

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**



**CURRÍCULO FLEXIBLE  
POR COMPETENCIAS**

**2015 – 2019**

**(Versión 3.0)**

**PUNO - PERÚ**

**2020**

## PRESENTACIÓN

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social fue creada en 1983, como Programa de Ciencias de la Comunicación Social, adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano, según Ley Universitaria N° 23733.

Habiéndose cumplido con la vigencia de la estructura curricular en la mayoría de las escuelas profesionales de la UNA- Puno, 2008 – 2012, el Vicerrectorado Académico dispuso la evaluación de los currículos y la elaboración y diseño de nuevos currículos, y en atención a ello, la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social procede a elaborar su nuevo currículo, aplicando el modelo educativo basado en el desarrollo de competencias.

Para la elaboración del nuevo currículo, se basó en los procedimientos metodológicos y, se revisaron la ley universitaria, estatuto, directivas, planes estratégicos, de la Universidad y de la Escuela Profesional, el estudio de la demanda social de la escuela:

- Se aplicó el modelo educativo en el desarrollo de competencias.
- Se elaboró el mapa funcional de la Escuela Profesional y se definió las áreas de formación profesional.
- Se elaboró los diferentes perfiles.
- Se elaboró el Plan de Estudios y la Malla Curricular.
- Se identificó las estrategias de enseñanza aprendizaje y las técnicas de evaluación.

Posteriormente, la estructura curricular 2015-2019 ha sido adecuada a la ley 30220 , de acuerdo al orientativo emitido por la autoridad universitaria. El contenido es el siguiente: base legal, fines y objetivos, misión y visión, objetivos institucionales de la Universidad, objetivos de la Escuela, justificación de la demanda social de la escuela profesional, fundamentos: filosóficos, socioculturales, psicopedagógicos, epistemológicos y axiológicos; definición de perfiles: del ingresante, del egresado, del graduado, del titulado y del docente. La estructura curricular 2015-2019 V3 considera tres áreas curriculares: estudios generales, estudios específicos y estudios de especialidad. Los contenidos de los cursos se materializan a través de cursos teórico-prácticos, cursos talleres y cursos de prácticas pre profesionales; los cuales se hallan representados en la malla curricular y el plan de estudios. La estructura curricular contiene además, las estrategias didácticas de aprendizaje- enseñanza, la evaluación del aprendizaje y las cartas descriptivas de cada curso.

La administración del currículo contiene la plana docente, infraestructura y equipamiento, reglamentos académicos y administrativos, cuadro de equivalencias, denominación del grado académico y título profesional, las líneas de investigación y el seguimiento de los egresados, en concordancia con los estándares de calidad, la ley universitaria 30220 y el nuevo estatuto.

Como resultado del trabajo realizado, por docentes, estudiantes, personal administrativo, asociación de graduados y grupos de interés, de la escuela se pone a consideración de las autoridades, docentes, estudiantes, administrativos y de toda la comunidad universitaria. el presente currículo flexible por competencias 2015 - 2019 V3 el cual representa el instrumento normativo legal que guiará las actividades académicas y administrativas de la escuela, durante el periodo de vigencia.

## Índice

PRESENTACIÓN	2
I. BASE LEGAL	6
<b>Constitución Política del Perú</b>	<b>6</b>
<b>Ley N° 30220, Ley universitaria</b>	<b>6</b>
<b>Texto Único Ordenado del Estatuto Universitario 2015.</b>	<b>9</b>
II. PROPÓSITOS Y OBJETIVOS	20
<b>2.1. Misión y Visión</b>	<b>20</b>
<b>2.2. Propósitos Institucionales</b>	<b>20</b>
<b>2.3. Propósitos del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación Social</b>	<b>20</b>
<b>2.4. Objetivos institucionales</b>	<b>20</b>
2.4.1. Objetivos de la Universidad Nacional del Altiplano	20
2.4.2. Objetivos de la Facultad	21
2.4.3. Objetivos de la Escuela Profesional	22
<b>2.5. Objetivos Educativos del Programa</b>	<b>23</b>
<b>2.6. Objetivos Académicos del Programa de Estudios</b>	<b>24</b>
III. JUSTIFICACIÓN DE LA DEMANDA SOCIAL DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS	24
<b>3.1. Resumen</b>	<b>24</b>
<b>3.2. Resultados</b>	<b>24</b>
3.2.1. Datos generales	24
3.2.2. Respecto al deseo de seguir estudios universitarios	26
3.2.3. Preferencia de universidades	27
3.2.4. Sobre la elección de la Escuela Profesional	28
3.2.5. Percepción: ingresos, prestigio y dificultad de estudios	33
3.2.6. Conocimiento de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social	36
IV. FUNDAMENTACIÓN DEL CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS	39
<b>4.1. Fundamentos Filosóficos</b>	<b>39</b>
<b>4.2. Fundamentos Socioculturales</b>	<b>40</b>
<b>4.3. Fundamentos Psicopedagógicos</b>	<b>40</b>
<b>4.4. Fundamentos Epistemológicos</b>	<b>41</b>
<b>4.5. Fundamentos Axiológicos</b>	<b>41</b>
V. DEFINICIÓN DE PERFILES	42
<b>5.1. Perfil del Ingresante.</b>	<b>42</b>

<b>5.2. Perfil del Egresado</b>	<b>42</b>
<b>5.3. Perfil del Graduado</b>	<b>43</b>
<b>5.4. Perfil del Titulado</b>	<b>45</b>
<b>5.5. Perfil del docente</b>	<b>46</b>
<b>VI. ESTRUCTURACION CURRICULAR</b>	<b>47</b>
<b>6.1. Competencias de Ingreso</b>	<b>47</b>
<b>6.2. Competencias de Egreso</b>	<b>47</b>
<b>6.3. Áreas curriculares</b>	<b>49</b>
6.3.1. Área de Estudios Generales.	49
6.3.2. Área de Estudios Específicos	50
6.3.3. Área de Estudios de Especialidad	51
<b>6.4. Malla curricular del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación Social</b>	<b>53</b>
<b>6.5 Plan de estudios</b>	<b>55</b>
6.5.1 Estructura del plan de estudios del Programa de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA-Puno.	55
6.5.2 Resumen del plan de estudios por áreas de formación	60
6.5.3 Resumen de condición de cursos para optar el grado académico de bachiller	60
6.5.4 Estrategias didácticas de aprendizaje-enseñanza.	60
6.5.5. Evaluación del aprendizaje	68
<b>6.6. Cartas Descriptivas</b>	<b>89</b>
<b>VII.ADMINISTRACIÓN DEL CURRÍCULO</b>	<b>227</b>
<b>7.1. Plana docente</b>	<b>227</b>
<b>7.2 Infraestructura y equipamiento</b>	<b>230</b>
<b>7.3. Recursos didácticos</b>	<b>232</b>
<b>7.4. Denominación del grado académico y título profesional</b>	<b>233</b>
7.4.1. Grado Académico: Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	233
7.4.2. Título Profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social	233
7.4.3. Duración de los estudios:	233
<b>7.5. Organización académico administrativo de la Facultad</b>	<b>234</b>
<b>7.6. Cuadro de equivalencias de planes de estudios</b>	<b>237</b>
<b>7.7. Líneas de investigación</b>	<b>239</b>
<b>VIII.SEGUIMIENTO AL EGRESADO</b>	<b>242</b>
<b>Objetivos</b>	<b>242</b>
<b>Funciones</b>	<b>242</b>

