

CCC

AI

0313

PROGRAMA ACADEMICO  
DE  
CIENCIAS DE LA COMUNICACION

" NUEVO PLAN DE ESTUDIOS "

Agosto, de 1980

UNIVERSIDAD DE LIMA

OBJETIVOS DEL NUEVO PLAN DE FORMACION  
PROFESIONAL EN EL PROGRAMA DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION

- Objetivos Generales.- (Perfil del Comunicador Social)

- 1.- Formar profesionales capacitados integralmente para atender las demandas de carácter social y profesional que se presentan en las diferentes áreas de especialización que requiere la comunicación social en el Perú: Comunicación Institucional (Relaciones Públicas) Medios audio-visuales (cine, radio y TV.), Publicidad y Periodismo.
- 2.- Otorgar a los estudiantes de la especialidad una visión integral y científica de la comunicación social, buscando que su tarea profesional se desarrolle en un marco de identificación con las necesidades sociales que en este campo existen en el país.
- 3.- Contribuir a que la comunicación social en el Perú se ubique en una perspectiva de apoyo al proceso de formación y desarrollo nacional.

Area de Curriculum

Objetivo general

Desarrollar un curriculum integrado que permita una visión totalizadora del comportamiento de la comunicación social y que, al mismo tiempo, atienda las necesidades de formación académica presentes en las diferentes áreas y sectores de especialización señaladas en el Programa de Ciencias de la Comunicación.

Objetivos específicos

- 1.- Vincular en lo posible los contenidos de los cursos con la realidad del país y con las demandas del mercado de trabajo.
- 2.- Coordinar los programas conexos, correspondientes a cursos a fines, eliminando los contenidos repetitivos.
- 3.- Introducir una proporción igual de trabajo teórico y práctico y vincularlo con una proyección a la comunidad.
- 4.- Implementar nuevas áreas acordes con las necesidades de la comunicación social y que amplíen el enfoque más allá de los medios de alta tecnología para abarcar también la comunicación artesanal y tradicional.

- 5.- Introducir un sistema adecuado de progresividad tanto en el desarrollo de estos contenidos como en la especialización - cada vez más explícita de cada estudiante.
- 6.- Buscar nuevos métodos y formas de enseñanza así como de evaluación, que más se adecuen a las condiciones particulares - de formación que se dan en la comunicación social, promovien- do al mismo tiempo la participación activa de los estudian- tes.
- 7.- Otorgar los elementos, métodos y técnicas de análisis críti- co que permitan al estudiante el desarrollo de su capacidad de expresión y creatividad, fundamentales en el ejercicio - de la profesión.

### Area de Investigación

#### Objetivo general

Desarrollar la investigación especializada en comunicación so- cial buscando resultados que permitan entender la problemática presente en este campo y al mismo tiempo contribuir al proceso de formación y desarrollo nacional.

En este sentido se hace necesario dinamizar y profundizar las acciones del Centro de Investigación de Comunicación Social de la Universidad de Lima (CICOSUL) ya creado oficialmente, apoyan- do también los siguientes objetivos:

#### Objetivos específicos del CICOSUL

- 1.- Desarrollar planes e investigaciones de alcance general así como de carácter específico, atendiendo las necesidades que se presentan en el área de Currículum y de Producción y particularmente en las menciones con que se define el Programa.
- 2.- Formar a estudiantes y especializar a profesores en el mane- jo del análisis y el dominio de metodologías de investiga- ción en comunicaciones.
- 3.- Difundir los estudios e investigaciones desarrolladas por profesores y estudiantes del Programa y crear canales para el conocimiento de aportes logrados fuera de la Universidad y el país en el campo de la comunicación social.
- 4.- Contar con material bibliográfico actualizado para atender las demandas de cada investigación. Crear un área de Docu-

mentación dentro del CICOSUL.

### Area de Producción

#### Objetivo general.-

Crear un Centro de Capacitación Audio-Visual que contribuya en la formación técnica de los estudiantes y profesionales de la comunicación y al mismo tiempo que permita un aporte significativo del Programa en el desarrollo educativo de los Medios de Comunicación social en el Perú.

#### Objetivos específicos

- 1.- Capacitar y especializar a los estudiantes del Programa en el manejo y desarrollo de los diferentes medios de comunicación social, especialmente de aquellos que son importantes en la mención por la que cada estudiante opta dentro del Programa.
  - 2.- Capacitar eventualmente a estudiantes, profesores o profesionales del área de la comunicación social que no pertenecen a la Universidad, a través de proyectos concretos de extensión a la comunidad.
  - 3.- Efectuar producciones educativas en cada medio de comunicación, buscando el desarrollo de la creatividad y de la expresión en el campo audio-visual.
  - 4.- Contribuir igualmente a la promoción de las culturas nacionales y al conocimiento de nuestro país, a partir del uso de los medios de audio-visuales.
  - 5.- Promover la colocación de producciones del Programa en el mercado de mensajes a nivel nacional y en el pacto andino, buscando una rentabilidad que contribuya a mantener los planes y proyectos de capacitación.
  - 6.- Propiciar el intercambio de producciones con otros Centros de Enseñanza Superior de la comunicación en América Latina.
- Dichos esfuerzos deben plantearse, sin descuido de la tarea académica, en la medida de lo posible y adecuándose a los objetivos del plan de formación integral señalado por el Programa de Ciencias de la Comunicación.

### LAS MENCIONES

#### La nueva noción de menciones

Considerando la amplitud del área de Comunicación pensamos que es indispensable y posible una especialización intensa por áreas de influencia. Solo así se podrá hablar de verdadera profesionalización. En el actual sistema existen menciones en uno u otro medio pero en realidad no corresponden prácticamente a una capacitación específica.

### Su Significado

No solamente queremos hacer efectiva las menciones, sobre todo pretendemos que sean realmente especializaciones. Bastante amplias para permitir un mercado de empleo para el egresante y bastante específico para adecuarse a las realidades del país y permitir una profesionalización válida.

### Las Nuevas Menciones

A consideración justificamos y definimos las cuatro menciones que consideramos necesarias:

#### 1.- Comunicación En las Organizaciones

La mención pretende responder en términos más rigurosos y científicos a la que tradicionalmente se ha denominado Relaciones Públicas. Con ello tendemos a formar profesionales capaces de dinamizar con los medios, el más adecuado conocimiento de instituciones, planes y proyectos en cualquier campo de las relaciones sociales dentro de nuestro país. Actuará no solo en empresas e instituciones, sino también en la misma comunidad. Se capacitará en el análisis institucional y en el manejo de técnicas que lo hagan capaz de organizar campañas de interés empresarial y social.

#### 2.- Medios Audio-Visuales: (Cine, Radio, TV.)

Esta mención pretende formar profesionales en el área de la creación artística en los Medios de Comunicación Audio-Visuales. Nos referimos particularmente al cine, televisión, radio y montajes audio-visuales. Frente al empirismo dominante en nuestro medio, la mención quiere contribuir a la dotación de especialistas de nivel universitario en el manejo y la expresión en los medios ya señalados, puestos al servicio de la educación, entretenimiento y cultura en el país.

#### 3.- Publicidad

Esta mención prepara a profesionales capacitados para producir mensajes en el campo de la promoción de servicios y

productos, para dirigir el flujo de informaciones que se requiere en el campo de la publicidad. Igualmente, se califica en este campo para organizar campañas, evaluar y seleccionar medios, organizar y evaluar encuestas de opinión y analizar mercados de sintonía.

#### 4.- Periodismo

Pretendemos con esta mención, que los profesionales del periodismo egresados del Programa cuenten con una formación no solo integral en el campo de la prensa escrita, sino además plenamente calificados para el ejercicio del periodismo audio-visual. En ese sentido la mención profundiza la capacitación en el área de radio y televisión.

Entre sus tareas especializadas se encuentran: la redacción de informaciones editoriales, los comentarios políticos de actualidad, los análisis de la realidad económica y social, la diagramación, diseño de titulares, el reportaje y la fotografía periodística, etc.

#### LOS TALLERES

En el Programa de Ciencias de la Comunicación, la formación del estudiante, incluye tanto el área de currículum en donde éste recibe un conjunto de cursos teórico-prácticos, así como su paso obligatorio por los talleres de Producción.

Igualmente el estudiante deberá concurrir obligatoriamente a los talleres de investigación.

El Taller es un método de trabajo práctico colectivo, continuo y progresivo que permite tanto al nivel de producción como en la investigación producir trabajos, estudios y montajes totalmente acabados y de mayor dimensión que un enfoque puramente individual. Además supone una implementación inmediata de conocimientos de parte del estudiante asesorado por profesores y/o especialistas en la materia. Los talleres permiten al profesor combinar producción, investigación y docencia y a la Universidad aprovechar todos los recursos intelectuales y creativos disponibles en la institución para cumplir con objetivos de formación integral.

