</li> <li>7. Las revoluciones industriales</li> <li>8. 1era y 2da guerra mundial</li> <li>9. Acontecimientos trascendentes del siglo XX</li> </ol>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
3001-0014	<b>Idioma Extranjero: Inglés II</b>	2	2	4	3	3001-0007	---	---
<p>Es una asignatura teórico-práctica, pertenece al área de estudios propedéuticos del plan de estudios generales. Su propósito es desarrollar las competencias comunicativas y de redacción a un nivel básico principiante a partir de hábitos y rutinas; habilidades; hechos pasados y planes futuros.</p> <p><b>Sus ejes temáticos:</b></p> <p>Listening and speaking: The Kawhia Kai Festival. Give a mini-talk. Making an arrangement, Do a class survey. Making requests. Special days. Talk about your childhood. Do a quiz. Apologies and thanks. An amazing bike ride. Interview your partner about a holiday. Travelling by train. Choose a present. Saying goodbye. Reading: Routines around the world. Amazing people!. Parts of the body. In 1986 ... Vivienne Westwood. Transatlantic travel – the facts. Writing: Making arrangements by text message and email. Describe your skills and interests. Apologies and thanks. A blog about a journey. Signing off.. Vocabulary: Daily routines and times. Days and times. Prepositions with time expressions. Verbs – things you do. Parts of the body. Months of the year. Ordinal numbers and dates. Years. Verbs – life events. Creative jobs. Transport and travel. Time phrases. Holiday activities. Verb phrases about wants. Things you can buy. Describing objects: colours and sizes. Grammar: Frequency adverbs. Present simple Wh- questions. Frequency adverbs.can/can't. Questions with can. Review of questions.Past simple of be: was/were. Questions with was/were.Past simple: regular verbs (positive). Past simple: regular verbs (negative). Past simple: irregular verbs (positive and negative).Past simple Yes/No questions. Past simple Wh-questions.want and want to. going to. Pronunciation: Wh- question words.can/can't. Strong and weak form of can.Word stress in months. Dates. was, wasn't, were and weren't. Past simple -ed endings. Word stress in jobs.Linking between Did you ... ? and Were you ... ?</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
30012	<b>Introducción a la Formación Profesional</b>	2	2	4	3	---	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social

La asignatura Introducción a la formación profesional corresponde al área de Formación General de la carrera de Comunicación Social, es de carácter teórico-práctico, propicia en el estudiante la comprensión y valoración de la profesión. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El comunicador social, competencias personales y profesionales; áreas del campo de la comunicación social: producción audiovisual, periodismo, relaciones públicas, marketing y publicidad, comunicación para el desarrollo; teorías de la comunicación social, nuevas tecnologías de la comunicación, consumos culturales, globalización y multiculturalismo.

<b><u>III CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340915	<b>Redacción Periodística I</b>	2	4	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área

La asignatura de Redacción Periodística I corresponde al área de formación de especialidad, subárea de Periodismo; es de carácter teórico-práctico; propicia en los alumnos el conocimiento del periodismo y el uso de las herramientas y técnicas para la elaboración de mensajes informativos básicos, procurando la formación crítica del estudiante para que sus actos de emisión de noticias se produzcan con profundidad y responsabilidad. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Reglas de la redacción general en el periodismo; el periodismo informativo, la producción de la noticia: definición, características, manual de redacción, fuentes, técnica de redacción y responsabilidad.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340816	<b>Marketing de la Comunicación Social</b>	3	2	5	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área
<p>La asignatura Marketing de la Comunicación Social corresponde al área científica de formación profesional de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el desarrollo de la comprensión del mercado y sus componentes. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El producto y sus características; estudio del mercado y sus necesidades, tipología de los clientes; estrategias de marketing.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340217	<b>Teoría de la Comunicación</b>	3	2	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área
<p>La asignatura Teoría de la Comunicación corresponde al área científica de Formación específica, sub área Comunicación, Diseño y Diagramación. Es de carácter teórico - práctico y propicia la comprensión y el análisis de los modelos de comunicación que están presentes en todos los procesos de comunicación del ámbito de la carrera. Comprende los siguientes ejes temáticos: modelos de comunicación e información que explican desde diferentes perspectivas o enfoques las dimensiones del proceso comunicativo; las nuevas tecnologías de la comunicación; consumos culturales, globalización y multiculturalismo</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340418	<b>Metodología de la Investigación Científica</b>	3	2	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área

La asignatura de Metodología de la Investigación científica corresponde a la subárea de investigación, es de carácter teórico práctico, desarrolla los fundamentos epistemológicos de la investigación científica. Abarca los aspectos y sus operaciones básicas que comprenden el diseño de la investigación considerando el desarrollo riguroso del problema, marco teórico, hipótesis, variables y su operacionalización, descripción del tipo de investigación, diseños experimentales y no experimentales

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340219	<b>Semiótica de la Comunicación</b>	2	4	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área

La asignatura Semiótica de la Comunicación corresponde al área científica de Formación específica, sub área Comunicación, Diseño y Diagramación. Es de carácter teórico – práctico y propicia la comprensión y el análisis de los procesos de significación y producción de sentido desde la perspectiva semiótica con aplicaciones en la comunicación masiva y estratégica. Comprende el análisis de las principales teorías de signos y códigos, semiótica narrativa, semiótica icónica y semiótica de la cultura. El estudiante se ejercita en análisis de discursos, identificación de estructuras semióticas y comprensión de comportamientos sociales como prácticas significantes.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
341020	<b>Actividades Autodesarrollo</b>	---	4	4	2	-----	Educación y Cultura	Docente de danzas
<p>La asignatura Actividad de Autodesarrollo corresponde al área científica de formación profesional y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área Autodesarrollo, es de carácter práctico, promueve el conocimiento del estudiante a la danza folclórica peruana a través del descubrimiento de las posibilidades del propio cuerpo en movimiento y del análisis de elementos básicos de la expresión kinestésica según la diversidad geográfica peruana y los periodos de la evolución de la danza folclórica. A la vez aporta a los estudiantes en el conocimiento de técnicas de actuación y elementos para una puesta en escena. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Conocimiento de danzas regionales del Perú y sus características; La puesta en escena de una obra teatral.</p>								

<b><u>IV CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340921	<b>Redacción Periodística II</b>	2	4	6	4	340915	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área
<p>La asignatura de Redacción Periodística II corresponde al área de formación de especialidad, subárea de Periodismo, es de carácter teórico-práctico, propicia en los alumnos el conocimiento del periodismo y el uso de las herramientas y técnicas para la elaboración de géneros periodísticos –principalmente- de profundidad, ampliando la dimensión estilística de la redacción. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Estilos en la redacción periodística, el Nuevo Periodismo, los géneros periodísticos y la profundidad: la crónica, el reportaje, la entrevista, etc.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340622	<b>Lenguaje de los Medios I</b>	2	4	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en el área
<p>La asignatura Lenguaje de Medios I corresponde al área de formación de especialidad, sub área de Comunicación Audiovisual. Es de carácter teórico práctico e introduce al alumno en el conocimiento y ejercicio del lenguaje de la imagen y el sonido, y de sus posibilidades dentro de las industrias culturales. Comprende la gramática básica audiovisual, composición e iluminación; producción, realización y edición en formatos de entretenimiento (videoclips), narración audiovisual para plataformas web y móviles. El alumno gestiona en grupo un proyecto audiovisual y lo valida en el mercado.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340224	<b>Comunicación Digital</b>	2	2	4	3	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura corresponde al área científica de formación profesional específica de la carrera de Comunicación Social, sub área de comunicación, Diseño y Diagramación, es de carácter teórico – práctico incorpora la construcción de mensajes para las nuevas tecnologías de la información y el conocimiento necesario sobre los medios digitales dirigidos a diferencias audiencias.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340823	<b>Publicidad y Propaganda</b>	2	2	4	3	340816	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Publicidad y Propaganda corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el desarrollo de la publicidad y la propaganda, en el conocimiento de sus elementos y objetivos principales. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Diseño de la oferta y estrategia creativa. Creatividad y redacción de los medios: prensa, televisión, radio y otros, La agencia de publicidad y el servicio al cliente.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340323	<b>Investigación en Comunicación Social</b>	2	4	6	4	340318	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Investigación en Comunicación Social corresponde al área científica de formación general y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área de Investigación, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el desarrollo de sus capacidades investigativas tomando como base los elementos del proceso de comunicación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: la investigación social y los instrumentos metodológicos aplicados en el proceso de comunicación social; la formulación y elaboración del proyecto de investigación; implementación de los instrumentos de investigación aplicada al campo de la comunicación social.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340226	<b>Opinión Pública</b>	2	2	4	3	340318	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura de Opinión Pública corresponde al área científica de formación específica, subárea de Comunicación, es de carácter teórico-práctico, y busca que el estudiante conozca, reflexione y critique sobre el fenómeno de la opinión pública. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: La formación de la opinión pública: teorías contemporáneas sobre la naturaleza, definición y formación de la opinión pública; el estudio de la opinión pública: la metodología del sondeo de opinión; interpretación, utilidad y publicación de los resultados de los sondeos.

<b><u>V CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340927	<b>Periodismo Audiovisual Televisivo</b>	2	4	6	4	340622	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura Periodismo Televisivo corresponde al área de Formación de especialidad, sub área Periodismo. Es de naturaleza teórico práctica y capacita al estudiante en la realización periodística audiovisual, a través del ejercicio de técnicas reporteriles, la discusión de criterios noticiosos y el desarrollo de proyectos informativos. Comprende la noticia audiovisual, cobertura de noticias, principales géneros y formatos (notas, entrevistas, reportajes, enlaces y micro relatos) producción, dirección y conducción informativa, gestión de proyectos informativos, periodismo móvil y narrativas emergentes multiplataforma con fines informativos.