<b>Estrategias</b>	<b>242</b>
<b>IX. EVALUACIÓN DEL CURRÍCULO</b>	<b>242</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>244</b>
<b>REGLAMENTOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS</b>	<b>244</b>
<b>1. Reglamento de Ingreso</b>	<b>245</b>
<b>2. Reglamento de matrículas</b>	<b>249</b>
<b>3. Reglamento de tutoría</b>	<b>260</b>
<b>4. Reglamento de evaluación del aprendizaje</b>	<b>267</b>
<b>5. Reglamento de cuadro de méritos</b>	<b>277</b>
<b>6. Reglamento de convalidaciones</b>	<b>281</b>
<b>7. Reglamento de prácticas pre profesionales</b>	<b>288</b>
<b>8. Reglamento de uso de laboratorios</b>	<b>293</b>
<b>9. Reglamento de grados y títulos</b>	<b>297</b>
<b>10. Reglamento del registro, presentación y dictamen de los proyectos de tesis de pregrado</b>	<b>305</b>
<b>11. Reglamento de uso de bibliotecas</b>	<b>312</b>
<b>12. Reglamento de ayudantía de cátedra</b>	<b>325</b>
<b>13. Reglamento de servicios de bienestar</b>	<b>330</b>
<b>14. Reglamento de evaluación de desempeño</b>	<b>331</b>
<b>15. Reglamento de desarrollo académico del docente</b>	<b>343</b>

## **I. BASE LEGAL**

### **Constitución Política del Perú**

Artículo 13°. La educación tiene como finalidad el desarrollo integral de la persona humana. El Estado reconoce y garantiza la libertad de enseñanza. Los padres de familia tienen el deber de educar a sus hijos y el derecho de escoger los centros de educación y de participar en el proceso educativo.

Artículo 18°. La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica. El Estado garantiza la libertad de cátedra y rechaza la intolerancia.

Las universidades son promovidas por entidades privadas o públicas. La ley fija las condiciones para autorizar su funcionamiento.

La universidad es la comunidad de profesores, alumnos y graduados. Participan en ella los representantes de los promotores, de acuerdo a ley.

Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes.

Artículo 20°. Los colegios profesionales son instituciones autónomas con personalidad de derecho público. La ley señala los casos en que la colegiación es obligatoria.

### **Ley N° 30220, Ley universitaria**

La universidad es una comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia, que brinda una formación humanista, científica y tecnológica con una clara conciencia de nuestro país como realidad multicultural. Adopta el concepto de educación como derecho fundamental y servicio público esencial. Está integrada por docentes, estudiantes y graduados. Participan en ella los representantes de los promotores, de acuerdo a ley.

Las universidades son públicas o privadas. Las primeras son personas jurídicas de derecho público y las segundas son personas jurídicas de derecho privado.

Artículo 6°. Fines de la universidad

La universidad tiene los siguientes fines:

Preservar, acrecentar y transmitir de modo permanente la herencia científica, tecnológica, cultural y artística de la humanidad.

Formar profesionales de alta calidad de manera integral y con pleno sentido de responsabilidad social de acuerdo a las necesidades del país.

Proyectar a la comunidad sus acciones y servicios para promover su cambio y desarrollo.

Colaborar de modo eficaz en la afirmación de la democracia, el estado de derecho y la inclusión social.

Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística la creación intelectual y artística.

Difundir el conocimiento universal en beneficio de la humanidad.

Afirmar y transmitir las diversas identidades culturales del país.

Promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial.

Servir a la comunidad y al desarrollo integral.

Formar personas libres en una sociedad libre.

#### Artículo 39°. Régimen de Estudios

El régimen de estudios se establece en el Estatuto de cada universidad, preferentemente bajo el sistema semestral, por créditos y con currículo flexible. Puede ser en la modalidad presencial, semipresencial o a distancia.

El crédito académico es una medida del tiempo formativo exigido a los estudiantes, para lograr aprendizajes teóricos y prácticos.

Para estudios presenciales se define un crédito académico como equivalente a un mínimo de dieciséis (16) horas lectivas de teoría o el doble de horas de práctica.

Los créditos académicos de otras modalidades de estudio, son asignados con equivalencia a la carga lectiva definida para estudios presenciales.

#### 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 contribuyan al desarrollo del país.

Todas las carreras en la etapa de pregrado se pueden diseñar, según módulos de competencia profesional, de manera tal que a la conclusión de los estudios de dichos módulos permita obtener un certificado, para facilitar la incorporación al mercado laboral. Para la obtención de dicho certificado, el estudiante debe elaborar y sustentar un proyecto que demuestre la competencia alcanzada.

Cada universidad determina en la estructura curricular el nivel de estudios de pregrado, la pertinencia y duración de las prácticas pre-profesionales, de acuerdo a sus especialidades.

El currículo se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos.

La enseñanza de un idioma extranjero, de preferencia inglés, o la enseñanza de una lengua nativa de preferencia quechua o aimara, es obligatoria en los estudios de pregrado.

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 35 créditos. Deben estar dirigidos a la formación integral de los estudiantes.

#### Artículo 42°. 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 44°. Grados y títulos

Las universidades otorgan los grados académicos de Bachiller, Maestro, Doctor y los títulos profesionales que correspondan, a nombre de la Nación. Las universidades que tengan acreditación reconocida por el organismo competente en materia de acreditación, pueden hacer mención

#### Artículo 45°. Obtención de grados y títulos

La obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Título Profesional: requiere del grado de Bachiller y la aprobación de una tesis o trabajo de suficiencia profesional. Las universidades acreditadas pueden establecer modalidades adicionales a estas últimas. El título profesional sólo se puede obtener en la universidad en la cual se haya obtenido el grado de bachiller.

#### Artículo 100°. Derechos de los estudiantes

Son derechos de los estudiantes:

Recibir una formación académica de calidad que les otorgue conocimientos generales para el desempeño profesional y herramientas de investigación.

La gratuidad de la enseñanza en la universidad pública.

Participar en el proceso de evaluación a los docentes por periodo académico con fines de permanencia, promoción o separación.

Tener la posibilidad de expresar libremente sus ideas, sin que pueda ser sancionado por causa de las mismas.

Participar en el gobierno y fiscalización de la actividad universitaria, a través de los procesos electorales internos, de acuerdo con esta Ley y la regulación que establezca cada universidad.

Ejercer el derecho de asociación, para fines vinculados con los de la universidad.

Tener en las universidades privadas, la posibilidad de acceder a escalas de pago diferenciadas, previo estudio de la situación económica y del rendimiento académico del alumno.

Contar con ambientes, instalaciones, mobiliario y equipos que sean accesibles para las personas con discapacidad.

Ingresar libremente a las instalaciones universitarias y a las actividades académicas y de investigación programadas.