Cada Taller está concebido en una perspectiva de profesionalización progresiva. Esta progresividad se implementará en dos niveles o eta-

pas para cada taller básico (1 año académico) y 1 semestre en talleres de apoyo.

Cada estudiante llevará al mismo tiempo dos talleres de producción - por semestre durante sétimo y octavo ciclo.

En el 9º y 10º ciclo el estudiante pasará exclusivamente por otros dos talleres de producción y el Taller de Investigación.

Previo a su ingreso a talleres, la totalidad de los estudiantes del Programa recibirán una capacitación inicial en el manejo y/o conocimiento de los diferentes medios de comunicación, en cursos introductorios de carácter teórico-prácticos que serán dictados en quinto y sexto ciclo.

Los talleres de producción son los siguientes :

- 1.- Radio I y II
- 2.- Prensa I y II
- 3.- Artes Gráficas I y II
- 4.- Dirección de Actores
- 5.- Medios Artesanales I y II
- 6.- Montajes Audio-Visuales
- 7.- Televisión I y II
- 8.- Cine I y II
- 9.- Publicidad I y II
- 10.- Dinámica de Grupos I y II
- 11.- Técnicas de Comunicación en Las Organizaciones I y II

DETERMINACION DE AREA POR SECTOR

SECTORES	AREAS
CIENCIAS HUMANAS	LENGUA LITERATURA PSICOLOGIA FILOSOFIA HISTORIA CIENCIAS SOCIALES ANALISIS ARTISTICOS
MATEMATICAS	MATEMATICAS
SEMIOTICA	SEMIOTICA GENERAL SEMIOTICA APLICADA
METODOLOGIA	METODOLOGIA GENERAL METODOLOGIA APLICADA
PROCESOS DE LA COMUNICACION	TEORIA CIENCIAS SOCIALES PSICOLOGIA HISTORIA EDUCACION LEGISLACION
TECNICAS DE COMUNICACION	CINE TV RADIO AUDIO VISUAL PERIODISMO PUBLICIDAD COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES

DETERMINACION DE ASIGNATURAS POR AREA Y SECTOR

SECTOR : CIENCIAS HUMANAS

AREA	ASIGNATURA
LENGUA	LENGUA I
	LENGUA II
PSICOLOGIA	LITERATURA UNIVERSAL
	LITERATURA LATINOAMERICANA
	PSICOLOGIA GENERAL TEORIA DE LA MOTIVACION
FILOSOFIA	FILOSOFIA
HISTORIA	HISTORIA DE LA CIVILIZACION
	HISTORIA DEL PERU
	HISTORIA SOCIAL DEL ARTE
CIENCIAS SOCIALES	ANTROPOLOGIA
	SOCIOLOGIA GENERAL
	SOCIOLOGIA PERUANA
	REALIDAD LATINOAMERICANA
	CULTURA POLITICA

SECTOR : MATEMATICAS

MATEMATICAS	MATEMATICA BASICA I
	MATEMATICA BASICA II

SECTOR : SEMIOTICA

SEMIOTICA GENERAL	SEMIOTICA
SEMIOTICA APLICADA	LENGUAJE DE LOS MEDIOS: I
	LENGUAJE DE LOS MEDIOS II
	ANALISIS DE MENSAJES

SECTOR : METODOLOGIA

METODOLOGIA GENERAL	METODOLOGIA DEL TRABAJO CIENTIFICO METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES
METODOLOGIA APLICADA	METODOS DE INVESTIGACION
	INVESTIGACION DE CAMPO I
	INVESTIGACION DE CAMPO II

SECTOR : PROCESOS DE LA COMUNICACION

TEORIA	TEORIA DE LA COMUNICACION
CIENCIAS SOCIALES	SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION COMUNICACION Y CAMBIO COMUNICACION INTERCULTURAL ECONOMIA POLITICA DE LA COMUNICACION PERSUASION Y PROPAGANDA
PSICOLOGIA	PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION PSICOLOGIA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES
HISTORIA	HISTORIA DE LOS MEDIOS HISTORIA DEL CINE
EDUCACION	EDUCACION Y MEDIOS MASIVOS
LEGISLACION	LEGISLACION EN COMUNICACIONES
<u>SECTOR : TECNICAS DE COMUNICACION</u>	
CINE	GUION DE CINE Y TV REALIZACION DE CINE PRODUCCION CINEMATOGRAFICA TALLERES DE DIRECCION DE ACTORES FOTOGRAFIA CINEMATOGRAFICA TALLER DE CINE I TALLER DE CINE II
TV	GUION DE CINE Y TV REALIZACION DE TV TALLER DE DIRECCION DE ACTORES TALLER DE TV I TALLER DE TV II
RADIO	REALIZACION RADIAL TALLER DE RADIO I TALLER DE RADIO II

AUDIOVISUAL	FOTOGRAFIA FIJA TALLER DE AUDIOVISUALES I TALLER DE AUDIOVISUALES II
PERIODISMO	INTRODUCCION AL PERIODISMO REDACCION PERIODISTICA OPINION PUBLICA TECNICA DEL REPORTAJE TALLER DE ARTES GRAFICAS I TALLER DE ARTES GRAFICAS II TALLER DE PRENSA I TALLER DE PRENSA II
PUBLICIDAD	REDACCION PUBLICITARIA ESTRATEGIA Y MERCADEO PUBLICITARIO SELECCION Y EVALUACION DE MEDIOS TALLER DE PUBLICIDAD I TALLER DE PUBLICIDAD II
COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES	TALLER DE DINAMICA DE GRUPOS I TALLER DE DINAMICA DE GRUPOS II INTRODUCCION A LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES TALLER DE TECNICAS DE COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES I TALLER DE TECNICAS DE COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES II TALLER DE MEDIOS ARTESANALES I TALLER DE MEDIOS ARTESANALES II

CUADRO CURRICULAR

<u>PRIMER CICLO</u>	<u>CURSOS</u>	<u>CREDITOS</u>
(20 cred.)	1.-Historia de la Civilización	4
	2.-Lengua Española I	3
	3.-Matemáticas Básica I	4
	4.-Metodología del Trabajo Científico	3
	5.-Psicología General	3
	6.-Cultura Política	3
<u>SEGUNDO CICLO</u>		
(20 cred.)	1.-Historia del Perú	4
	2.-Introducción a la Economía	3
	3.-Sociología General	4
	4.-Cosmología	3
	5.-Matemáticas Básica II	3
	6.-Lengua II	3

CUADRO CURRICULAR

PROGRAMA ACADEMICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

<u>TERCER CICLO</u>	<u>CURSOS</u>	<u>CREDS.</u>	<u>HORAS</u>	<u>PRE-REQUISITOS</u>
	1.-Antropología	3	4	
	2.-Teoría de la Motivación	3	4	
	3.-Teoría de la Comunicación	3	4	
	4.-Historia Social del Arte	3	3	
	5.-Sociología Peruana (Problemática Nacional)	3	4	
	6.-Literatura Universal	3	3	
	7.-Filosofía	<u>3</u>	<u>3</u>	
		21 Cred.	26 Hrs.	

CUARTO CICLO

1.-Economía Política de la Comunicación	3	4	Metodología de las CC.SS.
2.-Introducción al Periodismo	3	4	Literatura Universal
3.-Semiótica	4	5	Teoría de la Comunicación
4.-Realidad Latinoamericana	3	4	Sociología General
5.-Metodología de las CC.SS.	3	3	Sociología General
6.-Literatura Latinoamericana	<u>3</u>	<u>3</u>	Literatura Universal
	19 Cred.	23 Hrs.	

ELECTIVOS

7.-Elementos de Informática	2	3	Matemática Básica II
8.-Análisis de Artes Plásticas	3	3	Historia Social del Arte
9.-Análisis Musical	3	3	Historia Social del Arte

QUINTO CICLO

(22 cred.)

1.-Sociología de los Medios	3	4	Semiótica
2.-Comunicación y Cambio	3	4	Realidad Latinoamericana
3.-Psicología de la Comunicación	3	4	Teoría de la Motivación
4.-Lenguaje de los Medios I	3	4	Semiótica
5.-Fotografía Fija	3	4	Análisis de artes Plásticas
6.-Historia de los Medios	3	4	Análisis de artes Plásticas
7.- Guión de Cine y TV	4	4	Semiótica
	<u>22</u>	<u>28</u>	Cred. 28 Hrs.

SEXTO CICLO

1.-Educación y Medios de Comunicación	3	4	Comunicación y Cambio
2.-Comunicación Intercultural	3	4	Sociología de los Medios
3.-Lenguaje de los Medios II	3	4	Lenguaje de los Medios I
4.-Métodos de Inv.en CC.	4	4	Sociología de los Medios
5.-Realización Radial	3	4	Lenguaje de los Medios I
6.-Realización de TV	3	4	Guión de Cine y TV
7.-Realización de Cine	3	4	Guión de Cine y TV
	<u>22</u>	<u>28</u>	Cred. 28Hrs.