<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340829	<b>Creatividad Publicitaria y Selección de Medios</b>	3	2	5	4	340823	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Creatividad Publicitaria y Selección de Medios corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, proporciona los elementos básicos para el desarrollo de la creatividad publicitaria y de estrategias creativas acordes con el propósito del mercado y del anunciante. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Formulación de proyectos publicitarios; Proceso creativo para el análisis y valoración de mensajes publicitarios; Plan de medios.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340628	<b>Lenguaje de los Medios II</b>	2	4	6	4	340622	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con formación o experiencia en producción y/o realización audiovisual informativa
<p>La asignatura Lenguaje de los Medios II corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Producción Audiovisual, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el desarrollo de los conocimientos del lenguaje radial e impreso. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Características del medio radial: géneros y formatos; aspectos de la producción radial y sus etapas; el medio impreso y sus características: aspectos de producción.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340730	<b>Comunicación y Desarrollo</b>	2	2	4	3	340217	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con estudios y experiencia en el área.
<p>La asignatura de Comunicación y Desarrollo corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca acercar e involucrar al estudiante a las principales teorías de desarrollo, identificando los modelos claves que han marcado nuestro continente. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Desarrollo social y teorías del desarrollo; Desarrollo, sostenibilidad y comunicación; Reconocimiento de escenarios, actores y formas de intervención concreta en sectores desde el campo de las comunicaciones.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340331	<b>Investigación de mercados</b>	2	4	6	4	340325	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con estudios y experiencia en marketing
<p>La asignatura Investigación de Mercados corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el desarrollo comprende al estudio del sistema de investigación de mercados y de su rol tanto en la toma de decisiones empresariales como en las acciones de mercadotecnia. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Componentes principales de una investigación de mercados exploratoria, descriptiva y causal. Criterios para la evaluación de actitudes y las escalas alternativas para su medición respectiva. Etapas de una investigación de mercados.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340232	<b>Fotografía I</b>	2	2	4	3	Ninguno	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en Fotografía.
<p>La asignatura Fotografía I corresponde al área científica de formación profesional y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación, Diseño y Diagramación, es de carácter teórico – práctico, desarrolla a través del conocimiento y la adquisición de destrezas en el manejo de la cámara y sus accesorios, así como de las técnicas del lenguaje fotográfico, para que el estudiante aborde con criterio la estética de la producción fotográfica artística y publicitaria. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Aspectos básicos de la fotografía: el equipo fotográfico y destrezas del fotógrafo; Técnicas fotográficas y manejo de las fuentes de luz; Revelado y retoque digital de la fotografía.</p>								

<b><u>VI CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340933	<b>Periodismo Radial</b>	2	4	6	4	340628	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social con experiencia en periodismo radial
<p>La asignatura Periodismo Radial corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Periodismo, es de carácter teórico – práctico, busca proporcionar a los estudiantes los conocimientos y técnicas para el uso del medio radial en el ejercicio periodístico y que ellos mismo puedan diseñar, tomando como base lo que irán aprendiendo, sus propios mensajes periodísticos y concluir con la realización de una producción periodística. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El mensaje periodístico en radio: las fuentes y el desarrollo del periodista radial en el entorno; el proceso de producción en radio; el proyecto y ejecución del programa periodístico radial.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340234	<b>Taller de Comunicación Gráfica</b>	2	4	6	4	Ninguno	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Taller de Comunicación Gráfica corresponde al área de Formación específica, sub área Comunicación, Diseño y Diagramación. Es de naturaleza preferentemente práctica y procura la formación de criterios y técnicas de diseño digital con enfoque estratégico y estético. Comprende percepción y diseño, composición visual, dibujo vectorial, retoque y montaje fotográfico, diseño y diagramación de materiales gráficos publicitarios, corporativos y editoriales, para soportes físicos y virtuales.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340735	<b>Relaciones Públicas</b>	2	4	6	4	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.
<p>La asignatura Relaciones Públicas corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca proporcionar a los estudiantes bases que les permitan comprender el estudio de los principios de las relaciones públicas para diseñar programas y proyectos. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Desarrollo y bases conceptuales de las Relaciones Públicas; Los públicos, Comunicación interna y externa y herramientas de las relaciones públicas; La imagen corporativa, la gestión de conflictos potenciales y plan de relaciones públicas.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340436	<b>Ética de la Comunicación</b>	3	---	3	3	-----	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura de Ética de la Comunicación corresponde al área de formación específica, subárea de Legislación y Ética Profesional, es de carácter teórico-práctico. Pretende ser un espacio de reflexión filosófica, crítica y constructiva sobre el ejercicio del comunicador social en las diversas áreas de su profesión en armonía con la realización de los valores correspondientes a la verdad, a la libertad socialmente responsable y a la justicia como reconocimiento efectivo de los derechos humanos, todo ello con el propósito de contribuir a una convivencia pacífica y realizadora del bien común. Comprende los siguientes contenidos: la moral, la ética y la deontología; la ética en el periodismo, la publicidad, las relaciones públicas, etc.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340737	<b>Estrategias de Comunicación para el Desarrollo</b>	3	2	5	4	340730	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Estrategias de Comunicación para el Desarrollo corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca formar al alumno teórica y metodológicamente como agentes del desarrollo social a través del uso, planeación y aplicación de estrategias de comunicación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Desarrollo sostenible y la participación ciudadana como eje central; Diagnóstico de las necesidades y establecimiento de la agenda social; Implementación de estrategias de acción a través de la comunicación.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340238	<b>Fotografía II</b>	2	2	4	3	340232	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.
<p>La asignatura Fotografía II corresponde al área científica de formación profesional y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación, Diseño y Diagramación, es de carácter teórico – práctico, proporciona a los estudiantes los conocimientos de la fotografía de prensa y de la fotografía editorial, para llevarlos a la práctica intensiva. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Aspectos del fotoperiodismo y trabajo de foto editorial; El fotoperiodismo: ética y su impacto en la sociedad; Proyectos foto periodísticos y editoriales.</p>								

<b><u>VII CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340639	<b>Taller Audiovisual I</b>	2	4	6	4	340622	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.
<p>La asignatura Taller Audiovisual I corresponde al área de Formación de especialidad, sub área de Comunicación Audiovisual. Es de naturaleza fundamentalmente práctico y capacita en dramaturgia y guionismo, producción y realización documental, y proyectos audiovisuales multiplataforma. Comprende guion de ficción y no ficción, diseño de personajes, recursos narrativos de suspenso, producción y realización de cortometrajes documentales, formatos híbridos de no ficción, microprogramas y planificación de contenidos audiovisuales transmedia.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340940	<b>Periodismo de Opinión e Interpretación</b>	2	4	6	4	340921	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura de Periodismo de Opinión e Interpretación corresponde al área de formación de especialidad, subárea de Periodismo, es de carácter teórico-práctico, propicia en el estudiante el desarrollo de la capacidad de análisis de hechos de interés colectivo. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Las principales teorías y métodos de información, investigación y persuasión en el periodismo; la argumentación y el análisis; la producción correcta de géneros de opinión e interpretación; las dimensiones éticas y legales del periodismo interpretativo y de opinión.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO O ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340741	<b>Proyecto para el Desarrollo I (Salud y Medio Ambiente)</b>	3	2	5	4	340737	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.
<p>La asignatura Proyecto para el Desarrollo I corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca que los estudiantes elaboren proyectos de comunicación en salud y medio ambiente, independientes o en el marco de propuestas de desarrollo más amplias desde el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de forma parcial, total. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El relacionamiento en los proyectos de desarrollo; Intervención comunicativa en proyectos ambientales; Intervención comunicativa en proyectos de salud.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENT O ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340742	<b>Taller de Relaciones Públicas I (Comunicación Estratégica)</b>	3	2	5	4	340735	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.

La asignatura Taller de Relaciones Públicas I corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca que los estudiantes entiendan los procesos y necesidades de la comunicación en las empresas y organizaciones en general, además de entrenarlos en la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Aspectos generales de la planificación estratégica en relaciones públicas; Técnicas de las relaciones públicas; Implementación del plan de relaciones públicas.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340843	<b>Marketing Social y Político</b>	2	2	4	3	340829	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área.

La asignatura Marketing Social y Político corresponde al área científica de formación profesional de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad , es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante el reconocimiento de los fundamentos teóricos-conceptuales del marketing social y político determinando sus aplicaciones y diseñando estrategias y desarrollando políticas de responsabilidad social que tienen implicancia en la imagen y reputación de las empresas. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El producto y el mercado social y político; Comportamientos, actitudes y segmentación; Estrategias y gerencia de campañas sociales y políticas.



<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340944	<b>Periodismo Digital</b>	2	2	4	3	340224	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>Curso de naturaleza teórico práctica, tiene como propósito capacitar al alumno en el reconocimiento de los grandes cambios que la prensa digital y los nuevos medios han ocasionado en la formación y educación del periodista y los medios de comunicación. Asimismo capacitará al alumno en la producción de información especializada, aprovechando los recursos de Internet para ofrecer noticias actualizadas en menor tiempo posible con soportes gráficos, audiovisuales fijos y en movimiento. Comprende además el conocimiento, gestión y manejo de la empresa periodística multimedia.</p>								

<b><u>VIII CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340645	<b>Taller Audiovisual II</b>	2	4	6	4	340639	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Taller Audiovisual I corresponde al área de Formación de especialidad, sub área de Comunicación Audiovisual. Es de carácter fundamentalmente práctico y capacita en la elaboración de productos audiovisuales de ficción y publicidad. Comprende narrativa e investigación audiovisual publicitaria, realización de spots, producción, dirección, realización y postproducción de cortometrajes, gestión de proyectos de ficción transmedia.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340446	<b>Legislación de la Comunicación Social</b>	3	--	3	3	Ninguno	Educación y Humanidades	Abogado
<p>La asignatura legislación de la Comunicación corresponde al área científica de formación profesional y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área Legislación, es de carácter teórico – práctico, y busca que los estudiantes conozcan el ámbito legal en el que desarrolla su actividad un comunicador social, en sus distintos campos de acción. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Normas legales nacionales e internacionales relacionadas a la comunicación social, sus componentes y disciplinas; Las actividades de comunicación social en el derecho internacional; Acuerdos internacionales, propiedad intelectual y los derechos del autor.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340947	<b>Periodismo de Investigación</b>	2	2	4	3	340940	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experience en el área
<p>La asignatura de Periodismo de Investigación corresponde al área de formación de especialidad, subárea de Periodismo, es de carácter teórico-práctico, orientado a preparar al estudiante en el dominio de técnicas y estrategias del periodismo de investigación. El curso apunta a reforzar el aspecto de la responsabilidad periodística, puesto que se demandará la búsqueda de informaciones comprobables y verdaderas para que sostengan una investigación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El periodismo de investigación, el periodismo de precisión y el periodismo de datos; definición, el tema de investigación, métodos y fuentes del periodismo de investigación; el rigor, la tenacidad y la honestidad como valores del periodismo de investigación.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340748	<b>Proyecto para el Desarrollo II (Educación, Democracia y Ciudadanía)</b>	3	2	5	4	340741	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura Proyecto para el Desarrollo II corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca que los estudiantes elaboraren proyectos de comunicación en áreas de educación, democracia y construcción de ciudadanía, ubicando distintas tendencias, perspectivas y enfoques desde la comunicación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Relación Estado-sociedad civil; La gestión de desarrollo y la representación política; Intervención comunicativa en proyectos ambientales; Intervención comunicativa en proyectos de educación, democracia y ciudadanía.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340749	<b>Taller de Relaciones Públicas II (Identidad Corporativa e Imagen Institucional)</b>	2	4	6	4	340742	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con el experiencia en el área

La asignatura Taller de Relaciones Públicas II corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Comunicación para el Desarrollo y Relaciones Públicas, es de carácter teórico – práctico, busca se estudian las diversas situaciones a través de las cuales se construye la estrategia de la identidad corporativa y los intereses de las organizaciones, ya sea en el empleo de la información como herramienta de gestión, el uso de la información como poder o el modo de mantener la solvencia en situaciones de crisis. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Identidad e Imagen: Componentes e Investigación; Identidad Visual, Responsabilidad Social y Reputación; Gestión de Imagen, Comunicación de Crisis.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340850	<b>Taller de Publicidad I</b>	2	4	6	4	340843	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura Taller de Publicidad I corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, busca que los estudiantes realicen una aplicación integral de los elementos de la industria publicitaria. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Diseño, elaboración y producción de proyectos publicitarios: concepción, planificación, elaboración y consumo con énfasis en prácticas de negociación y relación con el cliente.