Utilizar los servicios académicos y de bienestar y asistencia que ofrezca la institución universitaria.

Solicitar reserva de matrícula por razones de trabajo o de otra naturaleza debidamente sustentada. No excederá de tres (3) años consecutivos o alternos.

En el caso de las universidades públicas, la gratuidad de la enseñanza se garantiza para el estudio de una sola carrera.

El alumno tiene el derecho de gratuidad para el asesoramiento, la elaboración y la sustentación de su tesis, para obtener el grado de Bachiller, por una sola vez.

Los demás que disponga el Estatuto de la universidad.

### **Texto Único Ordenado del Estatuto Universitario 2015.**

Aprobado mediante R.R. N° 1044-2015-R-UNA de fecha de abril de 2015.

#### Artículo 8. Autonomía universitaria

8.3. Académico, implica la potestad auto determinativa para fijar el marco del proceso de enseñanza-aprendizaje dentro de la institución universitaria. Supone el señalamiento de los planes de estudios, programas de investigación, formas de ingreso y egreso de la institución, etc. Es formalmente dependiente del régimen normativo y es la expresión más acabada de la razón de ser de la actividad universitaria.

#### Artículo 38. Régimen de estudios de pregrado

Los currículos de las escuelas profesionales que oferta la UNA-PUNO son de sistema semestral, por créditos, flexible y por competencias. Pueden ser en la modalidad presencial, semipresencial o a distancia, diseñados de acuerdo a los enfoques pedagógicos y a la concepción de la educación universitaria expresado en el Proyecto Educativo Universitario. Son conducidos por una comisión especial presidida por el director de la Escuela Profesional y reconocida por Resolución de Decanato. Su elaboración es responsabilidad de los docentes.

#### Artículo 43. Crédito académico de pregrado

El crédito académico es una medida del tiempo formativo exigido a los estudiantes para lograr aprendizajes teóricos y prácticos. Para estudios presenciales se define un crédito académico semestral como equivalente a un mínimo de dieciséis (16) horas lectivas de teoría o el doble de horas de práctica.

#### Artículo 47. Diseño curricular

Las escuelas profesionales diseñan y actualizan sus estructuras curriculares o currículos de acuerdo a las demandas sociales, culturales y de políticas educativas regionales y nacionales que contribuyan al desarrollo del país, recogiendo las exigencias de los estándares de licenciamiento y acreditación y del Proyecto Educativo Universitario de la UNA-PUNO. Determinan orientaciones curriculares para el otorgamiento del grado de bachiller en la especialidad respectiva y el título profesional.

##### 47.1. Los 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.

##### 47.2. Los estudios específicos y de especialidad de pregrado

Son los estudios que proporcionan los conocimientos propios de la profesión y especialidad correspondiente. El período de estudios debe tener una duración no menor de ciento sesenta y cinco (165) créditos. Cada escuela profesional determina en su estructura curricular la pertinencia y duración de las prácticas preprofesionales, de acuerdo a sus especialidades.

#### Artículo 48. Módulos de competencia ocupacional y/o profesional

Todas las escuelas profesionales de la UNA-PUNO incorporan en sus estructuras curriculares módulos de competencia ocupacional y/o profesional, de manera tal que a

la conclusión de los estudios de dichos módulos permitan obtener una certificación progresiva para facilitar al estudiante su incorporación al mercado laboral. Para la obtención de dicha certificación el estudiante debe elaborar y sustentar un proyecto que demuestre la competencia alcanzada.

#### Artículo 49. Evaluación y actualización de la estructura curricular

El currículo se debe actualizar cada tres (03) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos, conforme al reglamento.

#### Artículo 50. Enseñanza del idioma extranjero o nativo

La enseñanza del idioma extranjero, de preferencia inglés, o la enseñanza de una lengua nativa, de preferencia quechua o aimara, es obligatoria en los estudios de pregrado.

#### Artículo 51. Cursos Electivos

Algunos cursos electivos pueden llevarse indistintamente en las facultades de la UNA-PUNO y/o en las universidades de las redes interregionales, dependiendo de la escuela profesional correspondiente que reconocerá los créditos asignados a dichas asignaturas. Se podrá incorporar hasta doce (12) créditos de libre disponibilidad procedentes de una universidad acreditada.

#### Artículo 52. Convalidación de cursos en Universidades Extranjeras

Con la finalidad de facilitar la internacionalización de la universidad, los cursos desarrollados en universidades extranjeras son convalidados con el total de los créditos correspondientes en las escuelas profesionales.

#### Artículo 54. Grados académicos y títulos

La UNA-PUNO otorga, a nombre de la Nación, los grados académicos de bachiller, maestro y doctor; así como los títulos profesionales y los títulos de segunda especialidad profesional.

Las escuelas profesionales acreditadas consignan tal condición en el título a otorgar. Para fines de homologación o revalidación, los grados académicos o títulos otorgados por universidades o escuelas de educación superior extranjeras se rigen por lo dispuesto en la ley Universitaria vigente

#### Artículo 55. Requisitos de los grados y títulos

La obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas establecidas por la UNA-PUNO en sus reglamentos respectivos. Los requisitos mínimos son los siguientes:

55.1. Grado de bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

55.2. Título profesional: requiere del grado de bachiller y la aprobación de una tesis o trabajo de suficiencia profesional de tres (03) años de desempeño en el área. Las escuelas profesionales de la UNA-PUNO acreditadas pueden establecer modalidades adicionales. El título profesional de la UNA-PUNO solo podrá otorgarse a estudiantes que hayan obtenido previamente el grado de bachiller en esta casa de estudios.

RESOLUCION DECANAL N° 029-91-FCS.

Puno, C.U. 22 de Abril de 1991.

Visto, la Solicitud, los documentos y el acuerdo de Consejo de Facultad Ordinario de la Facultad de Ciencias Sociales de fecha 09 de Abril de 1991, sobre modificación de nombre de la Carrera Profesional de Periodismo.

CONSIDERANDO :

Que, la Ley Universitaria y el Estatuto Vigente de la UNA, otorgan atribuciones a los Miembros del Consejo de Facultad para proponer a las Instancias respectivas de gobierno de la UNA, la modificación de denominación de Facultad como de Carreras Profesionales;

Que, con fecha 12 de Octubre de 1982, la UNA establece un Convenio con la Asociación Nacional de Periodistas, para la Profesionalización de Periodistas, dando así inicio el funcionamiento de la Carrera Profesional de Periodismo y con fecha 17 de Marzo de 1984, la Asamblea Universitaria aprueba el Estatuto de la Universidad asignando a la Carrera en mención, a la Facultad de Ciencias Sociales;

Que, la Carrera Profesional de Periodismo, no cuenta con una Currícula de Estudios aprobada, por lo que se diseña y aprueba una currícula de Estudios para formación de Comunicadores Sociales;

Que, es conveniente modificar el nombre de la Carrera Profesional de Periodismo, por el de Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, por cuanto se amplía el Mercado Ocupacional de los egresados, permite la formación de los estudiantes en nuevos medios de comunicación, que es una tendencia a nivel Nacional e Internacional la modificación de las Facultades, Escuelas o Carreras Profesionales o de nuevas creaciones con la denominación de Ciencias de la Comunicación Social y no como Periodismo.