CURSOS COMUNES A TODAS

SETIMO CICLO

LAS MENCIONES

1.-Persuasión y Propaganda	3	4	Comunicación Intercultural
2.-Análisis de Mensajes	3	4	Lenguaje de los Medios II

Cursos por mención

a.-Para Comunicación en las Organizaciones

1.-Int.a la Comun.en las Org.	3	4	Sicología de la Comunicac.
-------------------------------	---	---	----------------------------

b.-Para Medios Audio-Visuales

1.-Producción Cinematográfica	3	4	Realización Cinemat. I
-------------------------------	---	---	------------------------

c.-Para Publicidad

1.-Redacción Publicitaria	3	4	Lenguaje de los Medios II
---------------------------	---	---	---------------------------

d.-Para Periodismo

1.-Redacción Periodística	3	4	Lenguaje de los Medios II
---------------------------	---	---	---------------------------

TALLERES POR MENCIÓN

a.-Para Comunicación en las Organizaciones

-Taller de Dinámica de Grupos I	5	10	Sicología de la Comunic.
-Taller de Audio-visuales I	5	10	Sicología de la Comunic.

b.-Para Medios Audio-Visuales

-Taller de Dirección de Actores	5	10	Lenguaje de los Medios II
-Taller de Radio I	5	10	Producción Radial

c.-Para Publicidad

-Taller de Artes Gráficas I	5	10	Lenguaje de los Med. II
-Taller de Radio I	5	10	Producción radial

d.-Para Periodismo

-Taller de Artes Gráficas I	5	10	Lenguaje de los Medios II
-Taller de Radio I	5	10	Producción radial
		<u>19</u>	<u>32Hrs.</u>

OCTAVO CICLO

(19cred.)

Curso Común a todas las Menciones

1.-Legislación en Comunicaciones	3	4	Persuasión y Propag.
----------------------------------	---	---	----------------------

Cursos por mención

a.-Para Comunicación en las Organizaciones

1.-Principios de Administrac.	3	4	Int.a la Comunic.en las Organizaciones
2.-Psicología social de las Organizaciones	3	4	Int.a la Comunic.en las Organizaciones

b.-Para Medios Audio-Visuales

1.-Historia del Cine	3	4	Prod.Cinematográfica
2.-Fotografía Cinematográfica	3	4	Prod.Cinematográfica

c.-Para Publicidad

1.-Estrategia y Mercadeo	3	4	Redac.Publicitaria
2.-Evaluación y Selec.de Medios	3	4	Redac.Publicitaria

d.-Para Periodismo

1.-Opinión pública	3	4	Redac.Periodística
2.-Técnicas de Reportaje	3	4	" "

TALLERES POR MENCIÓN

<u>a.-Para Medios Audio-Visuales</u>			
-Taller de Audio-Visuales	5	10	-Taller de Radio I
-Taller de Radio II	5	10*	-Taller de Radio I
<u>b.-Para Comunicación en las Organizaciones</u>			
-Taller de Audio-Visuales	5	10	-Taller de Audio-V.I
-Taller de Dinámica de Grupos II	5	10	-Taller de Din.de G.I
<u>c.-Para Publicidad</u>			
-Taller de Audio-Visuales	5	10	-Taller de radio I
-Taller de Radio II	5	10	-Taller de radio I
<u>d.-Para Periodismo</u>			
-Taller de Artes GráficasII	5	10	-Taller de A.Gróf.I
-Taller de Radio II	5	10	-Taller de radio I

NOVENO CICLO  
(18cred.)

Talleres por Mención

<u>a.-Para Comunicación en las Organizaciones</u>			
-Taller de Téc. de Comunicación en Las Organizaciones I	6	11	-Taller de Din.de G.I
-Taller de Medios Artesanales I	6	11	-Taller de Audio-Vis.
-Taller de InvestigaciónI	6	11	-Mét.de Inv.en CC.
<u>b.-Para Medios Audio-Visuales</u>			
-Taller de Televisión I	6	10	-Taller de audio-visual.
-Taller de Cine I	6	10	-Taller de audio-visual.
-Taller de Investigación I	6	10	-Mét.de Inv.en CC.
<u>c.-Para Publicidad</u>			
-Taller de Televisión I	6	10	-Taller de audio-vis.
-Taller de Publicidad I	6	10	-Taller de audio-vis.
-Taller de investigación I	6	10	-Mét.de Inv.en CC.
<u>d.-Para Periodismo</u>			
-Taller de Televisión I	6	10	-Taller de audio-vis.
-Taller de Prensa I	6	10	-Taller de audio-vis.
-Taller de Investigación I	6	10	-Mét.de Inv.en CC.
		<u>18Cred.</u>	<u>30Hrs.</u>

DECIMO CICLO

(18 cred.)

Talleres por mención

a.- Para comunicación en Las Organizaciones

-Taller de Téc.de Comunic.

en Las Organizaciones II 6 10

-Taller téc.de Com.én  
Las Organizaciones I

-Taller de Medios Artesana

les II 6 10

-Taller de medios art.I

-Taller de Investigación II 6 10

-Taller de Inv.I

b.-Para Medios Audio-Visuales

-Taller de Televisión II 6 10

-Taller de TV I

-Taller de cine II 6 10

Taller de cine I

-Taller de Investigación II 6 10

-Taller de Inv. I

c.-Para Publicidad

-Taller de Televisión II 6 10

-Taller de TV I

-Taller de Publicidad II 6 10

-Taller de publicid.I

-Taller de Invest. II 6 10

-Taller de Inv. I

d.-Para Periodismo

-Taller de Televisión II 6 10

-Taller de TV I

-Taller de Prensa II 6 10

-Taller de Prensa I y  
de Artes Gróf.II

-Taller de Investigación II 6 10

-Taller de Investig.I

18 Cred. 30 Hrs.

SUMILLAS DE LOS CURSOS

1).- ANTROPOLOGIA.-

Nociones acerca de las principales corrientes teóricas y métodos de investigación en antropología. Importancia de una teoría científica de explicación de la cultura. Acercamiento sistemático a la realidad peruana.

2).- TEORIA DE LA MOTIVACION .-

El curso desarrolla aspectos ligados a la conducta, concepto y significación de la motivación, características de la conducta motivada, el instinto, la homeostasis, motivación y asociación, el rendimiento y el conflicto etc.

3).- TEORIA DE LA COMUNICACION .-

Como materia introductorio a la problemática de la comunicación social, el curso se orienta a proporcionar desde una perspectiva crítica un panorama de las principales teorías sobre los procesos de la comunicación, iniciando al alumno en el manejo de los conceptos y categorías teóricas de la especialidad.

4).- HISTORIA SOCIAL DEL ARTE.-

Un enfoque no enciclopédico de la evolución de las distintas artes, contextualizando el hecho estético dentro de la sociedad en que se produce y vinculándolo a otras formas de comunicación.

5).- SOCIOLOGIA PERUANA.-

A partir de los instrumentos teóricos ofrecidos en el curso de Sociología General, el curso se propone como objetivo problematizar la realidad social del Perú sobre la base de algunas líneas de análisis como son la evolución económico-social en este siglo, los problemas del desarrollo urbano, la cuestión agraria y la dinámica de las clases sociales y los grupos de poder en el Perú contemporáneo.

6).- LITERATURA UNIVERSAL .-

El curso ubica al participante en aspectos relacionados con el acto literario, la experiencia literaria ofrece una descripción de los géneros literarios así como de nociones básicas sobre escuelas li-

7).- FILOSOFIA .-

El curso pretende desarrollar una reflexión crítica alrededor de las principales corrientes del pensamiento filosófico a lo largo de la historia. Conjuntamente con ello, plantear los temas de mayor importancia al interior de la problemática filosófica.

8).- ECONOMIA POLITICA DE LA COMUNICACION

Sobre la base del curso de introducción a la economía, se estudia el proceso de producción, circulación y acumulación de bienes y servicios en materia de medios de comunicación, primero en su aspecto microeconómico y después en el macroeconómico, enfatizándose el carácter singular en este último aspecto de su desarrollo peruano.

9).- INTRODUCCION AL PERIODISMO.-

El curso se desarrolla a partir de una fundamentación teórica del lugar y función del periodismo en la realidad social.

10).- SEMIOTICA .-

Introducción al estudio de los signos y de los procesos de significación, con especial atención a la configuración de los códigos y a las relaciones entre los signos y la cultura, la significación y las formaciones sociales, etc.

11).- REALIDAD LATINOAMERICANA.-

El curso busca reunir el estudio de los diversos enfoques y tesis que han dado cuenta de la sociedad latinoamericana. Pretende al mismo tiempo, dar cuenta del marco histórico y el contexto socioeconómico que explica la problemática actual de América Latina. Finalmente se busca también arribar a un análisis coyuntural de aquellas sociedades, que en el momento dado, expresan con más intensidad los diversos indicadores del comportamiento actual de América Latina.

