



**UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE
PORRES**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**CURRÍCULO DE LA CARRERA PROFESIONAL
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

GRADO ACADÉMICO:

BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TÍTULO:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

(Versión Ejecutiva)

Fecha de Actualización:

Enero 2019

I. OBJETIVOS ACADÉMICOS

- Formar profesionales emprendedores de alto nivel de preparación científica y tecnológica para responder a las demandas en el campo de la ciencia de la comunicación, basados en sólidos valores humanísticos, éticos y morales al servicio de la sociedad dentro de conceptos y principios sostenibles.
- Enfatizar en el proceso de enseñanza – aprendizaje para el desarrollo de las competencias que preparen al profesional en Ciencias de la Comunicación para enfrentar las situaciones complejas en su desempeño personal, social y profesional.
- Desarrollar las competencias para el trabajo en equipo dando énfasis en las actitudes proactivas, habilidades comunicativas y la capacidad para resolver conflictos con éxito.
- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación en el campo laboral de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa y televisión), en las Relaciones Públicas y en Publicidad.
- Formar profesionales que tengan la capacidad y disposición para realizar investigación científica respondiendo a las necesidades del medio laboral.

II. PERFIL DEL GRADUADO

El perfil del graduado comprende un conjunto de competencias básicas pertinentes, las que orientan la formulación de los objetivos académicos.

2.1 Competencias genéricas:

- Muestra un pensamiento flexible y abierto a la dinámica de los cambios científicos y tecnológicos.
- Adopta una actitud científica que le permite actuar en forma fundamentada, objetiva y sistemática en la producción de conocimientos frente a un contexto social y cultural.
- Posee una visión integral para la comprensión cabal del hombre y la sociedad en el campo de las comunicaciones, comprendiendo e internalizando que las actitudes y motivaciones internas del profesional son fundamentalmente en beneficio de la comunidad.
- Valora los conocimientos básicos de las ciencias humanas para la comprensión del presente, pasado y futuro.
- Comprende los procesos globales de la comunicación y de la información teniendo en cuenta su origen y evolución.
- Analiza en forma proactiva y con enfoque multidisciplinario el derecho social de la información, la crisis moral de nuestro tiempo, el marco social, político y económico, así como el avance tecnológico y su entorno.
- Domina el código de la lengua castellana, demostrando claridad, fluidez, coherencia y propiedad tanto en la expresión oral como en la escrita.
- Demuestra una capacidad crítica, creativa y objetiva a través de la lectura y el análisis de la información presentada en distintos soportes.
- Muestra destreza en redacción, estilos narrativos, retóricos, escritos y audiovisuales.
- Es capaz de comunicar de forma sistemática y operativa sus ideas y sus propuestas.
- Conoce, domina, maneja y aplica integralmente los conocimientos adquiridos y el uso de las diferentes tecnologías.
- Investiga la información necesaria en fuentes sonoras, escritas y audiovisuales para la realización de programas de radio y televisión demostrando seriedad y veracidad de las fuentes consultadas.

- Organiza procesos de comunicación para diversos públicos con creatividad y talento a través de plataformas estratégicas.
- Crea productos audiovisuales competitivos para los nuevos soportes audiovisuales.
- Conoce y aplica herramientas de investigación que le permiten establecer diagnósticos y sugerir acciones que mejoren la comunicación entre los diferentes actores sociales.

2.2 Competencias específicas

El estudiante de nuestra Escuela Profesional tiene la posibilidad de elegir una línea de énfasis para fortalecer sus conocimientos, habilidades y destrezas en un área específica es por ello que resulta relevante citar el perfil profesional para cada enfoque profesional:

- Cuenta con los criterios y herramientas que le van a permitir ser un conocedor del contexto social, cultural, político, económico y empresarial en el que se desarrollará su trabajo.
- Su formación humanística y científica le permitirá ejercer de manera responsable y con un compromiso ético frente a la sociedad.
- Aplica a la realidad de las organizaciones, medios de comunicación, agencias de publicidad y firmas consultoras, sus conocimientos y habilidades personales y profesionales.