RESOLUCION DECANAL N° 020-91-FCS-UNA.P

- 2 -

Que, al cambio de nombre supone aprobar los grados y títulos que debe expedirse a los egresados de la Carrera;

Dando cumplimiento a lo acordado en sesión ordinaria del Consejo de Facultad de fecha 09 de abril de 1991;

En uso de las atribuciones conferidas al señor Decano de la Facultad de Ciencias Sociales por la Ley 23733 y el Estatuto Vigente de la UNA-Puno;

SE RESUELVE :

1. Proponer al Honorable Consejo Universitario el cambio (Modificación) del nombre de la Carrera Profesional de Periodismo, por el del "CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL".

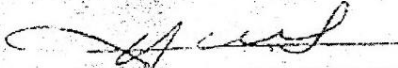
2. Aprobar la Currícula de Estudios en vías de regularización 1985-1990, estando vigente para los 05 años alternativos.

3. Aprobar los Grados y Títulos que se proponen: Grado de Bachiller: En Ciencias de la Comunicación Social; Título Profesional de: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social.

4. La Dirección de Estudios de la Carrera Profesional de Periodismo, Secretaría Técnica de la Facultad de Ciencias Sociales, quedan encargadas del cumplimiento de la presente Resolución.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y ARCHIVE.

  
Lic. PORFIRIO BARRIOS SALAS  
SECRETARIO TÉCNICO

  
Lic. ADÁN VILLEGAS MONTOYA  
DECANO (e)

C.c. Carrera Prof. Periodismo  
Archivo.

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNICA  
DEL ALTIPLANO  
PUNO

RESOLUCION RECTORAL N°219 -83-R-UNETA

Puno, C.U., 16 de febrero de 1983.

Que, habiendose acordado en Sesión ordinaria de Consejo Ejecutivo del 27 de setiembre de 1982, la firma de un Convenio entre la Asociación Nacional de Periodistas del Perú, entidad reconocida oficialmente por Ley 6848 de fecha 17 de abril de 1930, para la profesionalización en periodismo de los egresados de la Escuela Juan Bausate y Mesa, para cumplir con los requisitos que establece la Ley 23221 que ha creado el Colegio de Periodistas del Perú para el ejercicio legal del Periodismo en todo el territorio de la República, así como en sus correspondientes Reglamentos y Estatutos.

Que, la Universidad Nacional Técnica del Altiplano de conformidad con lo que establece el Estatuto General de la Universidad Peruana, que le faculta para promover acciones tendientes a la capacitación profesional en diferentes especialidades tendientes a elevar el nivel cultural del área de su influencia y de los que la requieran.

Que, el acuerdo para suscribir dicho Convenio implica necesariamente la aprobación de sus Programas Académicos de Ciencias de la Comunicación Social, el mismo que debe otorgar el Título de Licenciado en Periodismo lo cual es congruente con la Ley y las Facultades que tiene la Universidad en cuanto a la autonomía que le da el Art. 31° de la Constitución del Estado.

En vía de regularización y estando a las atribuciones que le confiere al señor Rector el Estatuto General de la Universidad Peruana vigente.

SE RESUELVE:

1.- Crear el Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Social aprobando en principio el Proyecto formulado por el Dr. OMAR ARAMAYU CORDERO a quien se le encomienda esta labor por Resolución Rectoral N° 218-82-R-UNETA, para otorgar el Título profesional de Licenciado en Periodismo y en base al Convenio suscrito y ratificado por el Consejo Ejecutivo con la Asociación Nacional de Periodistas del Perú.

2.- Encargar a la Dirección Universitaria de Evaluación Pedagógica y Servicios Académicos para que realice las gestiones ante la Comisión Nacional Interuniversitaria (CONAI) para la autorización definitiva siguiendo los tramites legales correspondientes.

3.- Las Direcciones Universitarias de Economía, de Evaluación Pedagógica y Servicios Académicos y de Planificación, quedan encargadas del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

BERNARDINO VILCA CAMBAJAL  
SECRETARIO GENERAL (e)

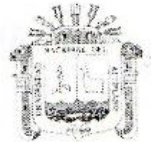
WILSON A. CRISTINA REYES REYES  
RECTOR.

c. c.



# Universidad Nacional del Altiplano

PUNO - PERÚ



Av. El Ejército N° 329 – Puno – Teléf. (051) 352206 Telefax (051) 368590 – Casilla Postal 291

## RESOLUCIÓN DE ASAMBLEA UNIVERSITARIA N° 56-2016-AU-UNA

Puno, 28 de junio del 2016

### VISTOS:

La Resolución Rectoral N° 219-83-R-UNTA (16-02-1983) y, el MEMORANDUM N° 536-2016-SG-UNA (28-06-2016), para regularización de la creación de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social – Facultad de Ciencias Sociales de esta Universidad.

### CONSIDERANDO:

Que, en atención al acuerdo adoptado en Sesión Ordinaria de Consejo Ejecutivo de fecha 27 de setiembre de 1982 y mediante RESOLUCIÓN RECTORAL N° 219-83-R-UNTA de fecha 16 de febrero de 1983, entre otros, se dispuso la creación del Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Nacional Técnica del Altiplano;

Que, verificado el acervo documental que obra en archivos de la institución, el antes denominado Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Social, en la actualidad Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales – UNA Puno, no cuenta con resolución de creación emitida por Órgano de Gobierno Universitario competente, conforme a la Estructura Organizacional de la Universidad, normada por la Ley Universitaria y Estatuto Universitario; por lo que se hace necesaria su regularización en concordancia con el acto administrativo descrito en el considerando precedente;

Que, en el año 1984, mediante RESOLUCIÓN RECTORAL N° 412-84-R-UNDAF, se pone en vigencia a partir del 02 de abril de 1984, el Estatuto de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, en cuya Primera Disposición Final, en conformidad a la Disposición Transitoria Octava de la Ley Universitaria N° 23733 se constituyen las diferentes Facultades de esta Casa Superior de Estudios, con las respectivas carreras profesionales que la conforman; entre ellas, la FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, integrada por las Carreras Profesionales de: Sociología, Turismo, Antropología y Periodismo;

Que, posteriormente con RESOLUCIÓN DE ASAMBLEA UNIVERSITARIA N° 010-98-AU-UNA de fecha 24 de enero de 1998, se aprueba la modificación del Estatuto de esta Universidad, en cuyo art. 338 establece que la UNA-Puno comprende entre otras Facultades, la de CIENCIAS SOCIALES, integrada por las Carreras Profesionales de: Sociología, Turismo, Antropología y Ciencias de la Comunicación Social; asimismo, con RESOLUCIÓN DE ASAMBLEA UNIVERSITARIA N° 01-2000 AU-UNA de fecha 13 de enero del 2000, se promulga el nuevo Estatuto de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, el cual en su art. 331 señala la conformación de las Facultades y respectivas Carreras Profesionales, entre ellas la Facultad de Ciencias Sociales con las Carreras Profesionales de: Sociología, Turismo, Antropología, Ciencias de la Comunicación Social y Escuela de Arte;