12).- METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES .-

Introducción a la problemática de las Ciencias Sociales tendiendo a la definición del estatuto epistemológico de estas ciencias, su relación con la filosofía y las Ciencias naturales, con la realidad social y la problemática ideológica-política. Las bases teóricas de la Investigación en CC.SS.

13).- LITERATURA LATINOAMERICANA

Estudio de las más importantes escuelas, corrientes y autores presentes en la Literatura Hispánica americana y peruana y sus relaciones

nes en el contexto histórico en el cual aparecen.

14).- ELEMENTOS DE INFORMATICA .-

Este curso tiene como objetivo acercar al alumno a la informática, cibernética, sistémica y otras disciplinas que parten de una base matemática en la comprensión de la comunicación social y de sus aplicaciones prácticas.

15).- ANALISIS DE ARTES PLASTICAS.-

Focalización del curso en expresiones plásticas de importancia en el desarrollo del arte universal vinculándose a su entorno social, y asociando el campo de la interpretación de una obra (descubrimiento de su estructura) al de la experiencia individual y colectiva de la fruición estética.

16).- ANALISIS MUSICAL .-

Busca el estudio de los 4 tipos de música (Primitiva, Folklórica, Popular y culta) en referencia al contexto histórico-social en el cual aparecieron y se han desarrollado. Se basa en apreciaciones de carácter práctico.

17).- SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS .-

La problemática de los medios masivos y su inserción social, desde la función de los emisores y los soportes económicos de la emisión hasta el flujo social de los mensajes y su gravitación colectiva, enfatizando los aspectos dinámicos y procesales del circuito de la comunicación masiva.

18).- COMUNICACION Y CAMBIO .-

El curso tiene como objetivo establecer las premisas fundamentales a partir de las cuales la comunicación se desarrolla como instrumento de transformaciones estructurales en la sociedad.

Se trata de rescatar o revalorar aquellas experiencias de comunicación que por sus contenidos y tipo de participación, se presentan en una perspectiva de cambio.

19).- SICOLOGIA DE LA COMUNICACION.-

Parte de una apreciación global de las diferentes teorías que permiten un enfoque pragmático de los fenómenos de comunicación humana en su más amplio sentido. Pone énfasis en procesos y conductas de carácter sico-social que permiten un mayor acercamiento al comportamiento psicológico de los diferentes grupos socio-culturales en el Perú y a

20).- LENGUAJES DE LOS MEDIOS I .-

El curso se propone introducir a los alumnos en el conocimiento de los códigos y lenguajes utilizados y desarrollados por los principales medios masivos. En su primera parte se concentra en el estudio del lenguaje cinematográfico y su incidencia psico-social.

21).- FOTOGRAFIA FIJA .-

El curso se propone como una capacitación teórico-práctica en el manejo del instrumental de la fotografía y de los principales técnicas de la actividad fotográfica y de sus funciones comunicativas (periodística, estética, etc.)

22).- HISTORIA DE LOS MEDIOS .-

Panorama histórico del surgimiento y evolución de los medios de comunicación social considerando los factores del contexto económico, político y social que han gravitado en su desenvolvimiento.

23).- GUIÓN DE CINE Y TV .-

Materia teórico-práctica que ofrece a los alumnos los elementos fundamentales para la redacción de guiones de TV. y cine.

24).- EDUCACION Y MEDIOS DE COMUNICACION .-

El curso busca establecer las relaciones que se dan entre el proceso educativo en su sentido más amplio, y en su sentido institucional. Igualmente el conocimiento de los principales temas educativos que a nivel general y/o peruano marcan el comportamiento de la sociedad y de los medios masivos de comunicación.

25).- COMUNICACION INTERCULTURAL .-

Estudio y observación práctica de ciertos problemas de pluriculturalidad peruana expresados en algunas formas y modalidades de la comunicación social y masiva.

26).- LENGUAJE DE LOS MEDIOS II .-

Estudio del lenguaje de la televisión, de la radio y del medio impreso en sus principales modalidades (el diario, la historieta, la fotonovela y el afiche. Las relaciones de los lenguajes con los usuarios a los que están dirigidos.

27).- METODOS DE INVESTIGACION EN COMUNICACIONES .-

Este curso tiene como finalidad las herramientas metodológicas necesarias para la investigación en el área de la comunicación social, en todos sus aspectos.

28).- REALIZACION RADIAL .-

Busca presentar una visión panorámica y una formación teórico-práctica en las diferentes etapas del proceso de una producción radial. Señala y ensaya posibilidades de desarrollo de nuevas formas de producción de mensajes en alternativa a los programas tradicionales que ahora se dan en este medio.

29).- REALIZACION DE TV .-

Introducción a los procesos de la producción y realización en TV., desde la confección del libreto hasta la elaboración de los programas. Se trata de ofrecer una perspectiva global del instrumental técnico y expresivo propio del medio televisivo.

30).- REALIZACION DE CINE .-

Materia teórico-práctica destinado a la introducción en el manejo de las distintas técnicas de expresión cinematográfica.

31).- PERSUASION Y PROPAGANDA .-

Las corrientes prominentes dentro de la propaganda contemporánea. Aspectos comunes de la publicidad y de la propaganda. Estudio de distintas estrategias de propaganda a través de los medios. El problema político de la propaganda y la democracia. La propaganda institucional.

32).- ANALISIS DE MENSAJES .-

La metodología del análisis de textos desde diversas perspectivas. Propende a dotar al alumno de instrumentos para decodificación sistemática de los mensajes de la comunicación social y masiva.

33).- INTRODUCCION A LA COMUNICACION DE LAS ORGANIZACIONES .-

El curso analiza el comportamiento organizacional y las relaciones y vínculos comunicativos que se establecen a partir de una comprensión de las organizaciones como sistemas articulados.

34).- PRODUCCION CINEMATOGRAFICA .-

Los procesos de producción que convergen en la realización cinematográfica, es decir la implantación de la infraestructura económica, técnica y humana indispensable para la confección de un film, constituyen la materia de este curso de aplicación práctica.

35).- REDACCION PUBLICITARIA .-

Curso teórico-práctico que ofrece las principales técnicas de redacción en materia publicitaria.

36).- REDACCION PERIODISTICA :

El curso proporciona una formación en el manejo de las distintas formas presentes en el lenguaje periodístico, su finalidad, sus elementos de diferenciación.

37).- LEGISLACION EN COMUNICACIONES :

Análisis permenorizado de los principales dispositivos legales vigentes en materia de comunicación y sus antecedentes. Estudio tendiente al manejo práctico y profesional de las leyes. Nociones de legislación comparada latinoamericana.

38).- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION .-

Introducción a los problemas de administración de las organizaciones sociales desde la empresa hasta la organización comunal o familiar.

39).- PSICOLOGIA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES .-

El curso está orientado a presentar el contexto sico-social de las organizaciones y el medio ambiente en el que ellas se desarrollan.

40).- HISTORIA DEL CINE .-

Panorama histórico del desarrollo del cine a través de sus principales etapas, incidiendo en los hitos que han ido marcando la evolución del lenguaje cinematográfico.

41).- FOTOCRAFIA CINEMATOGRAFICA .-

El manejo de la cámara y los usos de los lentes y las técnicas fotográficas en el cine. Curso de aplicación práctica y de apoyo a los talleres de cine.

42).- ESTRATEGIA Y MERCADEO PUBLICITARIO .-

El curso se propone proporcionar los elementos indispensables para el conocimiento del mercadeo y del consumidor en materia de estrategias publicitarias.

43).- EVALUACION Y SELECCION DE MEDIOS .-

Curso práctico en el que se capacita al estudiante para articular las nociones aprendidas en motivación y estrategia publicitaria, con las características técnicas de los medios y sus lenguajes, así como con los rasgos socio-culturales del público.

44).- OPINION PUBLICA .-

El curso está dedicado al análisis de los conceptos que definen a la opinión pública como una categoría social y su inserción en los me-

45).- TECNICA DE REPORTAJE .-

Proporciona al alumno los métodos necesarios para el ejercicio de la técnica de la entrevista, haciendo énfasis en su valor comunicativo, así como en el análisis y ejercicio de los diferentes estilos de entrevista.

SUMILLAS DE LOS TALLERES DE PRODUCCION

1).- TALLER DE RADIO

El Taller busca capacitar y especializar a los estudiantes en la producción de programas de Radio, ejecutando proyectos concretos de realización en los cuales debe desarrollarse y evaluarse cada una de sus etapas. Pretende promover la expresión y creatividad en el manejo del lenguaje radial.

El taller atraviesa, entre otras, las siguientes fases: Investigación temática, elaboración de guión, realización de campo (entrevistas, selección de sonidos etc.), sonorización, montaje en cabina y debates - presentación.