PUBLICIDAD

- Investiga la información necesaria para conocer en profundidad el comportamiento de los consumidores, del mercado, de productos, servicios y marcas, para el desarrollo de proyectos de comunicación en función a las necesidades de los diversos targets.
- Analiza y define el desarrollo de planes de comunicación, respondiendo a las exigencias del anunciante, del mercado, y de las condiciones y naturaleza del producto, servicio y marca.

- Adquiere la competencia necesaria para desarrollar proyectos de comunicación publicitarios (campañas publicitarias) y las acciones de comunicación de diversa índole.
- Asesora y coordina campañas publicitarias, aplicando los nuevos avances tecnológicos.

RELACIONES PÚBLICAS

- Identifica y conoce la cultura propia de la organización y la forma como ésta interactúa tanto con sus públicos internos como externos para generar confianza y credibilidad a través del diseño de campañas persuasivas.
- Desarrolla una capacidad analítico – crítica e interpretativa para la toma efectiva de decisiones y la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad ejecutable, que permita demostrar resultados.
- Comprende las bases psicológicas de la comunicación y de la información (percepción, atención, memoria, motivación, etc.) así como las bases psicosociales (actitudes, interacción social, entre otros).
- Aplica una actitud estratégica que le permita la anticipación y adaptación a los cambios, detección de problemas, así como la resolución efectiva de conflictos.

PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS

- Investiga la información necesaria en fuentes orales, escritas y audiovisuales para la realización de programas y publicaciones buscando y demostrando seriedad de las fuentes consultadas.
- Maneja con propiedad las nuevas plataformas de la comunicación, adaptando los contenidos a las características del medio.
- Redacta, edita y diseña publicaciones en línea e impresas teniendo en cuenta el dominio del idioma castellano, el lenguaje periodístico, el diseño y la arquitectura de la información.

- Crea, produce, administra y edita proyectos de comunicación propios o por encargo de terceros, cumpliendo con los estándares de calidad profesional y conociendo las necesidades de información del público.

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

- Crea, administra y produce proyectos de comunicación para radio y televisión propios o por encargo de terceros, cumpliendo con los estándares de calidad profesional, conociendo las necesidades de información del público.
- Organiza mensajes para las nuevas plataformas digitales utilizando las nuevas tecnologías de radio y televisión.
- Planifica productos audiovisuales de diversos géneros y formatos televisivos y radiales de acuerdo a los intereses del público.
- Produce y realiza programas radiales y televisivos de distintos géneros y formatos, en concordancia con la línea editorial del medio.

III. PLAN DE ESTUDIOS

De acuerdo a la Ley Universitaria las áreas de estudios de educación superior universitaria son:

Área de Estudios Generales:

Se refiere al componente de la educación universitaria que tiene como propósito, la adquisición de competencias, actitudes y valores, comunes a todos los alumnos de la Universidad, independientemente de la carrera que cursan.

La formación general busca iniciar a los estudiantes en la educación universitaria y proporcionar a los futuros profesionales una visión integral que conduzca al dominio del saber humanístico, científico y tecnológico.

Área Específica:

Corresponden a las propuestas de asignaturas que son parte de la formación profesional en sí, y ofrecen los lineamientos y fundamentos teóricos y metodológicos de la carrera.

Área de Especialidad:

Corresponden a las asignaturas que ofrecen herramientas y procedimientos para la intervención profesional.

3.1 Cuadro de Asignaturas: (Vigente para ingresantes 2016 I en adelante)

CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
PRIMERO	030001	ACTIVIDADES I		0	32	32	1	GENERAL
	030008	LENGUA		32	64	96	4	GENERAL
	030009	MATEMÁTICA		32	64	96	4	GENERAL
	030029	MÉTODOS DE ESTUDIO		32	64	96	4	GENERAL
	030014	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN		64	0	64	4	GENERAL
	030015	FILOSOFÍA Y ÉTICA I		64	0	64	4	GENERAL
	030028	INGLÉS INTRODUCTORIO I		0	32	32	1	GENERAL
							22	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
SEGUNDO	030002	ACTIVIDADES II	ACTIVIDADES I	0	32	32	1	GENERAL
	030021	FILOSOFÍA Y ÉTICA II	FILOSOFÍA Y ÉTICA I	64	0	64	4	GENERAL
	030004	ECONOMÍA		32	32	64	3	GENERAL
	030021	ESTADÍSTICA	MATEMÁTICA	32	32	64	3	GENERAL
	030034	PSICOLOGÍA		32	32	64	3	GENERAL
	030024	CONSTITUCIÓN Y CIENCIA POLÍTICA		64	0	64	4	GENERAL
	030035	MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	030036	INGLÉS INTRODUCTORIO II	INGLÉS INTRODUCTORIO I	0	32	32	1	GENERAL
							22	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
TERCERO	031619	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA RELACIONES PÚBLICAS		64	0	64	4	ESPECÍFICA
	031667	REDACCIÓN I	LENGUA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031668	NARRATIVA AUDIOVISUAL	LENGUA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031427	FOTOGRAFÍA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031669	COMUNICACIÓN COMERCIAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031670	DISEÑO GRÁFICO I		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031671	INGLÉS BÁSICO I	INGLÉS INTRODUCTORIO II	0	64	64	2	ESPECÍFICA
							21	

CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
CUARTO		FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
		REDACCIÓN II	REDACCIÓN I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
		LENGUAJE AUDIOVISUAL	NARRATIVA AUDIOVISUAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031623	SEMIÓTICA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
		COMUNICACIÓN DIGITAL		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031643	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	64	0	64	4	ESPECÍFICA
	031654	INGLÉS BÁSICO II	INGLÉS BÁSICO I	0	64	64	2	ESPECÍFICA
							21	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
QUINTO		RADIO INFORMATIVA	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN RADIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031657	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES PARA PERIODISMO	REDACCIÓN II	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031593	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS INTERACTIVOS	LENGUAJE AUDIOVISUAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031626	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA RELACIONES PÚBLICAS	COMUNICACIÓN CORPORATIVA	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031650	RELACIONES PÚBLICAS FINANCIERAS		64	0	64	4	ESPECÍFICA
	031644	DISEÑO GRÁFICO II	DISEÑO GRÁFICO I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031662	INGLÉS INTERMEDIO I	INGLÉS BÁSICO II	16	32	48	2	ESPECÍFICA
							21	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
SEXTO		PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN RADIAL	RADIO INFORMATIVA	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	031658	PERIODISMO DE OPINIÓN	GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES PARA PERIODISMO	32	64	96	4	ESPECÍFICA