Que, con fecha 25 de enero del 2005, mediante RESOLUCIÓN DE ASAMBLEA UNIVERSITARIA N° 09-2005-AU-UNA, ha sido promulgado un nuevo Estatuto de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, en cuyo Título XVII, DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA, art. 328 establece que esta Casa Superior de Estudios comprende entre otras Facultades, la de CIENCIAS SOCIALES, integrada por las Escuelas Profesionales de: Sociología, Turismo, Antropología, Ciencias de la Comunicación Social y,

Que, el art. 16° de la Constitución Política del Estado, concordante con el art. 8° de la Ley N° 30220 – Ley Universitaria, establecen que las Universidades son autónomas entre otros rubros en lo académico y administrativo; siendo por lo tanto tarea de la UNA-Puno producir, organizar e implementar sus actividades académicas y administrativas para el logro de los objetivos, fines e intereses institucionales;

Que, es atribución de la Asamblea Universitaria acordar la constitución de Facultades, Escuelas y Unidades de Posgrado, entre otros, conforme lo dispone la Ley Universitaria en su art. 57 numeral 57.8;

Que, en el marco de las consideraciones descritas, la Asamblea Universitaria en Sesión Ordinaria de fecha 21 de junio del 2016, ha aprobado en vía de regularización la creación de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social que tuvo su origen e inició su funcionamiento a partir del 16 de febrero de 1983 con la denominación de Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Social de la UNTA, acorde con la Resolución Rectoral N° 219-83-R-UNTA. Disponiéndose por consiguiente la emisión del correspondiente acto administrativo;

Que, en cuyo cumplimiento; acorde con los documentos sustentatorios que forman parte de la presente Resolución; y, en el marco de las atribuciones que la Ley Universitaria, el Estatuto, la Resolución de Asamblea Universitaria Transitoria N° 02-2015-AUT-UNA y Resolución Rectoral N° 1376-2015-R-UNA, confieren al Rectorado de esta Universidad;

... III





# Universidad Nacional del Altiplano

PUNO - PERÚ



Av. El Ejército N° 329 – Puno – Teléf. (051) 352206 Telefax (051) 368590 – Casilla Postal 291

## RESOLUCIÓN DE ASAMBLEA UNIVERSITARIA N° 56-2016-AU-UNA

28-06-2016

pág. 02

III...

### SE RESUELVE:

**Artículo Primero.-** APROBAR, en vía de regularización, la creación de la ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, que tuvo su origen e inició su funcionamiento a partir del 16 de febrero de 1983 con la denominación de “Programa Académico de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional Técnica del Altiplano”, de conformidad con la RESOLUCIÓN RECTORAL N° 219-83-R-UNTA y fundamentos descritos en la parte considerativa de la presente Resolución.

**Artículo Segundo.-** Disponer el cumplimiento y acatamiento de la presente Resolución a todas las dependencias de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno.

Regístrese, comuníquese y cúmplase



**WILLVER COASACA NÚÑEZ**  
SECRETARIO GENERAL



**DR. PORFIRIO ENRIQUEZ SALAS**  
RECTOR

**DISTRIBUCIÓN:**

- Vicerrectorado Académico, Investigación
- DGA, OCI, OGAJ, OGGP
- Ofa. Universitaria Académica
- FACULTAD DE CS. SOCIALES, E.P. CS. DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
- Archivo 2016
- jefr.



Universidad Nacional del Altiplano - Puno

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

ESCUELAS PROFESIONALES:  
SOCIOLOGÍA - ANTROPOLOGÍA - TURISMO - CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL - ARTE - DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE HUMANIDADES



**RESOLUCIÓN DECANAL N° 089-2015-D-FCS-UNA**

Puno, 29 de enero del 2015

Visto, el Oficio N° 019-2015-DE-EPCsCS-FCS-UNA, mediante el cual el Director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, solicita la aprobación del Currículo Flexible Por Competencias 2015-2019.

**CONSIDERANDO:**

Que, es política de la Facultad de Ciencias Sociales, normar las actividades académicas y administrativas de la Facultad.

Que, se tiene el Acuerdo del Consejo de Facultad Extraordinario de fecha 29 de enero del 2015, mediante el cual se aprueba el Currículo Flexible Por Competencias 2015-2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

En uso de las atribuciones conferidas al Señor Decano, por el Estatuto de la UNA., y la Ley Universitaria 30220 vigente:

**SE RESUELVE :**

**Artículo Primero** .- APROBAR, el Currículo Flexible Por Competencias 2015-2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, que consta de 317 páginas.

**Artículo Segundo** .- ENCARGAR, el cumplimiento de la presente Resolución, al Director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social y Secretario Técnico de la Facultad de Ciencias Sociales.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



Distribución:  
Aroh. 2015  
EFM/BCH/cab

Lic. **BLADIMIRO CENTENO HERRERA**  
SECRETARIO TÉCNICO



Dr. **EMILIO FLORES MAMANI**  
DECANO



Universidad Nacional del Altiplano - Puno  
Resolución Rectoral N°: 2382-2015-R-UNA



Puno, 12 de agosto del 2015

**VISTOS:**

El OFICIO N° 138-2015-DE-EPCsCS-FCS-UNA de fecha 30 de julio del año que transcurre, cursado por el Director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales de esta Casa Superior de Estudios, quien hace alcance el Currículo Flexible por Competencias 2015 – 2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de esta Facultad de la UNA-Puno, para su correspondiente aprobación;

**CONSIDERANDO:**

Que, de los actuados se tiene que la Facultad de Ciencias Sociales conforme al acuerdo adoptado en Consejo de Facultad de fecha 29 de enero del 2015 y mediante Resolución Decanal N° 089-2015-D-FCS-UNA (29-01-2015), ha aprobado el Currículo Flexible por Competencias 2015 – 2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de esta Facultad de la UNA-Puno;

Que, la Oficina Universitaria Académica ha evacuado su opinión favorable, según INFORME N° 415-2015-UPDC/OUA-UNA-P (04-07-2015), al encontrarse apto para su aprobación; y, contando con la opinión y determinación favorable del Vicerrector Académico, según OFICIO N° 412-2015-VRACAD-UNA-P (06-08-2015) para la emisión de la Resolución Rectoral de aprobación;

Que, de conformidad con lo establecido por el Art. 18° de la Constitución Política del Estado y Leyes de la República, concordante con el Art. 8° de la Ley Universitaria en vigencia, el Estado reconoce la autonomía universitaria que se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente Ley y demás normativa aplicable, tanto en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico, para el cumplimiento de los fines y objetivos institucionales;

Estando a la documentación sustentatoria que forma parte de la presente Resolución; acorde con el MEMORANDUM N° 421-2015-SG-UNA (12-08-2015) emitido por Secretaria General de la UNA-Puno;

En el marco de las atribuciones que la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Resolución de Asamblea Universitaria Transitoria N° 02-2015-AUT-UNA y la Resolución Rectoral N° 1376-2015-R-UNA, confieren al Rectorado de esta Casa Superior de Estudios;

De conformidad con lo aprobado por el Consejo Universitario en Sesión Extraordinaria de fecha 11 de agosto del año en curso;

**SE RESUELVE:**

**Artículo Primero.** - **APROBAR**, el **CURRÍCULO FLEXIBLE POR COMPETENCIAS 2015 – 2019 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL** de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, documento que contiene de un Anillado de trescientos cuarenta y ocho (348) páginas y como anexo forma parte de la presente Resolución.