<b><u>IX CICLO</u></b>								
<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340351	<b>Taller de Tesis I</b>	3	4	7	4	340325	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Taller de Tesis I corresponde al área científica de formación general y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área de Investigación, es de carácter teórico – práctico, propicia en el estudiante investigar, brindándole las herramientas y asesoramiento adecuado para el inicio del proceso de construcción de tesis. Hacer dialogar el tema de interés con la realidad social, definir el problema, plantear las preguntas, construir las hipótesis y el marco conceptual serán los objetivos fundamentales que el alumno/a deberá conseguir. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Definición del tema a investigar dentro del proceso de comunicación y campos de la comunicación social; Los instrumentos para investigar en Comunicación Social; Elaboración del proyecto de tesis.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340652	Taller Audiovisual III	2	4	6	4	340628	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Taller Audiovisual III corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Producción Audiovisual, es de carácter teórico – práctico, y pretende que los estudiantes estén en la capacidad de elaborar proyectos de producción de diversos formatos radiales. Planificar la producción y estimado de costos. Planeamiento de la grabación. Perspectivas de producción de acuerdo a diferentes formatos radiales. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: La Producción y la Realización; Géneros, tecnología y edición no lineal; Producción y realización del proyecto de programa radial.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340553	Práctica Preprofesional I	1	7	8	5	340645 340850 340749 340947	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Práctica Preprofesional I corresponde al área científica de formación profesional y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área Práctica Preprofesional, es de carácter teórico – práctico, cuyo propósito es que los estudiantes desarrollen todas sus habilidades aprendidas durante su formación profesional a través del desarrollo de proyectos de comunicación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Formación de proyectos de comunicación en las áreas de Marketing y Publicidad, Periodismo, Relaciones Públicas y Comunicación para el Desarrollo; Producción Audiovisual; Implementación de los proyectos de comunicación; Evaluación e impacto de los proyectos.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO O ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340854	<b>Marketing Digital</b>	2	4	6	4	340224	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Marketing Digital corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, propicia que el estudiante comprenda la importancia del soporte digital para gestionar y promocionar la marca de las empresas. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El plan de marketing digital; Gestión de la reputación on line y su relación con los usuarios; Competencias del community manager.</p>								

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340855	<b>Taller de Publicidad II</b>	2	4	6	4	340850	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área
<p>La asignatura Taller de Publicidad II corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, busca que los estudiantes realicen una aplicación integral de los elementos de la industria publicitaria. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: El Tratamiento de la imagen. Manejo de tecnología de punta: formatos y soportes técnicos. Sonido: música, voz, ejecución musical, tecnología del sonido. Post-producción y acabado del producto publicitario, Diseño gráfico publicitario.</p>								

## **X CICLO**

<u><b>CÓDIGO</b></u>	<u><b>ASIGNATURA</b></u>	<u><b>HORAS</b></u>				<u><b>REQUISITO</b></u>	<u><b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</b></u>	<u><b>ESCOLARIDAD</b></u>
		<u><b>HT</b></u>	<u><b>HP</b></u>	<u><b>TH</b></u>	<u><b>C</b></u>			
340256	<b>Gestión de Empresas de Comunicación Social</b>	3	2	5	4	Ninguno	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura Gestión de Empresas de Comunicación corresponde al área científica de formación profesional y de especialidad de la carrera de Comunicación Social, sub área de Marketing y Publicidad, es de carácter teórico – práctico, cuyo propósito es proporcionar conocimientos y técnicas para la gestión de empresas de comunicación. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Estudio de las propuestas sobre ambiente organizacional y responsabilidad social; Planificación y organización, dirección y control de empresas de comunicación.

<u><b>CÓDIGO</b></u>	<u><b>ASIGNATURA</b></u>	<u><b>HORAS</b></u>				<u><b>REQUISITO</b></u>	<u><b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</b></u>	<u><b>ESCOLARIDAD</b></u>
		<u><b>HT</b></u>	<u><b>HP</b></u>	<u><b>TH</b></u>	<u><b>C</b></u>			
340357	<b>Taller de Tesis II</b>	2	4	6	4	340351	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

La asignatura Taller de Tesis II corresponde al área científica de formación general y específico de la carrera de Comunicación Social, sub área de Investigación, es de carácter teórico – práctico, busca, a partir de lo trabajado en Seminario de Tesis I, continuar con el asesoramiento del proceso de investigación de las tesis de los alumnos. Se dará mayor énfasis al recojo y análisis de material de “campo”; esto es, mayor trabajo etnográfico: observación, entrevistas, análisis de discurso. Comprende el estudio de los siguientes ejes temáticos: Ejecución del proyecto de tesis: recojo de información, tratamiento y análisis; Elaboración del informe final de tesis.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340958	<b>Taller de Periodismo Escrito</b>	2	4	6	4	340947	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

El curso es de naturaleza fundamentalmente práctica y está orientado a ejercitar y perfeccionar las habilidades del alumno en las técnicas del periodismo escrito, en sus distintos géneros y especies. Se incentiva la correcta redacción y la creatividad en el estilo y en el tratamiento de los temas, lo cual se plasmará en una publicación periódica elaborada por los estudiantes.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO O ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
340660	<b>Taller de Contenidos Digitales</b>	2	4	6	4	340854	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

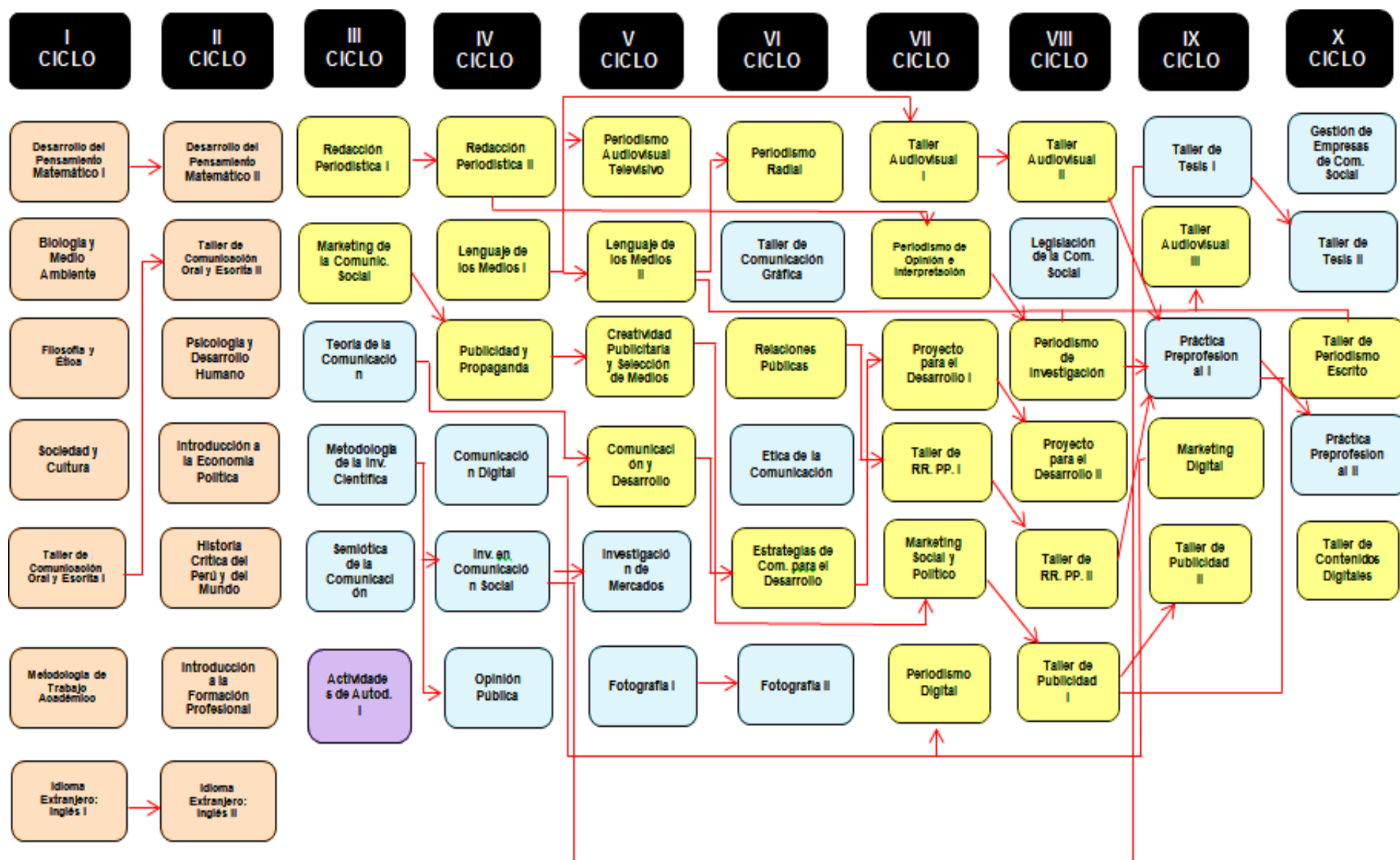
La asignatura Taller de Contenidos Digitales corresponde al área de Formación de especialidad, sub área de Comunicación Audiovisual. Es de carácter fundamentalmente práctico y capacita al alumno en la elaboración de contenidos audiovisuales generados por ordenador. Comprende modelado y animación 2D y 3D para publicidad y ficción, gráficos interactivos para web, captura de movimiento MOCAP, realidad virtual, realidad aumentada y tecnologías similares.