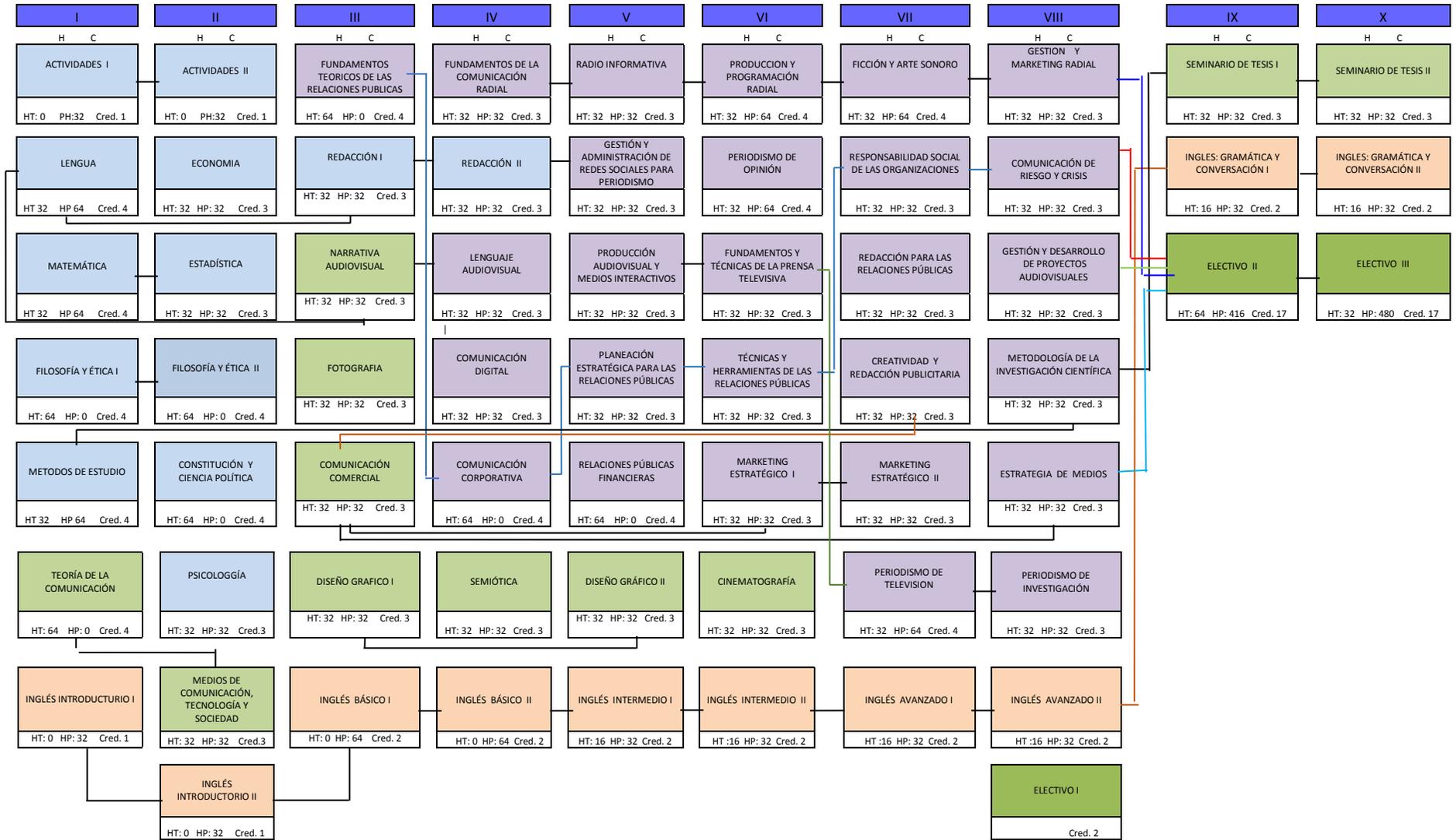
	031660	FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LA PRENSA TELEVISIVA	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS INTERACTIVOS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031518	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031629	MARKETING ESTRATÉGICO I	COMUNICACIÓN COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
		CINEMATOGRAFÍA		32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031662	INGLÉS INTERMEDIO II	INGLÉS INTERMEDIO I	16	32	48	2	ESPECÍFICA
							22	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
SEPTIMO		FICCION Y ARTE SONORO	PRODUCCION Y PROGRAMACION RADIAL	32	64	96	4	ESPECÍFICA
	031321	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031631	REDACCION PARA LAS RELACIONES PÚBLICAS		32	32	64	3	ESPECÍFICA
		CREATIVIDAD Y REDACCION PUBLICITARIA	COMUNICACION COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
		MARKETING ESTRATÉGICO II	MARKETING ESTRATÉGICO I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031551	PERIODISMO DE TELEVISION	FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE LA PRENSA TELEVISIVA	32	64	96	4	ESPECÍFICA
		INGLÉS AVANZADO I	INGLÉS INTERMEDIO II	16	32	48	2	ESPECÍFICA
						22		
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
OCTAVO		GESTION Y MARKETING RADIAL	FICCION Y ARTE SONORO	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031632	COMUNICACION DE RIESGOS Y CRISIS	RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS ORGANIZACIONES	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031649	GESTION Y DESARROLLO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES		32	32	64	3	ESPECÍFICA
		METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA	MÉTODOS DE ESTUDIO	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031634	ESTRATEGIA DE MEDIOS	COMUNICACION COMERCIAL	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031659	PERIODISMO DE INVESTIGACION	PERIODISMO DE TELEVISION.	32	32	6	3	ESPECÍFICA
		ELECTIVO I			16	32	48	2
	INGLÉS AVANZADO II	INGLÉS AVANZADO		16	32	48	2	ESPECÍFICA