**Artículo Segundo.** - Los Vicerrectorados Académico y de Investigación, la Facultad de Ciencias Sociales, la Oficina General de Planificación y Desarrollo, Oficina Universitaria Académica y demás dependencias correspondientes de la institución, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y cúmplase.



**Mg. WILLVER COASACA NÚÑEZ**  
**SECRETARIO GENERAL**

**DISTRIBUCIÓN:**

- Vicerrectorados: Académico, Investigación
- DGA, OCI, OGAJ, OGPD
- Ofs.: Universit. Académica
- FCS
- Archivo/2015

hhfz/.



**D. PORFIRIO ENRÍQUEZ SALAS**  
**RECTOR**



Universidad Nacional del Altiplano - Puno



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

ESCUELAS PROFESIONALES:  
SOCIOLOGÍA - ANTROPOLOGÍA - TURISMO - CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL - ARTE - DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE HUMANIDADES

**RESOLUCIÓN DECANAL N° 427-2016-D-FCS-UNA**

Puno, 30 de junio del 2016

Visto, el Oficio N° 159-2016-DE-EPCsCS-UNA del Director de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en la que se adjunta el Informe de la Comisión de Rediseño Curricular, y el Informe N° 369-2016-OPC/DUA-UNAP, mediante el cual consideran viable para su aprobación puesto que cumple con la actualización y solicita su aprobación en Consejo de Facultad del Currículo Flexible por Competencias 2015 – 2019 de la Escuela Profesional en mención.

**CONSIDERANDO:**

Que, el Estatuto de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, en su Artículo 54 indica que “El currículo se debe actualizar cada tres años (03 años) o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos, conforme al reglamento”

Que, por Resolución Rectoral N° 2382-2015-R-UNA de fecha 1396 se ratifica la aprobación del Currículo Flexible por Competencias 2015 – 2019 de la Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, el cual ha sido aprobado en sesión de Consejo de Facultad con Resolución Decanal N° 089-2015-D-FCS-UNA de fecha 29 de enero del 2015.

Que, es política de la Facultad de Ciencias Sociales normar las actividades académicas y administrativas de la Facultad.

Que, estando aprobado en Sesión de Consejo de Facultad Ordinario de fecha 30 de junio del 2016, mediante el cual se aprueba el Currículo Flexible por Competencias 2015 – 2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

En uso de las atribuciones conferidas al Señor Decano, por el Estatuto de la UNA., y la Ley Universitaria 30220 vigente:

**SE RESUELVE :**

**Artículo Primero .-** APROBAR, la actualización del CURRÍCULO FLEXIBLE POR COMPETENCIAS 2015 – 2019 DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL (versión 2.0) de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

**Artículo Segundo.-** ELEVAR, la presente Resolución al Honorable Consejo Universitario para su ratificación.

**Artículo Tercero -** ENCARGAR, el cumplimiento de la presente Resolución a la Dirección de Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social y demás dependencias académicas y administrativas de la institución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



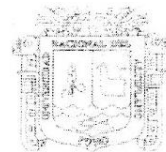
Lic. BLADIMIRO CENTENO HERRERA  
SECRETARIO TÉCNICO

Fecha: 30 de junio del 2016  
HLV/SBCH/cab



Mg. HECTOR LUCIANO VELASQUEZ SAGUA  
DECANO

Universidad Nacional del Altiplano - Puno  
Resolución Rectoral N° 2545-2016-R-UNA



Puno, 25 de julio del 2016

VISTOS:

El OFICIO N° 414-2016-VRACAD-UNA-P (19/07/2016) cursado por el Vicerrectorado Académico de la UNAP, y MEMORANDUM N° 747-2016-SG-UNA (21/07/2016) emitido por Secretaría General de esta Casa Superior de Estudios, referidos a la aprobación de la actualización del Currículo Flexible por Competencias 2015-2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social (versión 2.0) – Facultad de Ciencias Sociales de esta Universidad; y,

CONSIDERANDO:

Que, acorde con lo prescrito por el Artículo 39° de la Ley Universitaria N° 30220, el régimen de estudios se establece en el Estatuto de cada Universidad, preferentemente bajo el sistema semestral, por créditos y con un currículo flexible; consiguientemente el Artículo 52° del Estatuto de la UNAP concordado con el Artículo 40° de la acotada Ley Universitaria, la Universidad Nacional del Altiplano – Puno determina el diseño curricular de cada especialidad, en los niveles de enseñanza respectivos, de acuerdo a las necesidades nacionales y regionales que contribuyan al desarrollo del país. El currículo se debe actualizar cada tres (03) años o cuando sea conveniente según los avances científicos y tecnológicos. De esta manera, la actualización de la Estructura del Currículo Flexible por Competencias de Escuelas Profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, ha sido aprobado mediante Resolución Rectoral N° 1871-2016-R-UNA de fecha 08 de junio del 2016.

Que, en cumplimiento de lo dispuesto por la norma invocada precedentemente, la Facultad de Ciencias Sociales de la UNAP mediante Resolución Decanal N° 427-2016-D-FCS-UNA (30/06/2016) ha aprobado la actualización del Currículo Flexible por Competencias 2015-2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social (versión 2.0); elevando ante órgano superior competente para su aprobación, contenida en un volumen que forma parte del expediente;

Que, acorde con la transcripción contenida en el MEMORANDUM N° 747-2016-SG-UNA (21/07/2016), el Pleno del Honorable Consejo Universitario de esta Casa Superior de Estudios en Sesión Extraordinaria de fecha 20 de julio del 2016, ha aprobado la Actualización del Currículo Flexible por Competencias 2015-2019 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social (versión 2.0) de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno;

Estando a los documentos sustentatorios que forman parte de la presente Resolución, contando con la opinión técnica favorable contenida en el INFORME N° 449-2016-OPC/DUA-UNAP (18/07/2016) formulada por la Oficina de Planeamiento Curricular – Dirección Universitaria Académica de la UNAP;

En el marco de las atribuciones que la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto Universitario, Resolución de Asamblea Universitaria Transitoria N° 002-2015-AUT-UNA y Resolución Rectoral N° 1376-2015-R-UNA confieren al Rectorado de esta Casa Superior de Estudios;

SE RESUELVE:

**Artículo Primero.-** APROBAR, la ACTUALIZACIÓN del CURRÍCULO FLEXIBLE POR COMPETENCIAS 2015-2019 de la ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL (versión 2.0) de la FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, en concordancia con la Resolución Decanal N° 427-2016-D-FCS-UNA y consideraciones expuestas; documento que consta de un volumen y forma parte de la presente Resolución.