<u>CÓDIGO</u>	<u>ASIGNATURA</u>	<u>HORAS</u>				<u>REQUISITO</u>	<u>DEPARTAMENTO O ACADÉMICO</u>	<u>ESCOLARIDAD</u>
		<u>HT</u>	<u>HP</u>	<u>TH</u>	<u>C</u>			
341259	<b>Práctica Preprofesional II</b>	1	10	11	6	340553	Educación y Cultura	Licenciado en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, con experiencia en el área

El alumno pondrá en práctica todos los conocimientos adquiridos en su formación profesional en las diferentes áreas de la comunicación. El curso culminará con la presentación y sustentación de un proyecto donde se proponga el mejoramiento o elaboración de un nuevo producto comunicativo. Se evaluará la aplicabilidad del mismo.



# **MALLA CURRICULAR**



- ASIGNATURAS DE FORMACIÓN GENERAL
- ASIGNATURAS DE FORMACIÓN ESPECÍFICA
- ASIGNATURAS DE FORMACIÓN EN ESPECIALIDAD
- ASIGNATURAS DE AUTODEsarrollo

**CUADRO DE CONVALIDACIÓN CURSOS GENERALES 2018 - 2017**

PLAN DE ASIGNATURAS 2018				PLAN DE ASIGNATURAS 2017				
CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CONVAL
341101	I	Desarrollo del pensamiento matemático I	04	341101	I	Matemática I	04	SI
341102	I	Biología y medio ambiente	03	341102	I	Biología y medio ambiente	03	SI
341203	I	Taller de Comunicación Oral y Escrita I	04	341203	I	Taller de Comunicación Oral y Escrita	04	SI
341204	I	Filosofía y Ética	03	341204	I	Filosofía y Ética	04	SI
341305	I	Sociedad y Cultura	03	341305	I	Sociedad y Cultura	04	SI
341406	I	Metodología del trabajo académico	02	341013	I	Estrategias de Estudio y Trabajo Intelectual	02	SI
341407	I	Idioma Extranjero I (Inglés)	03	----	--	NO CONVALIDA		
341108	II	Desarrollo del pensamiento matemático II	04	31108	II	Matemática II	04	SI
341109	II	Taller de Comunicación Oral y Escrita II	03	340108	II	Redacción y Argumentación	04	SI
341210	II	Psicología y Desarrollo Humano	03	341210	I	Psicología y Desarrollo Humano	04	SI
341211	II	Introducción a la Economía Política	03	341211	II	Introducción a la Economía Política	04	SI
341212	II	Historia Crítica a del Perú y el Mundo	03	341212	II	Historia Contemporánea del Perú y del Mundo	03	SI
341513	II	Introducción a la Formación Profesional	04	341513	II	Introducción a la Formación Profesional	04	SI
341414	II	Idioma Extranjero (inglés)	03	-----	-----	NO CONVALIDA		

**CUADRO DE CONVALIDACIÓN DE ASIGNATURAS CURRÍCULO 2018 - 2010**

PLAN DE ASIGNATURAS 2018				PLAN DE ASIGNATURAS 2010				
CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CONVAL.
340915	III	Redacción Periodística	04	341615	III	Redacción Periodística I	04	SI
340816	III	Marketing de la Comunicación Social	04	341516	III	Marketing de la Comunicación Social	04	SI
340219	III	Semiótica de la Comunicación	04	340919	III	Semiótica de la Comunicación	04	SI
340217	III	Teoría de la Comunicación	04	340903	I	Teoría de la Comunicación	04	SI
340318	III	Metodología de la Investigación Científica	04	341018	III	Técnicas Cuantitativas y Cualitativas	04	SI
341020	III	Actividad de Autodesarrollo I (Danzas Folclóricas y Teatro)	02	341707	I	Actividad de Autodesarrollo I (Danzas Folclóricas) Actividad de Autodesarrollo II (Teatro y Oratoria)	02	SI
				341714	II		02	SI
340921	IV	Redacción Periodística II	04	341620	IV	Redacción Periodística II	04	SI
340622	IV	Lenguaje de los Medios I	04	341321	V	Lenguaje de los Medios I	04	SI
340823	IV	Publicidad y Propaganda	03	341522	V	Publicidad y Propaganda	04	SI
340224	IV	Comunicación Digital	04	340917	III	Taller de Informática para la Comunicación	04	SI
340325	IV	Investigación en Comunicación Social	04	341024	IV	Investigación en Comunicación Social	04	SI
340226	IV	Opinión Pública	03	340925	IV	Opinión Pública	03	SI

PLAN DE ASIGNATURAS 2018				PLAN DE ASIGNATURAS 2010				
CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CREDITO	CODIGO	CICLO	ASIGNATURA	CREDITO	CONVAL
340927	V	Periodismo Televisivo Audiovisual	04	341626	V	Periodismo Televisivo	04	SI
340628	V	Lenguaje de los Medios II	04	341327	V	Lenguaje de Medios II	04	SI
340829	V	Creatividad Publicitaria y Selección de Medios	03	341528	V	Creatividad Publicitaria y Selección de Medios	03	SI
340730	V	Comunicación y Desarrollo	03	341429	V	Comunicación y Desarrollo	03	SI
340331	V	Investigación de Mercados	04	341030	V	Investigación de Mercados	04	SI
340232	V	Fotografía I	03	340931	V	Fotografía I	03	SI
340933	VI	Periodismo Radial	04	341632	VI	Periodismo Radial	04	SI
340234	VI	Taller de Comunicación Gráfica	04	340933	VI	Taller de Diagramación y Diseño Gráfico	04	SI
340735	VI	Relaciones Públicas	04	341434	VI	Relaciones Públicas	04	SI
340436	VI	Ética de la Comunicación	03	341135	VI	Ética de la Comunicación	03	SI
340737	VI	Estrategias de Comunicación para el Desarrollo	04	341436	VI	Estrategias de Comunicación para el Desarrollo	04	SI
340238	VI	Fotografía II	03	341637	VI	Fotografía II	03	SI

CODIGO	CICLO	ASIGNATURA	CREDITO	CODIGO	CICLO	ASIGNATURA	CREDITO	CONVAL
340639	VII	Taller Audiovisual I	04	341338	VII	Taller Audiovisual I	04	SI
340940	VII	Periodismo de Opinión e Interpretación	04	341639	VII	Periodismo de Opinión e Interpretación	04	SI
340741	VII	Proyecto para el Desarrollo I (Salud y Medio Ambiente)	04	341440	VII	Proyecto para el Desarrollo I (Salud y Medio Ambiente)	04	SI
341442	VII	Taller de Relaciones Publicas I (Comunicación Estratégica)	04	341441	VII	Taller de Relaciones Publicas I (Comunicación Estratégica)	04	SI
340843	VII	Marketing Social y Político	03	341542	VII	Marketing Social y Político	03	SI
340944	VII	Periodismo Digital	03	341643	VII	Periodismo y Comunicación Digital	03	SI
340645	VIII	Taller Audiovisual II	04	341344	VIII	Taller Audiovisual II	04	SI
340446	VIII	Legislación de la Comunicación Social	03	341145	VIII	Legislación de la Comunicación Social	03	SI
340947	VIII	Periodismo de Investigación	03	341646	VIII	Periodismo de Investigación	03	SI
340748	VIII	Proyecto para el Desarrollo II (Educación, Democracia y Ciudadanía)	04	341447	VIII	Proyecto para el Desarrollo II (Educación, Democracia y Ciudadanía)	04	SI
340749	VIII	Taller de Relaciones Públicas II (Identidad Corporativa e Imagen Institucional)	04	341448	VIII	Taller de Relaciones Públicas II (Identidad Corporativa e Imagen Institucional)	04	SI
340850	VIII	Taller de Publicidad I	04	341549	VIII	Taller de Publicidad I	04	SI

CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CÓDIGO	CICLO	ASIGNATURA	CRÉDITO	CONVAL
340351	IX	Taller de Tesis I	04	341050	IX	Seminario de Tesis I	05	SI
340652	IX	Taller Audiovisual III	04	341352	IX	Taller Audiovisual III	04	SI
340553	IX	Práctica Preprofesional I	05	341253	IX	Práctica Preprofesional I	07	SI
340854	IX	Marketing Digital	04	----	---	-----		---
340855	IX	Taller de Publicidad II	04	341551	IX	Taller de Publicidad II	04	SI
340256	X	Gestión de Empresas de Comunicación Social	04	340354	X	Gestión de Empresas de Comunicación Social	04	SI
340357	X	Taller de Tesis II	04	341055	X	Seminario de Tesis II	04	SI
340958	X	Taller de Periodismo Escrito	04	341656	X	Taller de Periodismo Escrito	04	SI
340559	X	Práctica Profesional II	06	341257	X	Práctica Profesional II	08	SI
340660	X	Taller de Contenidos Digitales	04	-----	--	NO CONVALIDA	---	-----

**V**

**MARCO**

**ADMINISTRATIVO Y**

**NORMATIVO**



### **5.1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y/O TÉCNICA QUE DIRIGE Y EVALÚA DIRECTAMENTE LA FORMACIÓN PROFESIONAL**

Está enmarcada dentro de la administración académica de la universidad. Tiene como propósito la planificación, organización, implementación y ejecución del trabajo curricular y optimización, es decir el logro de los objetivos y perfil profesional propuesto, utilizando al máximo los recursos humanos, materiales y de infraestructura con los que cuenta la universidad.