							22	
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
NOVENO		ELECTIVO II	PUBLICIDAD: ESTRATEGIA DE MEDIOS/ RRPP: COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y CRISIS/ TELEVISIÓN: GESTIÓN Y DESARROLLO DE PROYECTOS AUDIOVISUALES/ RADIO: GESTIÓN Y MARKETING RADIAL/ PERIODISMO: PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	64	416	480	17	ESPECIALIDAD
	031583	SEMINARIO DE TESIS I	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	32	32	4	3	ESPECÍFICA
	031664	INGLÉS: GRAMÁTICA Y CONVERSACIÓN I	INGLÉS AVANZADO II	16	32	3	2	ESPECÍFICA
								22
CICLO	CÓDIGO	ASIGNATURAS	PRE -REQUISITO	HORAS TEORÍA	HORAS PRACTICA	TOTAL HORAS	CRÉDITOS	ÁREA CURRICULAR
DÉCIMO		ELECTIVO III	ELECTIVO II: PUBLICIDAD: TALLER DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA INTEGRAL/ RRPP: GESTIÓN DE PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS/ TELEVISIÓN: TALLER DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA DIGITAL I / RADIO: TALLER DE PROYECTOS Y REALIZACIÓN RADIAL // PERIODISMO: TALLER DE PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS I	32	480	512	17	ESPECIALIDAD
	031584	SEMINARIO DE TESIS II	SEMINARIO DE TESIS I	32	32	64	3	ESPECÍFICA
	031666	INGLÉS: GRAMÁTICA Y CONVERSACIÓN II	INGLÉS: GRAMÁTICA Y CONVERSACIÓN I	16	32	48	2	ESPECÍFICA
								22
TOTAL CRÉDITOS							217	

ELECTIVOS: VIII CICLO:	
PERIODISMO: TALLER DE PRODUCTOS PERIODÍSTICOS (PERIÓDICO REDACCIÓN)	2
TELEVISIÓN: TALLER DE ESCRITURA PARA LA TELEVISIÓN	
PUBLICIDAD: PLANNING ESTRATÉGICO	
RELACIONES PÚBLICAS: RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES.	
RADIO: TALLER DE RADIO POR INTERNET (RADIODIALNET.COM)	
ELECTIVOS IX CICLO	
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS: TALLER GESTIÓN DE PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y TALLER DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA INTEGRAL I	17
AUDIOVISUALES: TALLER DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA DIGITAL Y TALLER DE PROYECTOS Y REALIZACIÓN RADIAL (AUDIOVISUALES)	
PERIODISMO: TALLER DE PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS I (PERIODISMO)	
ELECTIVOS X CICLO	
PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS: TALLER DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA DE RELACIONES PÚBLICAS Y TALLER DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA INTEGRAL II (RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD)	17
AUDIOVISUALES: TALLER DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA DIGITAL II Y TALLER DE PROYECTOS Y REALIZACIÓN RADIAL II (AUDIOVISUALES)	
PERIODISMO: TALLER DE PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS II (PERIODISMO)	

3.2 Malla Curricular

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TALLERES

ELECTIVOS IX CICLO

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
TALLER DE GESTIÓN DE PROYECTOS DE RELACIONES PÚBLICAS TALLER DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA INTEGRAL
Cred: 17

ELECTIVOS X CICLO

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
TALLER DE CONSULTORÍA ESTRATÉGICA DE RELACIONES PÚBLICAS TALLER DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA INTEGRAL II
Cred: 17

AUDIOVISUALES
TALLER DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA DIGITAL I TALLER DE PROYECTOS Y REALIZACIÓN RADIAL I (AUDIOVISUALES)
Cred: 17

AUDIOVISUALES
TALLER DE PRODUCCIÓN TELEVISIVA DIGITAL II TALLER DE PROYECTOS Y REALIZACIÓN RADIAL II (AUDIOVISUALES)
Cred: 17

PERIODISMO
TALLER DE PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS I (PERIODISMO)
Cred: 17

ESPECIALIDAD EN AUDIOVISUALES
TALLER DE PERIODISMO PARA MULTIPLATAFORMAS II (PERIODISMO)
Cred: 17

ELECTIVOS: VIII CICLO
PERIODISMO Taller de Productos Periodísticos (PERIÓDICO REDACCIÓN)
TELEVISIÓN TALLER DE ESCRITURA PARA LA TELEVISIÓN
PUBLICIDAD PLANING ESTRATÉGICO
RELACIONES PÚBLICAS RELACIONES PÚBLICAS INTERNACIONALES
RADIO TALLER DE RADIO POR INTERNET (RADIODIALNET.COM)
Créditos: 2