**Artículo Segundo.-** El Vicerrectorado Académico, la respectiva Facultad, la Dirección Universitaria Académica, y demás dependencias correspondientes de la institución, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y cúmplase.



Mg. WILLVER COASACA NUÑEZ  
SECRETARIO GENERAL



Dr. PORFIRIO ENRIQUEZ SALAS  
RECTOR

- Distribución:
- \* Vicerrectorado Académico
  - \* Dirección General de Administración
  - \* Ofs. Gles.: OCI, OGAI, OGPD
  - \* FACULTAD
  - \* Dirección Universitaria Académica
  - \* Archivo/2016
- ecfm/

## II. PROPÓSITOS Y OBJETIVOS

### 2.1. Misión y Visión

	UNA-PUNO	ESCUELA PROFESIONAL
Misión	Formar Profesionales idóneos, que realizan investigación científica, tecnológica, humanística, a favor de los estudiantes universitarios con identidad cultural y responsabilidad social que contribuya al desarrollo sostenible de la Región y del País.	Formar profesionales líderes, competentes, y creativos con capacidad de análisis crítico, investigación y gestión; comprometidos con el desarrollo social y la identidad cultural de la región y el país, con la praxis de valores éticos.
Visión	Todos los peruanos acceden a una educación que les permite desarrollar su potencial desde la primera infancia y convertirse en ciudadanos que valoran su cultura, conocen sus derechos y responsabilidades, desarrollan sus talentos y participan de manera innovadora, competitiva y comprometida en las dinámicas sociales, contribuyendo al desarrollo de sus comunidades y del país en su conjunto.	

### 2.2. Propósitos Institucionales

Formar Profesionales idóneos, que realizan investigación científica, tecnológica, humanística, a favor de los estudiantes universitarios con identidad cultural y responsabilidad social que contribuya al desarrollo sostenible de la Región y del País

### 2.3. Propósitos del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación Social

Formar profesionales en gestión de Ciencias de la comunicación en un marco de investigación científica, tecnológica, ética y humanística, que les permita convertirse en ciudadanos con identidad cultural y responsabilidad social que contribuya al desarrollo sostenible de sus comunidades, región y del país.

### 2.4. Objetivos institucionales

#### 2.4.1. Objetivos de la Universidad Nacional del Altiplano

Los Objetivos Estratégicos Institucionales de la Universidad Nacional del Altiplano, se encuentran en el Plan Estratégico Institucional 2017-2019 (pág. 22).

OE1 Mejorar la formación profesional del estudiante universitario.

El primer objetivo: "Mejorar la formación profesional del estudiante universitario". Nos permite lograr un adecuado proceso de formación profesional, en el nivel de pregrado, pos título y posgrado, de manera que esa apropiada formación permita al egresado de esta Universidad insertarse oportunamente en el mercado laboral, y consecuentemente, nuestro aporte al desarrollo regional y nacional.

Asimismo, este objetivo está vinculado con el cumplimiento de las condiciones básicas de calidad para la obtención de la Licencia de

Funcionamiento y está articulado con el objetivo de la Política de Aseguramiento y el pilar de Licenciamiento como garantía de las condiciones básicas de calidad.

OE2 Fortalecer la investigación formativa y científica en la comunidad académica.

El segundo objetivo: “Fortalecer la investigación formativa y científica en la comunidad académica”. Está vinculado con la capacidad de incentivar la investigación formativa en los estudiantes de pregrado, y una investigación científica por parte de los docentes, docentes investigadores y estudiantes de posgrado. Además, este objetivo se sustenta, en la necesidad de resolver la escasa producción de investigación en la universidad pública.

Asimismo, este objetivo se articula con las funciones de la Universidad definidas en la Ley Universitaria y con el pilar de “Fomento para la mejora del desempeño” de la política de aseguramiento.

OE3 Fortalecer la responsabilidad social de la comunidad universitaria hacia la sociedad.

El tercer objetivo: “Fortalecer la responsabilidad social de la comunidad universitaria hacia la sociedad”. Este objetivo es fundamental, ya que la comunidad universitaria en su conjunto tiene que estar vinculada con el desarrollo de su entorno. Es decir, que la formación de profesionales está orientada a mejorar las dinámicas de la sociedad. De acuerdo a la Ley 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. Asimismo, la responsabilidad social universitaria es fundamento de la vida universitaria, contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la sociedad; la cual compromete a toda la comunidad universitaria.

#### **2.4.2. Objetivos de la Facultad**

- a. Desarrollar en los estudiantes una conciencia crítica e integral en su formación profesional.
- b. Contribuir a la solución de los principales problemas que aquejan a los sectores mayoritarios de la sociedad peruana.
- c. Formar profesionales de calidad académica con sentido crítico y creativo con un nivel científico, técnico y humanitario.
- d. Promover y ejecutar actividades de investigación educacional científica en concordancia con las áreas y líneas establecidas por la facultad.

### **2.4.3. Objetivos de la Escuela Profesional**

#### **OBJETIVO GENERAL:**

“Formar profesionales con alto nivel científico, tecnológico, humanista y conciencia crítica en Ciencias de la Comunicación Social para la solución de los problemas locales, regionales, nacionales e internacionales”.

#### **EJE 1: EXCELENCIA E INNOVACIÓN EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL E INVESTIGACIÓN.**

##### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

1. Actualizar el perfil profesional y la estructura curricular de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, en concordancia con lo establecido por los organismos internacionales y de acuerdo a las necesidades de la región y del país.
2. Desarrollar y consolidar el nivel académico del personal docente, reforzando con programas de capacitación y actualización en las áreas académicas acordes con la formación profesional y en didáctica universitaria.
3. Desarrollar en la plana docente una práctica y actitud de identificación y compromiso institucional para el ejercicio de la calidad docente.
4. Actualizar y mejorar la calidad académica, implementando un conjunto de instrumentos de gestión académica e indicadores de desempeño, en estrecha coordinación con las actividades de apoyo administrativo.
5. Desarrollar la enseñanza de los cursos de formación especializada y aplicada con el uso de tecnologías de información y comunicación, y servicios de biblioteca virtual.
6. Desarrollar programas tutoriales para el asesoramiento y comunicación con los estudiantes para mejorar su rendimiento académico y optimizar sus prácticas pre-profesionales.
7. Consolidar la formación integral de los estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, integrando las actividades académicas con las actividades sociales, culturales y deportivas.
8. Ampliar los convenios de gestión, a través de la Universidad, para la realización de las prácticas pre-profesionales.
9. Mantener un nivel adecuado de graduados, reduciendo los tiempos de titulación, para asegurar una mejor calidad y eficiencia de los estudios de pre - grado.
10. Desarrollar líneas de investigación con capacitación y financiamiento.
11. Propiciar la internacionalización de nuestra investigación a través de publicaciones científicas.
12. Fomentar y motivar a docentes y estudiantes investigadores.

#### **EJE 2: CONSOLIDACIÓN DE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA Y PROYECCIÓN SOCIAL.**

##### **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

13. Fortalecer los programas de extensión universitaria en la prestación de servicios de capacitación técnica y profesional a favor de quienes no son alumnos regulares de esta Universidad.
14. Participar en los programas de proyección social principalmente para la recuperación de las actividades culturales de la región andina.