#### **Lineamientos:**

- La administración del currículo planifica, organiza, implementa y ejecuta las acciones previstas en el currículo.
- La Facultad, con apoyo de la comisión permanente de currículo, las escuelas académicas y departamentos académicos, tienen como responsabilidad la administración curricular en los respectivos niveles jerárquicos, dentro de una administración funcional, sistemática y democrática.
- El departamento académico, como unidad operativa, es el órgano de prestación de servicios académicos, con su personal que trabaja en equipo y bajo los principios de interdisciplinariedad e integración de la investigación con el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Para facilitar un auténtico y eficaz aprendizaje del dominio cognoscitivo, así como la adquisición y desarrollo de aptitudes, se emplearán estrategias de enseñanza tendientes a mejorar la calidad y eficiencia de la enseñanza, dando énfasis a la investigación científica, trabajos de campo y de laboratorio.
- La organización de los horarios y la utilización de la infraestructura serán funcionales, brindando las facilidades del caso a los alumnos y profesores.
- Los sílabos de las asignaturas serán desarrollados previa aprobación por el departamento académico.
- El manejo de los sistemas de autoaprendizaje permitirá que los alumnos avancen en su aprendizaje según su capacidad intelectual e interés individual.
- El rol del docente será fundamentalmente de guía, orientador y motivador del aprendizaje del alumno, en forma individual y de grupo.
- Las acciones curriculares serán permanentemente reguladas por una adecuada evaluación formativa y una eficiente coordinación para establecer la interrelación en cuanto a su ejecución, entre la programación operativa y silábica.
- El ingreso en la Escuela Académico Profesional de Educación Primaria será por concurso de admisión.
- El régimen de matrícula es semestral.

### **5.2. REQUISITOS PARA ADMISIÓN, MATRÍCULA Y PROMOCIÓN POR CICLOS, PARA EL BACHILLERATO Y TÍTULO PROFESIONAL**

#### **5.2.1. REQUISITOS PARA ADMISIÓN:**

- La Dirección de Admisión se encarga de formular los instrumentos válidos para garantizar la selección de los postulantes de acuerdo al perfil establecido y otras que se considere pertinentes en la carrera profesional de: Educación Inicial, Primaria, Secundaria, Comunicación Social y Derecho y Ciencias Políticas.

## **MODALIDADES DE ADMISIÓN**

### **I. EXAMEN ORDINARIO:**

- a) DNI en original.
- b) Comprobante de pago por derecho de inscripción, expedida por el Banco de la Nación.
- c) Ficha de preinscripción.
- d) Ficha socioeconómica (se descarga de la página).
  - e) Pueden postular los egresados de educación secundaria en el país o sus equivalentes en el extranjero. Se someten a un examen que comprende aptitud académica y conocimientos (100 preguntas), con doble opción de ingreso a una escuela profesional, dentro del área académica a las que postulan. La segunda opción es voluntaria. Las escuelas profesionales de Medicina Humana y de Enfermería no constituyen segunda opción de ninguna otra escuela.

Si el postulante logra ocupar una vacante, obligatoriamente debe presentar certificado de estudios del 1ro. al 5to. Grado de educación secundaria, expedido por el director de la IE, y el acta de nacimiento, ambos en original.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES CON DERECHO A EXONERACIÓN**

**(PRIMEROS PUESTOS).** Además de los requisitos precisados anteriormente, se presentarán los siguientes documentos:

- El acta de adjudicación del orden de mérito, otorgada por el centro educativo y refrendado por la Subregión de Educación a la que pertenece.
- El certificado de los cinco años de estudios secundarios, debe llevar en el reverso la anotación del promedio general de todos los años de estudios que figura en el acta de adjudicación del orden de mérito (1º y 2º puesto)

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES PARA TRASLADO INTERNO.**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos b, c, d y e ) se presentarán los siguientes documentos:

- Certificado original de estudios, expedido por la Oficina Central de Evaluación y Desarrollo Académico.
- Constancia de matrícula vigente, expedida por la Oficina Central de Evaluación y Desarrollo Académico.
- Constancia de ingreso, expedida por la Oficina Central de Evaluación y Desarrollo Académico.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES PARA TRASLADO EXTERNO:**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos b, c, d y e del numeral 2.1) se presentarán los siguientes documentos:

- Certificado original de estudios. Si el postulante proviene de una universidad extranjera, dichos certificados deben de estar legalizados por el Consulado Peruano en el país de origen y refrendado por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú.
- Constancia de matrícula emitida por la Universidad o institución de origen (dentro de los plazos vigentes).
- Constancia de ingreso, expedida por la Universidad o institución de origen.
- Constancia de no haber sido separado de la Universidad o institución de origen por asuntos académicos

o faltas disciplinarias.

- Copia autenticada del plan de asignaturas de la carrera profesional que sigue en la institución de origen.
- Copia del pasaporte con visa de residencia si el postulante es extranjero.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES POR SEGUNDA PROFESIÓN:**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos b, c, d y e del numeral 2.1) se presentarán los siguientes documentos:

- Certificado original de estudios de la universidad de procedencia.
- Copia del grado y título profesional debidamente autenticado por el Secretario General de la universidad de origen, o por el Secretario General de la UNS.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES POR LA MODALIDAD DE DEPORTISTA CALIFICADOS:**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos a, b, c, d y e del numeral 2.1) se presentarán los siguientes documentos:

- Una acreditación otorgada por el Instituto Peruano del Deporte, indicando su condición de deportista calificado a nivel regional, nacional o internacional.
- Constancia otorgada por la liga o el organismo de la disciplina correspondiente que acredite la actividad deportiva en que se destacó y destaca, dentro de los 3 últimos años en certámenes regionales, nacionales o internacionales.
- Para certámenes nacionales o internacionales son válidos los 3 primeros puestos en la competencia, y para regional, el primer puesto.
- Compromiso notarial de participar obligatoriamente representando a la UNS en las competencias deportivas en las que ella intervenga.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES POR LA MODALIDAD DE VÍCTIMAS DEL TERRORISMO:**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos a, b, c, d y e del numeral) se presentarán los siguientes documentos:

- La documentación que califica y acredita fehacientemente su condición, expedida por el Consejo Regional de Calificación, establecido en el DS. Nº 064-89-PCM.

#### **REQUISITOS PARA POSTULANTES POR LA MODALIDAD DE INGRESO DIRECTO A TRAVÉS DE CEPUNS:**

Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos a, b, c, d y e del numeral 2.1) se presentarán los siguientes documentos:

- Comprobante de pago por derecho de constancia de ingreso.

## **REQUISITOS PARA POSTULANTES POR LA MODALIDAD DE INGRESO**

**PREFERENTE:** Además de los requisitos precisados anteriormente (sólo los incisos a, b, c, d y e del numeral 2.1) se presentarán los siguientes documentos:

- Constancia expedida por la Dirección de su Centro Educativo acreditando la nota promedio de sus estudios secundarios (no menor a quince).
- Comprobante de pago por derecho de examen preferente.

### **5.2.2. REQUISITOS PARA MATRÍCULA:**

Los requisitos para registrar matrícula en cualquiera de los ciclos de estudios de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social son:

- Pago por derecho de matrícula.
- Consolidado de notas

### **5.2.3. REQUISITOS DE PROMOCIÓN POR CICLOS:**

Por ser el currículo flexible, los estudiantes pueden matricularse en los cursos que no tienen prerrequisitos hasta completar el número de créditos. La matrícula se efectúa de acuerdo al Reglamento de Matrícula.

### **5.2.4. REQUISITOS PARA EL BACHILLERATO Y TÍTULO PROFESIONAL:**

#### **GRADO ACADÉMICO:**

La Universidad Nacional del Santa otorga a nombre de la Nación el **GRADO DE BACHILLER EN COMUNICACIÓN SOCIAL** a los egresados que hayan cumplido y aprobado los diez (10) ciclos semestrales de estudios, o doscientos veinte créditos (220) créditos.

El Reglamento General de Grados y Títulos de la UNS precisa el procedimiento para la obtención del grado académico.

#### **TÍTULO PROFESIONAL:**

La Universidad Nacional del Santa otorga a nombre de la Nación el título de **LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL** a los bachilleres que hayan presentado, sustentado y aprobado tesis, o los que aprobaron el trabajo de suficiencia profesional que el Reglamento General indica para Obtener el Grado Académico de Bachiller y el Título Profesional en la UNS.

Asimismo, el bachiller presentará el certificado de dominio de un idioma extranjero, preferentemente inglés o lengua nativa, de preferencia el quechua, expedido por el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Santa. En caso de estudiar en otro centro de idiomas tendrá que rendir un examen a fin de que el Centro de Idiomas de la UNS expida el certificado correspondiente.

El Reglamento antes mencionado precisa el procedimiento para la obtención del título profesional.

### **5.3. SISTEMA DE TUTORÍA Y CONSEJERÍA Y ASESORÍA DE TESIS**

Esta actividad se concibe dentro de la estructura curricular como un elemento básico del sistema académico de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social, y comprende el conocimiento, guía y orientación del estudiante en sus actividades académicas y de formación profesional.

#### **Objetivos :**

**A nivel de estudiante:** El estudiante estará en condiciones de:

- Adquirir competencias para autogestionar con éxito su vida personal, académica y social.
- Desarrollar habilidades para afrontar los retos que se presenten en el transcurso de su vida estudiantil y fuera de ella.
- Fomentar y ampliar el autoconocimiento de sus potencialidades, debilidades, aptitudes, actitudes que posee como persona, como estudiante y como futuro profesional.
- Valorar su futuro ejercicio profesional con calidad.

**A nivel de la Escuela:**

- Brindar servicios educativos con los más altos estándares de calidad de educación universitaria.
- Desarrollar políticas curriculares que incluyan actividades de orientación y desarrollo personal
- Promover la ética y el desarrollo moral de los estudiantes.

#### **Principios y Fundamentos:**

- La tutoría y la consejería es el instrumento principal y eficaz para hacer posible el proceso de enseñanza aprendizaje y la investigación científica, teniendo en cuenta principalmente la estrategia del autoaprendizaje y el énfasis en el trabajo práctico, talleres laboratorio y trabajo de campo que caracteriza a la universidad.
- Se sustenta en una permanente y efectiva comunicación entre el profesor y el estudiante desarrollando sentimientos de estimación, respeto y confianza recíproca.
- Orienta y ayuda al estudiante en el trabajo académico de enseñanza - aprendizaje e investigación para el logro de los objetivos curriculares e instruccionales.
- Orienta y ayuda al estudiante en la solución de sus problemas académicos, proporcionándole la necesaria información para una adecuada toma de decisiones.
- Ayuda a su formación integral personal, prestando atención a los aspectos: Personal académico y formación profesional.

#### **Áreas de atención y su operatividad:**

- El servicio de tutoría y consejería comprenderá las áreas siguientes: personal, académica y formación profesional.

- Los estudiantes se incorporarán al servicio de tutoría y consejería desde su ingreso a la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social hasta su egreso.
- Contarán con un tutor o consejero que será un profesor ordinario o jefe de prácticas a dedicación exclusiva o tiempo completo de la escuela y/o facultad, sin distingo de categoría.