2).- TALLER DE MONTAJES AUDIO-VISUALES

Se busca capacitar a los alumnos en el manejo y uso de los diferentes aspectos de la producción de un montaje audio-visual. Igualmente promocionar el conocimiento y empleo de los montajes como dinamizadores de procesos de comunicación.

Finalmente busca apoyar también el desarrollo de procesos de expresión y creatividad en los alumnos del Programa.

El Taller efectúa los siguientes trabajos y procesos:

- Ejercicios de fotografía- relato (secuencias fotográficas para determinar el tipo de captación - nivel de acercamiento a la realidad social, desde el plano del enfoque visual).
- Ejercicios de análisis y comentarios alrededor de montajes audio-visuales producidos en o fuera de la Universidad.
- Reuniones de exposición - diálogo en relación a etapas de trabajo para la producción de un montaje.

Atraviesa además las siguientes fases: determinación del tema, investigación temática, guión, grabación de campo (entrevistas, ruidos, música)

sica), trabajo de artes gráficas, realización fotográfica y montaje en cabina de grabación. Finalmente cada grupo concluirá su trabajo con la presentación y debate del montaje audio-visual ya producido.

### 3).- TALLER DE MEDIOS ARTESANALES

El taller se orienta a conseguir los siguientes objetivos:

- 1.- Proporcionar una formación en áreas prácticas de comunicación ligadas a la educación en general.
- 2.- Implementar a los participantes en el uso y manejo de los métodos y técnicas de teleeducación y educación en grupos de la comunidad.
- 3.- Capacitación técnica en el manejo de los medios no tradicionales o artesanales, en el campo de la comunicación social: teatro, títeres, impresiones en serigrafía, prensa mural, radio cassettes, etc. como medios para propiciar la expresión y la afirmación cultural de diversas comunidades o grupos de base en el Perú.

### 4.- TALLER DE CINEMATOGRAFIA

El taller de cinematografía, dividido en dos semestres, se propone capacitar a los alumnos en las diversas etapas en que se divide la realización de una película. De la misma forma que en los otros talleres, se trata de una actividad eminentemente práctica.

En su primera parte, el taller de cine cubre los siguientes pasos prácticos:

- 1.- Elección del tema
- 2.- Investigación
- 3.- Guión
- 4.- Producción
- 5.- Filmación o rodaje
- 6.- Laboratorio (primera parte)

En su segundo semestre, el taller comprende lo siguiente:

- 7.- Montaje
- 8.- Sonorización
- 9.- Títulos y efectos especiales
- 10.- Laboratorio final
- 11.- Evaluación crítica del trabajo realizado

5).- TALLER DE ARTES GRAFICAS

Se propone como una actividad práctica de pre-profesionales en el área de las artes gráficas. En su primera parte, comprende aplicaciones de las técnicas de diseño gráfico, diagramación, color, en forma preparatoria a las aplicaciones más avanzadas que se harán en el segundo semestre. En este último, el taller se orienta a la elaboración artística de afiches, logotipos y dibujos aplicados a los campos de la propaganda, publicidad o educación, así como diagramación de revistas, folletos y otras publicaciones.

6).- TALLER DE PUBLICIDAD

Las diversas etapas que sigue el circuito de la comunicación publicitaria se aplican en este taller que, en su primera parte, comprende lo siguiente:

- Determinación de objetivo de la campaña
- Evaluación del mercado y selección de los medios
- Diseño del guión
- Los medios publicitarios
- Elaboración del mensaje publicitario en los medios pertinentes (primera parte)

En el segundo semestre, los pasos a seguir son los siguientes:

- Acabado final del mensaje o los mensajes publicitarios
- Lanzamiento de la campaña
- Análisis de la audiencia y aceptación de la campaña
- Evaluación crítica del trabajo realizado.

7).- TALLER DE PERIODISMO

Se imparte una práctica pre-profesional en recolección de información periodística, redacción y administración de empresas periodísticas. El trabajo es colectivo y permanente.

Las tareas principales son:

Primer semestre :

- Estructuración de secciones
- Análisis de la realidad y coyuntura
- Recolección y tratamiento de la información
- Diseño de titulares y de textos
- Redacción de notas
- Fotografía periodística
- Diagramación

Segundo semestre:

- Redacción de editoriales
- Comentarios políticos
- Práctica del reportaje
- Problemas de administración periodística
- Problemas de comercialización de publicaciones

8).- TALLER DE TELEVISION

El taller de televisión capacita a los estudiantes para la práctica profesional en dicho medio. El trabajo se realiza en equipo.

Principales actividades :

Primer semestre :

Formación de equipos de producción

Elaboración y discusión de guiones, enfatizándose el aspecto educativo;

Producción de emisiones: incluyendo plan de producción, grabación, dirección de cámaras y edición.

Segundo semestre :

Sobre la base de la primera emisión, producción de una segunda, que incluya reportaje y puesta en escena, con énfasis en la creatividad del trabajo lumínico, sonoro y de edición.

9).- DIRECCION DE ACTORES

El taller comprende:

Formas de actuación y medios de comunicación:

actor de cine, de TV, teatro y radio. Búsqueda de formas de expresión dramática cinematográfica. Ejercicios iniciales, respiración, movimiento, dicción, impostación, gestualidad. Importancia de la relación de los actores entre sí y con el público.

10).- TALLER DE DINAMICA DE GRUPOS

El taller se propone posibilitar el acceso a la dimensión teórica y práctica de la dinámica grupal. Se proporcionará la necesaria fundamentación, pero principalmente se planificarán y ejecutarán diversas experiencias grupales que impliquen un aprendizaje a través de la propia participación en los ejercicios.

La dinámica de grupos es un conjunto de técnicas cuya operatividad pretende otorgarle a la especialidad de "Comunicación en las Organizaciones", una experiencia de trabajo en grupos con el claro propósito

to de su utilización como un instrumento profesional.

El taller comprende en su primera parte, siempre sobre la base de experiencias prácticas, los siguientes temas generales:

- La socialización organizada a base de técnicas grupales
- Motivación individual y motivos de interés grupal
- Motivación y organización del grupo
- Relaciones de jerarquía y tipos de dirección grupal
- Niveles interpersonales de la comunicación. La dinámica formal e informal. Participación grupal
- Liderazgo y participación.

En su segunda parte, el taller incluye los siguientes temas:

- Teoría y práctica del análisis transaccional
- Teoría de los juegos
- Actitudes y roles de grupo
- Teoría y práctica de los procesos de decisión.
- Psicodrama y sociodrama
- Técnicas psicoanalíticas de análisis de grupos
- Técnicas de conducción de grupos : Phillips 66, Brainstorming, Panel, Simposium, Role Playing, etc.
- La dinámica grupal y la dinámica organizacional.

#### 11).- TALLER DE TECNICAS DE COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES

A partir del manejo de la dinámica grupal, el taller de técnicas de comunicación en las organizaciones capacita en las formas prácticas y los procedimientos que tienden a trazar puentes comunicativos tanto al interior de las organizaciones como entre éstas y la comunidad social. Se trata de superar la estrecha noción tradicional del relacionista público, dotando al estudiante que opta por esta mención de un instrumental que lo convierta en un verdadero planificador de la comunicación organizacional y no en un mero intermediario, como sucede en el marco de las relaciones públicas que conocemos. De este modo, el taller organizado en los semestres cubre los siguientes temas generales, implementados de manera práctica:

- Identificación y análisis de modelos de organizaciones
- Diagnóstico de la comunicación organizacional
- Evaluación de vectores y redes de información y comunicación en las organizaciones
- Estratificación y evaluación de los grupos y/o los públicos a los

que apunta la comunicación.

- Evaluación de los objetivos internos y externos
  - Diseño de estrategias de comunicación
  - Selección de medios y procedimientos para la aplicación de las estrategias.
  - Aplicación y regulación de las estrategias
  - Evaluación del resultado de las estrategias de acuerdo a los objetivos trazados.
-

TEMARIOS DE LOS CURSOS

1).- ANTROPOLOGIA

1. La Antropología y las ciencias sociales
2. Corrientes tradicionales de la antropología: difusionismo, funcionalismo, escuela histórico-estructural.
3. Corrientes actuales: el estructuralismo.
4. Caracteres generales de la cultura. Cultura y personalidad.
5. El parentesco.
6. La economía y su articulación con la cultura.
7. Magia y ritual.
8. Religión, arte y lengua.
9. Los métodos en etnografía
10. La antropología en el Perú.

2).- TEORIA DE LA MOTIVACION

1. La motivación en la conducta individual y social.
2. Principales enfoques teóricos en el estudio de la motivación humana.
3. La perspectiva psicoanalítica. Eros y tanatos.
4. Conceptos fundamentales en torno a la motivación.
5. Motivación, asociación, rendimiento y conflicto.
6. Motivación, gratificación y frustración.
7. Motivación, percepción y conocimiento.
8. Aspectos sociales en la problemática de la motivación.
9. Motivación y comunicación.
10. Motivación y medios masivos.