**Organización del servicio:**

La administración de tutoría y consejería formará parte del sistema de tutoría y orientación de la Universidad Nacional del santa, y a nivel de la Escuela Profesional de Comunicación Social estará a cargo de una comisión permanente, conformada por tres docentes de la escuela, quienes tendrán a cargo las funciones de la programación, implementación, ejecución y evaluación del servicio, incluyendo la coordinación con los profesores tutores o consejeros.

**Asesoría de tesis:**

Los estudiantes de la EP Comunicación Social tienen la oportunidad de iniciar su tesis en el VIII ciclo, presentando su solicitud para la designación oficial de su asesor de tesis.

El docente asesor tiene el compromiso de asesorar al estudiante o al egresado en todo el proceso de elaboración de tesis.

**VI**

**MARCO**

**AUTOEVALUATIVO,**

**EVALUATIVO Y DE**

**PROYECCIÓN SOCIAL**

## 6.1. LA AUTOEVALUACIÓN:

Es un proceso participativo interno de reflexión y evaluación que, siguiendo una metodología previamente fijada, describe y valora su realidad con la finalidad de mejorar la calidad educativa. La autoevaluación se llevará a cabo anualmente con fines de mejora, teniendo en cuenta los estándares de calidad que el organismo operador de SINEACE (CONEAU) ha autorizado.

Para llevar a cabo la autoevaluación del currículo se requiere, entre otros, lo siguiente:

- Gran motivación interna para emprender la autoevaluación con el objetivo claro de mejorar la calidad del proyecto educativo (currículo).
- Voluntad de la comunidad universitaria para realizar el análisis y la valoración del currículo, fundamentalmente el logro de las competencias profesionales propuestas.
- Formular propuestas concretas para mejorar la calidad, y definir las estrategias para su logro.
- Una cultura de autoevaluación permanente.

## 6.2. LA EVALUACIÓN:

La evaluación es un proceso de previsión, obtención, análisis de información objetiva y útil para la formulación de juicios de valor (válidos), orientados a la toma de decisiones.

La definición hace referencia a tres aspectos:

### 6.2.1. CURRÍCULO:

La evaluación curricular es el proceso de previsión, obtención, análisis e interpretación de información objetiva y útil sobre el currículo en su conjunto con el objeto de formular juicios válidos para tomar decisiones orientadas a optimizarlo.

La evaluación se realiza mediante los siguientes niveles:

**Coherencia interna:** Es la que analiza y valora la dinámica del currículo a través de sus diferentes etapas de desarrollo: planificación, organización, implementación, ejecución y evaluación. Este tipo de metodología evaluativa permite lograr evidencias en relación a la correspondencia que existe entre los objetivos establecidos en la planificación curricular con los demás elementos: objetivos, contenidos, medios y materiales educativos, métodos, actividades, infraestructura, tiempo.

**Coherencia externa:** Que es la metodología evaluativa que permite obtener y procesar información acerca de la correspondencia que existe entre el currículo y sus logros y las necesidades de cambio y desarrollo de la sociedad. Los aspectos por evaluar son: la autoevaluación de la escuela, la evaluación de la institución y la evaluación externa.

**Evaluación de logros:** Analiza y valora los resultados obtenidos en la relación a los objetivos curriculares programados. En otras palabras, permite medir, interpretar resultados, consecuencias y logros sobre la forma y extensión en que fueron alcanzados los objetivos. La evaluación en este nivel trata de responder entre otras preguntas las siguientes:



Se ha logrado los perfiles académicos y profesionales previstos en el currículo.

Se han logrado los objetivos de aprendizaje previstos en la programación silábica de los cursos. Si no se han logrado todos los objetivos. Cuáles son lo que se han alcanzado, en qué grado.

#### **6.2.2. ASIGNATURA:**

La evaluación es un proceso fundamentalmente educativo, destinado a controlar y asegurar la calidad de los aprendizajes. La evaluación de la asignatura debe reunir las siguientes características:

- Debe apoyar el logro de aprendizajes de calidad.
- Debe ayudar a ubicar a cada estudiante en el nivel curricular que le permita tener éxito-
- Debe ser integral en una doble dimensión: a) Recoge y procesa información sobre el conjunto de aprendizajes intelectuales, afectivo-actitudinales y operativo-motores de los estudiantes. b) Detecta las causas del éxito o fracaso.
- Debe ser permanente.
- Debe ser sistemática.
- Debe ser objetiva.
- Debe ser participativa, por lo que los estudiantes debe manejar instrumentos de evaluación que les permita autoevaluarse y evaluar a los demás.

#### **6.2.3. DOCENTE :**

La evaluación de los docentes se realiza anualmente, de acuerdo a un Reglamento. En ella se evalúa varios aspectos, entre ellas son: capacitación, desarrollo de las actividades lectivas, investigación, publicación, actividades de proyección social, desempeño de cargos, entre otros.

La Dirección de Escuela debe realizar el seguimiento y evaluación a los docentes con la finalidad de garantizar un servicio de calidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Los aspectos que debe evaluarse serían:

- Su grado de información y destreza para organizar y propiciar la experiencia de aprendizaje con pleno manejo de los recursos humanos y materiales con que cuenta.
- Si conoce y maneja los principios del aprendizaje lo que garantiza si sus estrategias de enseñanza, previstas y /o ejecutadas, utilizan los conocimientos disponibles sobre la manera de producirse el aprendizaje.
- Si conoce o identifica la naturaleza de cada aprendizaje es decir, la clase de comportamiento que se requiere o demanda del alumno para comprobar que ha habido un logro de aprendizaje determinado.
- Si imprime una estructura lógica a su contenido, es decir a la organización y experiencia que constituyen el contenido de una línea de acción educativa.
- Si conoce y toma en cuenta algunas características básicas de los educandos: aptitudes, madurez, estructura mental, actitudes y hábitos.

- Si provee las condiciones que conducen a las formas de aprendizaje deseadas en función de las características de los educandos y de los materiales educativos que dispone.
- Si le es fácil guiar o conducir a los educandos al logro de los objetivos.
- Si utiliza la retroalimentación como instrumento de mejoramiento del aprendizaje en general y de sus condiciones y factores.

#### **6.2.4. ESTUDIANTE :**

Es el proceso de previsión, obtención, análisis e interpretación de información objetiva y útil sobre la situación educativa del educando, avances y dificultades que experimentan en su aprendizaje, con el objeto de formular juicios válidos para tomar decisiones con fines de promoción y/o reajuste o mejoramiento del proceso enseñanza-aprendizaje.

Los tipos de evaluación, según la función que desempeñan, son: diagnóstica, formativa y sumativa.

#### **6.2.5. EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA:**

Sirve para obtener información válida y útil para el diagnóstico de situaciones iniciales o de entrada del estudiante, que posibilite identificar prerrequisitos y objetivos logrados.

Consiste en obtener información científicamente válida y suficiente acerca del estudiante, para poder operar eficazmente en el reajuste y perfeccionamiento de la acción y del sistema educativo.

Obtener información válida y confiable para determinar: si la orientación de la acción educativa y el perfil educativo propuesto, responden a la intencionalidad prevista en los fines de la educación, asumidos por una sociedad y en los objetivos generales de nivel y/o modalidad. Esto es para determinar la coherencia externa de la acción educativa.

Obtener información válida y confiable para determinar si el perfil educativo propuesto, el trabajo técnico pedagógico y la implementación de la acción educativa, en el aula, en el centro educativo y/o nivel, mantienen la orientación especificada en las bases doctrinarias, teóricas y tecnológicas; esto es para el enjuiciamiento interno de la acción educativa.

#### **6.2.6. EVALUACIÓN FORMATIVA:**

La evaluación es formativa cuando se emplea en la valoración de procesos y supone la obtención de información a lo largo de dicho proceso, el cual permitirá tener un conocimiento permanente de la situación evaluada del estudiante.

La función de esta evaluación es brindar información permanente y sistemática al estudiante y al docente en relación al progreso que logra el estudiante a medida que se avanza en los pasos que desarrolla el proceso enseñanza-aprendizaje, para la toma de decisiones continua y oportuna, y por lo tanto, la generación de una acción reguladora entre el proceso de enseñanza y el proceso de aprendizaje con el fin de mejorar dichos procesos.

Las funciones de la evaluación formativa son:

- Recolecta información referente al progreso y las dificultades de aprendizaje.
- Constituye un control de calidad de las experiencias de aprendizaje.
- Informa sobre el proceso de los alumnos y el logro gradual de los objetivos.
- Informa sobre el grado de dominio de una determinada actividad de aprendizaje y señala la parte no dominada.
- Detecta las deficiencias en las etapas de la ejecución e implementación del PEA.
- Informar de los logros obtenidos, y eventualmente, advertir dónde y en qué nivel existen dificultades de aprendizaje, permitiendo la búsqueda de nuevas estrategias educativas.
- Aporta la retroalimentación permanente al desarrollo del programa educativo.

#### **6.2.7. EVALUACIÓN SUMATIVA:**

Es aquella que se emplea para la valoración de productos, procesos o aprendizajes que se consideran terminados en una determinada etapa, con el fin de determinar si el resultado es positivo o negativo; es decir, para tomar decisiones, ya sea de aprobación o desaprobación.

Los propósitos de este tipo de evaluación:

- Calificar a los estudiantes, juzgar la eficiencia del docente y comparar los resultados de las experiencias de aprendizaje con los objetivos previstos en la programación del PEA. Las funciones son:
- Identifica las normas y criterios de la evaluación final.
- Informa sobre el grado o nivel de progreso total logrado al final del PEA.
- Asigna calificativos y certifica la promoción de los alumnos.
- Fija el punto inicial en el aprendizaje de la asignatura o módulo subsiguiente

### **6.3. SISTEMA DE SUPERVISIÓN, DEFINICIÓN Y ALCANCES DE LA SUPERVISIÓN.ÁREAS DE SUPERVISIÓN**

La supervisión y evaluación del proceso curricular son medios de integración y regulación de las experiencias curriculares; es decir, ayudan a lograr la coherencia entre el sistema académico y las necesidades de desarrollo y cambio social; así como la programación, implementación, ejecución y evaluación de los resultados curriculares.

Son medios de regulación en la medida que facilitan la toma de decisiones adecuadas y oportunas conducentes al mejoramiento de calidad de los resultados obtenidos y prever las acciones remediales respectivas.

### **6.4. DEFINICIÓN Y ALCANCES DE LA SUPERVISIÓN:**

La supervisión es un servicio técnico pedagógico de asesoramiento y orientación en el desarrollo del trabajo curricular a fin de asegurar la calidad y eficiencia académica en función de los objetivos y perfil académico y profesional previsto en el currículo.

### **6.5. ÁREAS DE SUPERVISIÓN:**

Son fundamentalmente dos:

- Asesoramiento y orientación en la ejecución curricular a nivel de proceso de enseñanza-aprendizaje, con el fin de lograr mejores rendimientos, tanto de calidad como de cantidad de los aprendizajes del estudiante.
- Asesoramiento y orientación en los aspectos institucionales y sistémicos (servicios) de la universidad y de las instituciones, según convenio en la que los estudiantes realizarán sus experiencias prácticas con la finalidad de lograr mejor calidad en los resultados del trabajo curricular en términos de conducta profesional, coherente con la orientación de la universidad y sus objetivos.

### **6.6. DEFINICIÓN Y ALCANCE DE LA EVALUACIÓN:**

La evaluación curricular es un proceso continuo cuya información es útil para la toma de decisiones en los ajustes que se puedan realizar en función de los objetivos curriculares.

La evaluación del currículo propone, fundamentalmente tres propósitos:

Permite valorar la coherencia que existe entre el logro de los objetivos terminales, perfil académico profesional y las necesidades de desarrollo de la sociedad.

Ayuda a tomar decisiones para lograr eficiencia en cada una de las etapas del desarrollo curricular programación, implementación, ejecución y evaluación de logros, racionalizando los procesos y los recursos tecnológicos disponibles.

Valora los resultados del proceso enseñanza-aprendizaje y contribuye a mejorar la calidad de tales resultados a través del desarrollo de decisiones y acciones correctivas

## 6.7. NIVELES DE EVALUACIÓN :

**Evaluación de coherencia externa:** Analiza y valora la correspondencia entre el marco situacional, marco conceptual, marco estructural y marco metodológico del currículo, que responda a las necesidades de desarrollo y cambio de la sociedad.

**Evaluación de coherencia interna:** Analiza y valora la dinámica del currículo a través de sus etapas de desarrollo: programación, implementación, ejecución y evaluación con el objetivo de dar una visión sistemática con respecto a la relación y coherencia de los objetivos con los contenidos, con los medios y materiales educativos, con las actividades de aprendizaje, la infraestructura y el tiempo.

**La evaluación de logros:** Analiza y valora los resultados obtenidos en relación a los objetivos curriculares programados.

Permite medir, interpretar resultados, consecuencia y logros.

Asimismo, da alcances sobre la forma y extensión en que son logrados los objetivos en diferentes niveles de trabajo curricular.

## 6.8. UNIDAD DE EJECUCIÓN:

Corresponde a la comisión de currículo de la Facultad de Educación y Humanidades diseñar el modelo; así como los procedimientos y técnica de instrumentos para realizar las acciones de supervisión y evaluación permanente del currículo, en coordinación con los jefes de departamentos académicos que intervienen, y el director de la escuela académica respectiva.

## 6.9. PROYECCIÓN EN EL POSTGRADO

Los bachilleres egresados de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social tienen la posibilidad de seguir estudios de postgrado en cualquier universidad del país o el extranjero. Los postgrados a los que tendrían acceso los bachilleres serían las escuelas de postgrado relacionados a la comunicación social general.

# ANEXO

## **MANUAL DE ELABORACIÓN DE SILABOS POR COMPETENCIAS**

### **I. INTRODUCCIÓN.-**

La finalidad del presente manual es uniformizar los criterios para elaborar los sílabos por competencias como resultado de la planificación.

El sílabo es un instrumento elaborado por un equipo de docentes especialistas en el área, quienes planifican, organizan, ejecutan y evalúan en forma, periódica, sistemática y ordenada. Dicho sílabo debe ser entregado en físico a los estudiantes matriculados el primer día de clases, y se evidenciará con el acta de entrega y recepción.

las competencias derivadas del currículo de la Escuela Profesional de Comunicación Social, teniendo en cuenta la sumilla y el perfil del egresado.

### **II. IMPORTANCIA DEL SILABO**

- 2.1. La planificación asegura el desarrollo óptimo del proceso enseñanza - aprendizaje.
- 2.2. Que los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales y otros componentes planificados aseguren el logro de las competencias de la asignatura y las profesionales.
- 2.2. Responde a las preguntas básicas de: ¿Qué aprender? , ¿para qué aprender? y ¿cómo aprender? aprender, con qué métodos y materiales, en qué tiempo, cómo se sabrá y cuánto han aprendido. (Jerrold Kemp).
- 2.3. Contribuye a formar al futuro profesional integrando los conocimientos, las destrezas y habilidades, así como las actitudes en los campos educativos, preparándoles para un clima laboral multidisciplinario e interdisciplinario, que gire en torno de la calidad de atención en educación.

### **III. CARACTERÍSTICAS :**

- 3.1. El sílabo debe responder a la finalidad de la asignatura. Para lo cual el docente debe estructurar lo que va a enseñar y cómo va a enseñar.
- 3.2. El sílabo no debe ser un instrumento rígido, sino que es una guía de trabajo académico posible de adecuarse a los fines trazados en el proceso enseñanza – aprendizaje.
- 3.3. Debe facilitar que el estudiante desarrolle sus capacidades físicas y mentales, creando condiciones favorables para la investigación y que motive la administración de sus propios conocimientos.
- 3.4. Plantea contenidos, estrategias de enseñanza – aprendizaje y de evaluación en forma sistemática, ordenada, coherente favoreciendo el proceso educativo de una asignatura. Asimismo da la orientación para la búsqueda de la bibliografía para la ampliación de temas de interés.

#### IV. BASE LEGAL:-

- 4.1. Ley n.° 30220- Ley Universitaria.
- 4.2. Estatuto UNS
- 4.3. Reglamento General de la UNS
- 4.4. Reglamento del Estudiante de Pregrado UNS
- 4.5. Reglamento de la Actividad Docente

#### V. PARTES PRINCIPALES DEL SÍLABO:-

##### 5.1. LA SUMILLA :

**5.1.1. ¿Qué es la sumilla?** : Es una descripción breve sobre lo esencial de la asignatura, cuyo contenido responde a las interrogantes: ¿qué?, ¿cómo? ¿para qué?, y se encuentra en el currículo de la escuela profesional. Ésta debe ser evaluada y mejorada anualmente.

##### 5.1.2. Componentes de una sumilla:

- a) **Naturaleza del curso:** Mencionar si es una asignatura de formación general o de especialidad.
- b) **Carácter o modo del curso:** Mencionar si es una asignatura netamente teórica, o práctica o teórico-práctica.
- c) **Propósito:** Se menciona cómo el curso coadyuva al logro del perfil profesional en las competencias genéricas y específicas.
- d) **Contenido:** Indica los contenidos generales, tanto conceptuales, procedimentales y actitudinales.

Ejemplo:

**SUMILLA:** Esta asignatura es de **formación general** y de **carácter** teórico-práctica. **Proporciona** al estudiante desarrollar sus habilidades comunicativas y lingüísticas en su expresión oral y escrita, que serán aplicadas en su vida diaria y en el ejercicio de su profesión. **Comprende el estudio** y la aplicación de la comunicación lingüística, teniendo en cuenta los aportes de la Psicolingüística, Sociolingüística, Lingüística del texto y la Pragmática; asimismo, estarán capacitados para producir diversos textos narrativos, descriptivos y expositivos, sobre la base del estudio de la ortografía , redacción y elocución, empleando métodos activos en los talleres. Asimismo, el estudiante estará capacitado para elaborar y expresar conferencias y discursos en público sobre temas académicos y de la cotidianidad, sobre la base de grandes oradores y conferencistas.



## 5.2. COMPETENCIAS DE LA CARRERA Y DE ASIGNATURA:

La competencia curricular es el conjunto de habilidades, saberes y actitudes que hacen posible la actuación autónoma y suficiente del educando en las diversas situaciones de interacción con su entorno, que representa para el estudiante un problema o desafío, expresándose a través de desempeños cognitivos, crítico - reflexivos, constructivos y resolutivos.

Según Cullen,C (1996), la competencia profesional “son complejas capacidades integradas, en diversos grados , que la educación debe formar en los individuos para que puedan desempeñarse como sujetos responsables en diferentes situaciones y contextos de la vida social y personal, sabiendo observar, hacer , actuar y disfrutar convenientemente, evaluando alternativas, eligiendo las estrategias adecuadas y haciéndose cargo de las decisiones tomadas” . Las competencias son un conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas, tanto específicas como transversales que debe reunir un titulado para satisfacer plenamente las exigencias de los contextos sociales. Las competencias son capacidades que el estudiante desarrolla en forma gradual y a lo largo de todo el proceso educativo, y son evaluados en diferentes etapas. Pueden estar divididas en competencias genéricas y específicas ( Proyecto tuning, 2007).

### CARACTERIZACIÓN DE LAS COMPETENCIAS:

- a) Es un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados, en el sentido que el individuo ha de “**saber hacer**” y “**saber estar**” para el ejercicio profesional. El dominio de estos saberes le hacen “capaz “de actuar con eficacia en situaciones profesionales (Ferrández,1997).
- b) Las competencias no son reducibles ni al saber, ni al saber-hacer, adquiridos en la formación profesional; sino también reside en la movilización de los recursos. Para ser competente es necesario también poner en juego el repertorio de recursos. Saber, además, no es poseer, es **UTILIZAR** ( FEU, 1984, Ginisty, 1997 y otros).
- c) Las competencias pueden ser adquiridas a lo largo de la vida, a través de la **experiencia** (MSC, 1985; Levi-Leboyer,1997).
- d) El **contexto** juega un papel importante en las competencias. El contexto exige una competencia particular ( FEU, 1984, Ginisty,1997 y otros).