3).- TEORIA DE LA COMUNICACION

1. Teoría de la comunicación humana.
2. El proceso de la comunicación
3. Problemas de la comunicación
4. La comunicación en el contexto personal
5. Comunicación e interacción
6. La comunicación y los sistemas sociales
7. Modelos de comunicación
8. Medios técnicos de comunicación
9. Comunicación y sociedad
10. Comunicación y cambio social.

4).- HISTORIA SOCIAL DEL ARTE

1. Carácter social de la producción y de la fruición artística.
2. Representación icónica y religiosidad.
3. La notación musical. Del canto gregoriano a la polifonía.
4. Evolución del espacio plástico: de la tradición greco-latina al renacimiento.
5. La perspectiva: del Quattrocento a la actualidad.
6. El barroco y su contexto histórico.
7. Del impresionismo a la destrucción del espacio plástico: el cubismo y las corrientes contemporáneas.
8. Evolución social de la arquitectura.
9. La música sinfónica y sus públicos urbanos: de Beethoven a Stockhausen.
10. La problemática social del arte contemporáneo.

5).- SOCIOLOGIA PERUANA (o PROBLEMATICA NACIONAL)

1. Teorías sobre el origen del hombre peruano
2. Las ecologías diversas del Perú y el trabajo agrícola.
3. El mundo andino y su importancia histórico-social.
4. Problemática agraria del Perú.
5. Evolución y carácter de la vida urbana
6. Crecimiento urbano y problemas subsecuentes: la marginalidad urbana.
7. El poder político, la economía y los problemas sociales.
8. Desarrollo y características de la clase dirigente, las clases medias y la clase obrera en el Perú.
9. Movilidad social y arribismo
10. La problemática del subdesarrollo en el país.

6).- LITERATURA UNIVERSAL

1. La experiencia literaria.
2. Los géneros y sus públicos.
3. Desarrollo histórico de la novela. La novela en los siglos XIX y XX.
4. La expresión poética.
5. El género dramático: del teatro clásico al teatro contemporáneo.
6. Corrientes literarias contemporáneas.

7. Literatura y cultura de masas.
8. Teorías y métodos de análisis literario.
9. Temas y conceptos en el análisis literario.
10. Literatura y sociedad.

7).- FILOSOFIA

1. Las distintas formas de pensamiento: filosofía y ciencia.
2. Los grandes temas de la filosofía clásica.
3. La filosofía medieval.
4. El desarrollo del racionalismo y el ascenso científico-tecnológico.
5. La crítica de la metafísica y la desacralización del poder.
6. El idealismo en los siglos XVIII y XIX.
7. El positivismo.
8. El materialismo dialéctico.
9. El hombre como tema especulativo: de Nietzsche a la fenomenología y el existencialismo.
10. La filosofía analítica.

8).- ECONOMIA POLITICA DE LA COMUNICACION

1. Concentración monopólica y evolución de la tecnología.
2. Armamentismo y desarrollo de la electrónica.
3. Producción, circulación y consumo en materia de medios.
4. Transnacionalización de la industria de los medios.
5. Formas de tenencia de la producción televisiva.
6. El mercado cinematográfico mundial y su inserción en el Perú.
7. La economía del cine nacional.
8. El mercado de la prensa. La publicidad y los medios.
9. Sistemas económicos y medios de comunicación.
10. Los medios y la problemática económico-ideológica.

9).- INTRODUCCION AL PERIODISMO

1. Historia del periodismo.
2. Evolución del periodismo en el Perú.
3. Funciones del periodismo.
4. La opinión pública.
5. Los diversos tipos del periodismo.
6. El periodismo informativo
7. La redacción periodística.

8. Periodismo de opinión y periodismo gráfico.
9. Las diversas secciones.
10. Elaboración de un periódico y administración del diario.

10).- SEMIOTICA

1. Perspectivas del estudio semiótico.
2. Significación y comunicación.
3. El signo: naturaleza, funciones y clasificación.
4. Criterios de codificación.
5. Sistemas de signos.
6. Elaboración del mensaje.
7. Niveles de significación.
8. Sentido producido y producción del sentido.
9. Semiótica, ideología y sociedad.
10. Las principales líneas de investigación semiótica.

11).- REALIDAD LATINOAMERICANA

1. América Latina como problemática de conjunto.
2. La conciencia continental: antecedentes históricos.
3. Indicadores comparados del desarrollo económico.
4. Distintos tipos de agricultura y de sociedad rural.
5. Niveles de industrialización.
6. Procesos de urbanización.
7. Políticas de desarrollo. Dependencia y subdesarrollo
8. Evolución de las clases sociales.
9. Realidad política en A. L. Bloques político-económicos.
10. Alternativas para una sociedad continental y democrática.

12).- METODOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

1. Los problemas generales de las ciencias sociales.
2. Ciencias sociales, ciencias naturales y filosofía.
3. Realidad social y conocimiento.
4. La problemática epistemológica: teorías y posiciones.
5. Ciencia social e ideología.
6. Los problemas del método: la sintaxis, la semántica y la pragmática científicas.
7. De la teoría al método. Del método a la Investigación.
8. Ciencia social y realidad social.
9. Pases teóricas de la investigación.

13).- LITERATURA LATINOAMERICANA

1. Evolución histórica: de las literaturas precoloniales a las literaturas de la república
2. Principales corrientes de la literatura latinoamericana
3. La Literatura del siglo XX. Del modernismo al "Boom" narrativo.
- 4.-Desarrollo histórico de la literatura en el Perú
5. La evolución de los géneros literarios en el país
6. La novela en el siglo XX; de los indigenistas a Vargas Llosa
7. Vallejo, Eguren y la poesía del siglo XX
8. Literatura peruana y contexto histórico-social
9. Análisis de autores y corrientes en la literatura del Perú y América Latina.
10. Literatura y medios de comunicación

14).- ELEMENTOS DE INFORMATICA

1. La teoría de la información
2. Conceptos, elementos de informática: entropía, información, feedback, ruido, etc.
3. Modelo y proyecto
4. Aportes de la informática al desarrollo del conocimiento de la comunicación
5. La teoría sistémica y sus componentes
6. Elementos de computación
7. Desarrollos de la aplicación matemática al estudio de la información
8. Análisis de sistemas
9. Operacionalización
10. Teoría de la información y ciencias de la comunicación

15).- ANALISIS DE ARTES PLASTICAS

1. Formas de lectura del mensaje pictórico
2. El análisis arquitectónico
3. Arquitectura, diseño urbano e industrial
4. Análisis de la escultura
5. Artes plásticas y artesanía
6. Análisis de la estética visual figurativa; del renacimiento al impresionismo
7. Otras artes visuales; la fotografía y el afiche
8. Análisis de las artes plásticas en el Perú. Pintura, arquitectura,

formas no académicas y cotidianidad social.

9. Artes plásticas y cultura popular
10. Artes plásticas y medios masivos

16).- ANÁLISIS MUSICAL

1. Nociones de solfeo
2. El ritmo; principales medidas
3. El contrapunto. Ejercicios
4. Nociones de armonía
5. Análisis de la música sinfónica. La orquesta
6. Formas de composición de cámara
7. Análisis de las formas populares
8. Análisis de estructuras musicales peruanas
9. Música andina y música costeña
10. Música nacional; gusto popular y medios masivos

17).- SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS

1. Comunicación social y masiva
2. Contexto histórico del surgimiento y desarrollo de los medios
3. Los medios masivos y su contexto contemporáneo
4. La función del emisor
5. El rol de los medios
6. Mensajes e ideología
7. Audiencias y efectos
8. La significación social de la comunicación masiva
9. La industria cultural
10. La problemática de los medios masivos en el Perú

18).- COMUNICACION Y CAMBIO

1. Los medios de comunicación y su ubicación en la realidad social
2. Cultura y comunicación social
3. Culturas nacionales y medios masivos
4. La cultura popular en los medios masivos
5. Música, medios masivos y cambio social
6. Publicidad y cambio
7. Información, propaganda y cambio
8. Revistas femeninas, telenovelas y cambio social
9. Políticas de comunicación en función del cambio

19).- PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

1. Percepción y aprendizaje
2. Socialización y comunicación
3. Modelos psicológicos para estudiar la comunicación
4. Motivación, percepción y personalidad
5. Formación de la imagen o representación
6. Representación individual e interacción social
7. Comunicación e incomunicación
8. Problemática psico-social de la comunicación en el Perú
9. Identidad étnica y comunicación
10. Posición social y comunicación

20).- LENGUAJE DE LOS MEDIOS I

1. Código y lenguaje
2. Lenguaje del cine
3. El encuadre y las unidades paradigmáticas
4. Planos, ángulos y movimientos de cámara
5. Iluminación, color, espacios y sonidos
6. La sintagmática del cine. El montaje y sus funciones
7. El ritmo
8. El relato fílmico
9. El discurso cinematográfico
10. Lenguaje cinematográfico, ideología y sociedad.

21).- FOTOGRAFIA FIJA

1. El proceso fotográfico
2. La cámara y sus formatos
3. El diagrama y el obturador
4. El negativo, exposición y revelado
5. Control y ampliación
6. Tipos de lentes y sus usos
7. Introducción a la historia de la fotografía
8. Análisis y lectura de la imagen fotográfica
9. Usos de la fotografía
10. Fotografía y comunicación social

22).- HISTORIA DE LOS MEDIOS

1. La comunicación hasta el descubrimiento de la escritura
2. El descubrimiento de la escritura y de la imprenta

3. El periodismo
4. La imagen impresa. La fotografía, la revista y el cartel
5. El cine
6. La radio y la televisión
7. Las comunicaciones modernas
8. Medios de comunicación no convencionales
9. Medios masivos y tiempo libre
10. Medios de comunicación en América Latina y en el Perú

23).- GUIÓN DE CINE Y TV

1. Tipos de guión
2. El guión documental. Importancia de la investigación previa
3. Estructuras narrativas. Elementos generales
4. Guión cinematográfico: de la sinopsis al guión literario
5. Construcción dramática de los personajes y la acción
6. Elaboración de secuencias y escenas
7. El paso al guión técnico. El corte en planos y tomas
8. Del guión técnico a la filmación. Guión de hierro y guión abierto
9. El libreto de TV
10. Estructura de espacios y de bloques secuenciales en el guión de TV. La continuidad

24).- EDUCACION Y MEDIOS MASIVOS

1. Sociedad, educación y comunicación
2. La educación tradicional y la comunicación social
3. Educación y política y su incidencia en los medios
4. Sociedad y violencia y su gravitación en los medios
5. Religiosidad popular y poder a través de los medios
6. La sexualidad en los medios
7. Las culturas nacionales en los medios
8. La teleducación
9. Hacia un nuevo concepto de la teleducación
10. La educación y los medios de comunicación en el Perú

25).- COMUNICACION INTERCULTURAL

1. Cultura popular, cultura de masas, cultura erudita
2. Producción cultural e historia
3. Importancia del relato como vehículo cultural

5. El trabajo del mito en la cultura de masas y en la cultura popular
6. Elementos occidentales y cultura andina
7. Expresiones culturales del mundo andino
8. Ideologías sobre la cultura en el Perú
9. Nuevos conflictos culturales. Problemas de utilización de los medios
10. El problema de la identidad cultural nacional. El comunicador y la comunicación intercultural

26).- LENGUAJE DE LOS MEDIOS II

1. El lenguaje de la televisión
2. El encuadre y el espacio televisivos
3. La sintagmática televisiva
4. Análisis de los géneros televisivos
5. El lenguaje radial. Análisis de la selección y la combinación sonora
6. Los lenguajes del medio impreso, Los códigos de base
7. El lenguaje del diario
8. El lenguaje de la revista impresa
9. Los lenguajes de la fotonovela y de la historieta
10. El lenguaje del afiche

27).- MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIONES

1. La metodología sociológica: de la selección del tema a la redacción del informe final
2. El marco teórico y las hipótesis de trabajo
3. El plan de indagación y la aplicación de las técnicas
4. Recolección, sistematización e interpretación de datos
5. Elaboración de conclusiones
6. La técnica de la encuesta
7. Las técnicas descriptivas y sociográficas
- 8.-Las técnicas de observación y experimentales
9. El análisis de contenido. Distintas perspectivas
10. Nuevas orientaciones metodológicas

28).- REALIZACIÓN RADIAL

1. El sonido
2. Las estructuras sonoras

4. Estructuras temporales
5. El montaje sonoro
6. Formalización del guión radiofónico
7. Métodos de producción radial
8. Métodos de realización radial
9. Líneas de programación radial
10. La creación radial

29).- REALIZACION DE TV

1. La técnica de la imagen en la televisión
2. Componentes básicos
3. La confección del libreto
4. Las operaciones de la realización televisiva
- 5.-El diseño de la estación televisiva
6. La programación en televisión
7. El problema de la luz y del color
8. Efectos especiales
9. Realización en vivo y grabada, en estudio y en exteriores
10. Problemas de administración y funciones

30).- REALIZACION DE CINE

1. Las etapas de la realización cinematográfica
2. El guión literario y técnico
3. La toma y el plano
4. Movimientos de la toma
5. Iluminación y color en el cine
6. El montaje y el ritmo
- 7.- El sonido
- 8.- Los trucos
9. La post-realización
10. La expresión cinematográfica

31).- PERSUASION Y PROPAGANDA

1. La propaganda hoy
2. La noción de propaganda el interior de la teoría de la ideología
3. Evolución histórica de las diversas formas de propaganda
4. La propaganda y la guerra

5. Psicología de la propaganda. Publicidad y propaganda
6. Lectura de mensajes propagandísticos
7. La información. La noticia como espectáculo
8. La semantización de las coyunturas de crisis económica y política
9. Estrategias de propaganda electoral
10. La propaganda institucional. Deontología de la propaganda

32).- ANÁLISIS DE MENSAJES

1. Análisis ideológico del mensaje
2. Psicoanálisis de los mensajes sociales
3. Semiótica semántica
4. Análisis estructural del relato
5. Métodos cuantitativos del análisis de contenido
6. Método del diferencial semántico
7. Análisis de los efectos sociales del mensaje
8. Aproximaciones interpretativas
9. El comentario de textos
10. Posibles fusiones analíticas

33).- INTRODUCCION A LA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES

1. La organización como sistema
2. La teoría de los sistemas y su aplicación en las organizaciones
3. La información y los sistemas
4. Regulación y control en las organizaciones
5. Homeostasis y entropía
6. El comportamiento humano en las organizaciones
7. Comportamiento organizacional y comunicación
8. Implementación del esquema canónico de la comunicación en las organizaciones
9. Problemas de implementación
10. Modalidades de las técnicas de comunicación organizacional

34).- PRODUCCION CINEMATOGRAFICA

1. La industria cinematográfica
2. Funcionamiento de la industria cinematográfica en el Perú
3. Fuentes de financiamiento del corto y del largo. Mercados nacionales e internacionales

4. La pre-producción. Etapas
5. Planificación de la producción
6. Plan de rodaje
7. Escenografía, utilería y vestuario
8. Producción en rodaje
9. Post-producción: Material y equipos. Laboratorios
10. De las grabaciones al laboratorio final en la post-producción

35).- REDACCION PUBLICITARIA

1. Significado y función de la creatividad publicitaria
2. La redacción como uno de los aspectos centrales de la creatividad publicitaria
3. El anuncio: técnicas de redacción
4. Avisos en diarios y revistas
5. Redacción para correo directo
6. Redacción de folletos publicitarios
7. Redacción para TV y cine
8. Redacción para radio
9. Redacción para avisos y aneles en la vía pública
10. La redacción en el planeamiento general de una campaña publicitaria.

36).- REDACCION PERIODISTICA

1. La noticia. Elementos de la noticia
2. La estructura periodística
3. La estructura del lead
4. La estructura del cuerpo
5. El lenguaje periodístico y la imagen fotográfica
6. El titular y los subtítulos
7. Las sencillas
8. La entrevista y el reportaje
9. La crónica, la gacetilla y el informe
10. La página editorial y la crítica especializada

37).- LEGISLACION EN COMUNICACIONES

1. El derecho y las normas legales
2. El derecho y las comunicaciones en el Perú
3. La libertad de prensa y las leyes

4. Legislación radial
5. Legislación cinematográfica
6. Legislación de televisión
7. El Sistema Nacional de Información
8. La legislación del periodista
9. Organización legal de las empresas de comunicaciones
10. Otros modelos de legislación en comunicaciones. Diversos casos.

38).- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION

1. Principios administrativos: objetivos, fin, políticas y procedimientos
2. Tipos y organización de empresas
3. Planificación, dirección y control. Modalidades
4. Administración de las finanzas y la contabilidad en las empresas
5. Administración de recursos varios en las organizaciones no empresariales
6. Sistemas y control de la producción en las empresas
7. Sistemas y control de las actividades en las organizaciones no empresariales
8. El factor humano en la empresa. Las relaciones industriales. La psicología industrial.
9. El factor humano en las organizaciones no empresariales

39).- PSICOLOGIA SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES

1. Teorías organizacionales
2. Las organizaciones y su contextualización en la sociedad peruana. Organizaciones formales e informales.
3. Aspectos estructurales y funcionales de las organizaciones
4. La dinámica organizacional. Normatividad, ideología, normas y valores
5. El individuo y la organización. Interacción y comunicación
6. La comunicación en las organizaciones
7. Liderazgo, autoridad y poder en las organizaciones
8. La comunicación hacia fuera de las organizaciones
9. Cambio planificado y desarrollo organizacional
10. Organizaciones nacionales y su influencia en el país. El rol del comunicador social.