Las competencias de la carrera están establecidas en el presente currículo. Son de dos clases: genéricas y específicas. El docente seleccionará lo que corresponde al curso. Ejemplo:

#### COMPETENCIA GENÉRICA:

**COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS:** Capacidad de Comunicación oral y escrita.

**COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA:** Se elabora teniendo en cuenta las competencias genéricas y específicas establecidas en el presente currículo. Las características para su elaboración son:

- Señalar los resultados de aprendizaje, metas globales o logros que alcancen los estudiantes.
- Deben ser concebidos y formulados como una descripción de los resultados generales, o logros alcanzados por los estudiantes como consecuencia de participar en el proceso educativo de la asignatura.
- Deben expresar el desempeño de las capacidades, habilidades, destrezas, competencias y actitudes de dimensión amplia que los estudiantes serán capaces de mostrar haber adquirido.
- Deben tener un nivel satisfactorio de generalidad, un justo medio entre formulaciones muy amplias e impracticables listas de tipos específicos de conductas.
- Dada la naturaleza del objetivo y del aprendizaje involucrado, este puede ser ubicado dentro de una taxonomía o clasificación: cognitivo, afectivo y psicomotor (Bloom); información verbal, habilidades intelectuales, estrategias cognitivas, destrezas motoras, actitudes (Gagne) o cualquier otra.
- En las asignaturas de matemáticas y física esencialmente cognitivas, deben considerarse objetivos motrices y actitudinales.
- LA **REDACCIÓN** de la competencia será de la siguiente manera:

Primero es el **VERBO O VERBOS** en tercera persona que expresen con claridad la habilidad, destreza o actitud por lograr, y que estarán directamente vinculados con el contenido. El verbo o verbos deberán indicar actividades observables y medibles con propósitos de evaluación. Luego el **OBJETO** de la competencia por lograr, y finalmente la **CONDICIÓN**.

Ejemplo:

Comprende y produce adecuadamente diversos textos mostrando disposición en el proceso.

### 5.3. TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

Cada asignatura contendrá las líneas de investigación para que los estudiantes, según el nivel de ubicación del curso, elaboren, presenten y sustenten, al final del desarrollo del curso, los trabajos de investigación. Los trabajos de investigación no se refieren a un trabajo completo de investigación, sino parte de ella. El docente asesora a los estudiantes durante el desarrollo de la asignatura.

### 5.4. PROGRAMACION DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

La **Unidad didáctica** es el conjunto estructurado que integra los elementos del currículo a partir de una unidad temática y sus objetivos específicos. Como se puede apreciar, en este enfoque de trabajo los objetivos específicos deben anotarse en cada unidad didáctica pues a partir de ellos se diseñan: estrategias de aprendizaje y evaluación, integrando todo en una unidad de aprendizaje para los estudiantes. Contiene la siguiente estructura:

**1. TÍTULO DE LA UNIDAD:**

**2. CAPACIDADES:**

**Ejemplo:**

- \* Elabora textos escritos teniendo en cuenta las características y estrategias del discurso escrito.

**3. DURACIÓN:** Deber ser planificada en semanas

**4. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**

- Los métodos, procedimientos y técnicas deben ser seleccionados en función a la naturaleza y propósitos de la asignatura.
- Debe propiciarse la participación activa de los estudiantes en la construcción de sus aprendizajes y el desarrollo de sus capacidades.
- Debe promoverse el aprender haciendo y la investigación como un modo de conocimiento.
- Debe promoverse los procedimientos de aprendizaje interactivos.

**5. RECURSOS DIDÁCTICOS :**

- Considerar los principales materiales educativos que cuenta la universidad y el docente. Se utilizarán para la adquisición más efectiva de los aprendizajes.
- La selección y/o elaboración de los materiales educativos depende de la naturaleza de la asignatura y de los procedimientos y técnicas que se utilicen.
- Debe considerarse materiales de naturaleza y tecnología diversa, y de acuerdo la jerarquía de tipos de materiales educativos que recomiendan los académicos.

**6. EVALUACIÓN :**

- Dar a conocer a los estudiantes lo que será evaluado: cómo, con qué procedimientos e instrumentos, las medidas de retroalimentación, en qué fechas, el sistema de calificación utilizado y los requisitos de aprobación.
- Debe precisarse los procedimientos e instrumentos de evaluación que será utilizados: el peso o coeficiente (ponderación) asignado a los puntajes obtenidos de la aplicación de estos instrumentos teoría y práctica.
- Debe señalarse el sentido y propósitos de la retroalimentación.
- Se debe precisar el cómo se obtendrá el promedio de aprobación del curso y la obligatoriedad de la asistencia.
- El sistema de calificación será de acuerdo al Reglamento de Evaluación del Aprendizaje de la Facultad de Educación y Humanidades. Se plantea el siguiente sistema de evaluación de aprendizajes.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es una tarea que se realizará antes, durante y después del proceso de enseñanza –aprendizaje, teniendo en cuenta su carácter integral, permanente, sistemático, flexible, objetivo y participativo. La evaluación guardará coherencia con las competencias, capacidades y contenidos previstos. La evaluación continua implica la participación activa de los estudiantes en todas sesiones de aprendizaje: intervenciones orales pertinentes; exposiciones, prácticas dirigidas, pruebas escritas, avances de trabajos monografía o ensayo o trabajosa de campo, de presentación de trabajos individuales y grupales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DE CADA UNIDAD		
TIPO DE EVALUACIÓN	PESO	
<b>EVALUACIÓN CONTINUA (EC):</b>		<b>3,50</b>
1.1. Intervenciones orales pertinentes	0,2	
1.2. Exposiciones		
1.3. Prácticas calificada	0,5	
1.4. Trabajos individuales		
1.5. Trabajos grupales	0,8	
1.6. Control de lectura		
1.7. Responsabilidad social	0,3	
1.8. Avance de monografía, o avance de ensayo, o avance de trabajo de campo.	0,3	
	0,2	
	0,2	
	1,0	

02	<b>EVALUACIÓN DE RESULTADOS (ER):</b>  Prueba escrita parcial	6,50	<b>6,50</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>10,00</b>

$$PU = EC (3,5) + ER (6,5)$$

$$PF = PU1 + PU2 + PU3$$

10

3

## 7. CONTENIDOS: :

Los contenidos son: conceptual, procedimental y actitudinal.

### 7.1. CONCEPTUAL:

- Contenidos de aprendizaje referido al conjunto de objetos, hechos o símbolos que tienen ciertas características comunes.
- Imagen mental que tenemos respecto a un objeto, persona.
- Información que consiste en conjunto de datos.

### 7.2. PROCEDIMENTAL:

- Conjunto de acciones ordenadas orientadas a la consecución de una meta. En los procedimientos se indican contenidos que también caben bajo la denominación de destrezas, técnicas o estrategias ya que todos estos términos ayudan a las características señaladas como definitorias de un procedimiento.

### 7.3. ACTITUDINAL

- Contenidos de aprendizaje referidos a creencias sobre aquello que se considera deseable. Principios normativos de conducta que provocan determinadas actitudes.
- Predisposición relativamente estable de la conducta en relación con un objeto o sector de la realidad.
- Disposición de ánimo de algún modo manifestada.

## 1. BIBLIOGRAFÍA:

- El propósito es que el estudiante conozca y utilice las fuentes de información considerada como básica para el desarrollo de la asignatura.
- La bibliografía debe contener los libros, revistas, periódicos, direcciones de Internet y demás fuentes de información que sean de utilidad para la enseñanza- aprendizaje.
- Las fuentes bibliográficas elegidas deben ser actuales y pertinentes.
- La asentación de la bibliografía y las otras fuentes de consulta deberán de acuerdo a las normas APA.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE .....**

**SÍLABO DE .....**

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Facultad :
- 1.2. Estudios Generales/ Escuela Profesional/ Postgrado :
- 1.3. Nivel de exigencia académica :
- 1.4. Requisito :
- 1.5. Ciclo de Estudios :
- 1.6. Semestre Académico :
- 1.7. Código de la asignatura :
- 1.8. Número de Créditos :
- 1.9. Duración de la asignatura : 17 semanas
  - 1.9.1. Fecha de inicio :
  - 1.9.2. Fecha de término :
- 1.10. Extensión horaria
  - 1.10.1. Horas Teóricas :
  - 1.10.2. Horas Prácticas :
- 1.11. Horas de Tutoría y consejería :
- 1.12. Docente responsable :
- 1.13. Correo electrónico :

**II. SUMILLA**

**4.7. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA**

**4.8. ORGANIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS**

**PRIMERA UNIDAD:** .....

**Duración:** ..... **Inicio:** ..... **Término:** .....

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

.....  
.....

SEMANA	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	EVIDENCIAS DE RESULTADOS
1			
2			
n			
PRUEBA ESCRITA SEGÚN CALENDARIO DE EXÁMENES			

SEGUNDA UNIDAD: ..... Duración:

118

..... Inicio: .....

Término: .....

#### RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

.....  
.....

SEMANA	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	EVIDENCIAS DE RESULTADOS
1			
2			
n			
PRUEBA ESCRITA SEGÚN CALENDARIO DE EXÁMENES			

#### TAREA DE PRODUCTO

DURACIÓN: Todo el Ciclo

RESULTADO DEL APRENDIZAJE (relacionado a la competencia de la asignatura)

.....  
.....

Unidad	ACTIVIDADES DE TAREA DE PRODUCCIÓN	ASESORAMIENTO: CRITERIOS DE EVIDENCIAS DE SEGUIMIENTO
<b>Primera unidad</b>	1..... 2..... n.....	1..... 2..... n.....
<b>Segunda unidad</b>	1..... 2..... n.....	1..... 2..... n.....
EVALUACIÓN: ÚLTIMA SEMANA DEL CICLO		

## I. METODOLOGÍA

## II. SISTEMA DE EVALUACIÓN

6.1. Carácter y propósito

6.2. Tipos

6.3. Nota de Unidad

N° Evaluaciones	Tipo de evaluación	Nota (N)	Peso (P)	Promedio ETE: $\Sigma N(P) / \Sigma P = NP$	Promedio unidad: PU= $ETE + PE(2) / \Sigma P$
1	<b>Evaluación de tareas de ejecución (ETE), articulado con I+D+I y RSU</b>				
TOTAL sumatoria peso: $\Sigma P$					

2	<b>Prueba escrita de unidad</b>				
	<b>Resultado final de unidad</b>				

Las notas se calculan aplicando las siguientes fórmulas

Nota de Unidad	$NU = \frac{ETE(1) + PE(2)}{3}$	Nota de Asignatura	$NA = \frac{IUND + IIUND + NP}{3}$
Nota ETE	$ETE = \frac{TE1( ) + TE2( ) + nTE.}{n}$	Nota de Tares de Producción	$NP = \frac{DP(3) + SP(2)}{5}$ DP: Documento producto (3) SP: Sustentación de producción (2)

6.4. Criterios de evaluación y sistema de calificación

6.4.1 Criterios

6.4.2. Sistema de calificación

6.5. Requisitos de aprobación y promoción

6.5.1. De la inhabilitación

6.5.2. De los requisitos mínimos de aprobación:

6.5.3. Del examen sustitutorio

6.5.4. Del medio punto

6.6. Del examen de rezagados

## III. CONSEJERÍA Y TUTORÍA

## IV. MATERIAL DE CONSULTA

8.1. Bibliografía

8.2. Hemerografía

8.3. Linkografía







