40).- HISTORIA DEL CINE

1. La invención del cine
2. El cine hasta la primera guerra mundial
3. Época clásica del cine mudo
4. Advenimiento del cine sonoro
5. El cine sonoro hasta la segunda guerra mundial
6. El neorrealismo
7. Declinación de Hollywood y aparición de nuevos cines nacionales
8. El cine de la última década
9. El cine latinoamericano
10. El cine peruano

41).- FOTOGRAFIA CINEMATOGRAFICA

1. Teoría de la fotografía cinematográfica
2. Cámaras. Óptica. Emulsiones
3. Planos, Escenas. Secuencias
4. Iluminación
5. Uso de lentes
6. Interpretación de la fotografía
7. Filmación
8. Laboratorio
9. Montaje
10. Búsqueda del estilo fotográfico

42).- MERCADEO Y ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. El concepto de mercadeo
2. La estrategia comercial
3. El medio ambiente y sus implicancias
4. El concepto de investigación de mercado
5. Comportamiento del consumidor
6. La investigación motivacional
7. La investigación experimental
8. Diseño de estrategias de publicidad y promoción
9. Aplicación y evaluación de las estrategias
10. La investigación mercadológica y la investigación publicitaria

43).- SELECCION Y EVALUACION DE MEDIOS

1. El ambiente socio-cultural de los medios

2. Factores que intervienen en el desarrollo de los medios
3. Expansión de la economía e incremento del mercado publicitario. La agencia publicitaria y sus funciones
4. Mercadeo y medios publicitarios
5. Conceptos básicos sobre los medios publicitarios
6. Factores para la toma de decisiones en medios
7. El presupuesto publicitario y las condiciones del mercado
8. Procedimientos de comercialización de espacios publicitarios
9. Disponibilidad de los medios
10. Selección y evaluación definitivas

44).- OPINION PUBLICA

1. Concepciones de opinión pública
2. El público
3. Los medios masivos en la formación de la opinión pública
4. Los medios conformantes de la opinión pública
5. Condicionamientos de la opinión pública
6. Las empresas de opinión pública
7. La intensidad de los mensajes conformantes de la opinión pública
8. La propaganda y la opinión pública
9. El estado y los medios de comunicación
10. La opinión pública en el Perú

45).- TECNICA DEL REPORTAJE

1. El reportaje y sus formas
2. El reportaje-síntesis
3. El reportero
4. El entrevistado
5. Preparación de la entrevista
6. Clases de entrevistas
7. El reportaje informativo
8. El reportaje para radio y televisión
9. La encuesta y el recuento de opiniones
10. La mesa redonda y otras formas

	<u>Créditos</u>	<u>Porcentaje</u>
1.- Cursos Teóricos Generales -comunes	24	13.5%
2.- Cursos Teóricos Especializados-comunes	33	20%
3.- Cursos Teóricos genéricos (electivos)	8	4.5%
4.- Cursos Metodológicos	32	19%
5.- Cursos Prácticos-comunes	16	9%
6.- Cursos de especialización por mención	9	5%
7.- Talleres de producción por mención	44	29%
Total créditos en Programa	<u>166</u>	<u>100%</u>

CURSOS TEORICOS - GENERICOS (OBLIGATORIOS)

1.- Sociología Peruana	3
2.- Antropología	3
3.- Teoría de la Motivación	3
4.- Literatura Universal	3
5.- Historia Social del Arte	3
6.- Realidad Latinoamericana	3
7.- Filosofía	3
8.- Literatura Latinoamericana	3
Todas las menciones	<u>24 créditos (15%)</u>

CURSOS TEORICOS ESPECIALIZADOS COMUNES

1.- Teoría de la Comunicación	3
2.- Economía Política de la Comunicación	3
3.- Introducción al Periodismo	3
4.- Sociología de los Medios	3
5.- Comunicación y Cambio	3
6.- Psicología de la Comunicación	3
7.- Educación y medios de Comunicación	3
8.- Comunicación Intercultural	3
9.- Persuasión y Propaganda	3
10.- Historia de los Medios	3
11.- Legislación en Comunicaciones	3
Todas las menciones	<u>33 créditos (22%)</u>

CURSOS TEORICOS GENERICOS COMUNES (ELECTIVOS)

1.- Análisis de artes plásticas	3
2.- Análisis musical	3
3.- Elementos de informática	3
	<hr/>
	9 créditos 4.5%

CURSOS METODOLOGICOS

1.- Metodología de las CC.SS.	3
2.- Semiótica	4
3.- Lenguaje de los Medios I	3
4.- Lenguaje de los Medios II	3
5.- Métodos de Investigación en Comunicaciones	4
6.- Análisis de Mensajes	3
7.- Taller de Investigación I	6
8.- Taller de Investigación II	6
	<hr/>
	32 créditos (20%)

CURSOS PRACTICOS COMUNES

1.- Fotografía Fija	3
2.- Guión de Cine y TV	4
3.- Realización Radial	3
4.- Realización de TV	3
5.- Realización de Cine	3
	<hr/>
	16 créditos (9%)

CURSOS DE ESPECIALIZACION POR MENCIÓN

<u>A.- PARA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES</u>	
1.- Introducción a la Comunicación en las Organizaciones	3
2.- Principios de Administración	3
3.- Psicología social de las Organizaciones	3
	<hr/>
	9 créditos (6%)

<u>B.- PARA MEDIOS AUDIO-VISUALES</u>	
1.- Producción Cinematográfica	3
2.- Historia del Cine	3
3.- Fotografía cinematográfica	3
	<hr/>
	9 créditos (6%)

<u>C.- PARA PUBLICIDAD</u>	
1.- Redacción Publicitaria	3
2.- Mercadeo y Estrategias	3
3.- Selección y evaluación de medios	3
	<hr/>
	9 créditos (6%)

<u>D.- PARA PERIODISMO</u>	
1.- Redacción Periodística	3
2.- Opinión Pública	3
3.- Técnica de Reportaje	3
	<hr/>
	9 créditos (6%)

TALLERES DE PRODUCCION POR MENCIONES

<u>A.- PARA COMUNICACION EN LAS ORGANIZACIONES</u>	
1.- Taller de Dinámica de Grupos I	5
2.- Taller de Dinámica de Grupos II	5
3.- Taller de Audio-Visuales I	5
4.- Taller de Audio-Visuales II	5
5.- Taller de Técnicas de Comunicación en las Organizaciones I	6
6.- Taller de Técnicas de Comunicación en las Organizaciones II	6
7.- Taller de Medios Artesanales I	6
8.- Taller de Medios Artesanales II	6
	<hr/>
	44 créditos (28%)

<u>B.- PARA MEDIOS AUDIO-VISUALES</u>	
1.- Taller de Dirección de Actores	5
2.- Taller de Radio I	5
3.- Taller de Radio II	5
4.- Taller de Audio-Visuales	5

5.- Taller de Televisión I	6
6.- Taller de Televisión II	6
7.- Taller de Cine I	6
8.- Taller de Cine II	6

---

44 créditos (28%)

C.- PARA PUBLICIDAD

1.- Taller de Artes Gráficas I	5
2.- Taller de Radio I	5
3.- Taller de Radio II	5
4.- Taller de Audio-Visuales	5
5.- Taller de TV I	6
6.- Taller de TV II	6
7.- Taller de Publicidad I	6
8.- Taller de Publicidad II	6

---

44 créditos (28%)

D.- PARA PERIODISMO

1.- Taller de Artes Gráficas I	5
2.- Taller de Artes Gráficas II	5
3.- Taller de Radio I	5
4.- Taller de Radio II	5
5.- Taller de TV I	6
6.- Taller de TV II	6
7.- Taller de Prensa I	6
8.- Taller de Prensa II	6

---

44 créditos (28%)

CONDICIONES PARA LA GRADUACION

I.- Requisitos para obtener el grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación

- 1.- Haber completado un total de 180 créditos por concepto de materias cursadas y aprobadas, debiendo haber llevado, sin excepciones, el total de los cursos obligatorios.
- 2.- Haber completado 10 créditos por concepto de actividades universitarias, conocimiento de idiomas y práctica profesional
- 3.- Presentar un trabajo de Investigación individual desarrollado en los talleres de investigación del Programa durante los dos últimos ciclos de estudio.

II.- Requisitos para la obtención del grado de Licenciado en Ciencias de la Comunicación con mención en uno de las cuatro áreas

- 1.- Haber obtenido el grado de Bachiller en Ciencias de la Comunicación
- 2.- Alternativamente:
  - a) Elaborar y sustentar una tesis que verse sobre un asunto especializado en la mención por la que se opta; o
  - b) Producir y realizar una obra o conjunto de obras en el campo de la mención por la que se opta (filme, video, emisión radiofónica, campaña publicitaria, campaña propagandística, audiovisual institucional, confección de impresos, etc.) ; o
  - c) Aprobar un exámen de grado sobre temas vinculados con la especialidad.