#### EJE 3: CALIDAD Y TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA PROFESIONAL PARA EL DESARROLLO ACADÉMICO. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

1. Optimizar los mecanismos de comunicación para mejorar la imagen y el prestigio de la Escuela Profesional.
2. Actualizar y formular los documentos de gestión institucional, que son necesarios para optimizar las actividades académicas de la Escuela Profesional.

#### EJE 4: EXCELENCIA DE LOS SERVICIOS DE APOYO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD ACADÉMICA.

##### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Modernizar la infraestructura física de la Escuela Profesional, para optimizar el desarrollo de la actividad académica.
2. Modernizar los centros de cómputo, con equipos de última generación, así como el material bibliográfico cada vez más actualizados.
3. Desarrollar un sistema de información gerencial integrado, para una prestación de servicios en los trámites académicos (grados y títulos).
4. Elevar el nivel de profesionalización y especialización del personal administrativo.
5. Promover una adecuada articulación del pregrado con los estudios de postgrado y postítulo, de manera de institucionalizar una cultura de educación continua.
6. Diseñar y ejecutar los planes de coordinación con los egresados de la Escuela Profesional, para el intercambio de experiencias profesionales.
7. Desarrollar programas de pregrado y postgrado internacional

#### **2.5. Objetivos Educativos del Programa**

- a. Formar profesionales con capacidades personales de aprendizaje autorregulado y enfoque socio crítico, para la resolución de problemas en la comunicación, promoción de desarrollo sostenible y gestión ambiental, con actitud democrática y compromiso ciudadano.
- b. Formar profesionales capaces de aplicar normas e instrumentos de gestión para el reconocimiento de la organización dominando las modernas herramientas, métodos y enfoques.
- c. Formar profesionales para realizar investigación científica tecnológica sobre aspectos de naturaleza comunicativa.

## **2.6. Objetivos Académicos del Programa de Estudios**

Desarrollar procesos de comunicación entre la población, organizaciones e instituciones diversas para mejorar la convivencia y desarrollo a través de generación de espacios interacción social con fundamento científico humanístico y tecnológico.

Lograr competencias profesionales en ciencias de la comunicación social mediante un proceso de enseñanza aprendizaje de calidad conforme a las exigencias de un mercado laboral competitivo.

Desarrollar capacidad investigativa en los estudiantes mediante la investigación formativa conforme a los métodos, técnicos, instrumentos y estrategias de investigación en comunicación social.

Propiciar en los estudiantes una actitud de servicio y compromiso con la sociedad para promover su desarrollo mediante la gestión de proyectos de responsabilidad social conforme a la demanda de las poblaciones.

Elevar las capacidades académico – profesionales de los graduados en Ciencias de la Comunicación Social a través de un programa de seguimiento y de cooperación con la Asociación de Graduados de la Escuela Profesional de ciencias de la Comunicación social.

## **III. JUSTIFICACIÓN DE LA DEMANDA SOCIAL DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS**

### **3.1. Resumen**

El estudio se realizó a nivel regional, se consideraron 395 personas como parte de la muestra, con edades entre los 15 y 19 años, se toma como rango esta referencia ya que es la edad en la que los jóvenes deben elegir la carrera profesional a estudiar. Para el estudio, la distribución de la muestra se realizó en proporción a la población de la provincia. Entre los principales resultados encontramos que existe una preferencia por estudiar en la Universidad Nacional del Altiplano, esto debido al nivel académico y prestigio de esta Casa Superior de Estudios. Respecto a la elección de una carrera profesional en Primera Opción, encontramos que Ingeniería Civil es una de las más solicitadas, junto con Medicina y Derecho. Comunicación Social aparece con un 2.2%. En segunda opción encontramos preferencias hacia Contabilidad (9%), Administración (8%) y Derecho (6.8%). En el caso de la E.P. de Comunicación, esta registra un 2.8% de preferencia. Finalmente, se consultó respecto a la posibilidad de postular a la E.P de Comunicación, donde encontramos que 207 encuestados estarían dispuestos a seguir esta carrera profesional.

### **3.2. Resultados**

#### **3.2.1. Datos generales**

La población para el estudio consta de una muestra de 395 personas entre 15 a 19 años la Región Puno. El criterio de edad de la muestra se sustentó en la capacidad de tomar decisiones relacionadas a su futuro profesional; el estudio se llevó a cabo el año 2014. Al analizar los datos encontramos que el mayor porcentaje de la población se concentra en dos provincias: San Román (21%) y Puno (16.5%); encontramos un grupo menor

constituido por las provincias de Chucuito-Juli (10.9%) y Azángaro (10.9%); y distribuciones menores por el resto de las provincias.

Tabla 1: Distribución por Capital de Provincia

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Puno	65	16.5
San Román	83	21.0
Lampa	14	3.5
Sandia	19	4.8
Carabaya	26	6.6
San Antonio de Putina	21	5.3
Huancané	17	4.3
Moho	9	2.3
El Collao	22	5.6
Chucuito-Juli	43	10.9
Azángaro	43	10.9
Melgar	21	5.3
Yunguyo	12	3.0
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Estudio de demanda.

Profundizando en el análisis de variables demográficas del grupo de estudio, se debe considerar que la distribución por edad estuvo concentrada en mayor porcentaje en la edad de 16 años (41%). (Ver Tabla 2).

Tabla 2: Distribución Género\*Edad

GÉNERO	EDAD					Total	%
	15	16	17	18	19		
<b>Femenino</b>	55	88	33	20	13	209	52.9
<b>Masculino</b>	33	74	44	26	9	186	47.1
<b>Total</b>	88	162	77	46	22	395	
%	22.3	41.0	19.5	11.6	5.6		

Fuente: Estudio de demanda

En la distribución por nivel de estudios se puede apreciar que las personas encuestadas se concentran en el grupo que pertenece al Quinto de Secundaria (49.1%), por lo que el estudio se centra el grupo de personas que se encuentran en el momento de decisión respecto a la profesión que seguirán (Ver tabla 3).

Tabla 3: Distribución por Nivel de Estudios que está cursando

Nivel de Estudios	Frecuencia	Porcentaje
Tercero	6	1.5
Cuarto	108	27.3
Quinto	194	49.1
Ya culminó los estudios secundarios	87	22.0
<b>Total</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

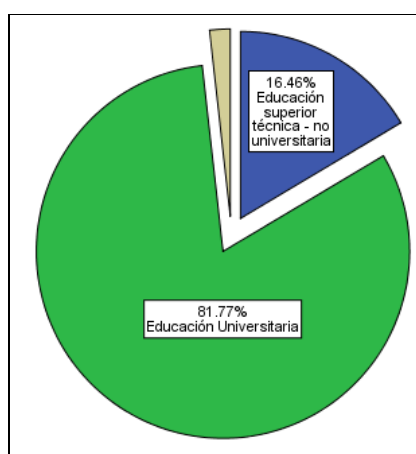
Fuente: Estudio de demanda.

### 3.2.2. Respecto al deseo de seguir estudios universitarios

El deseo de seguir estudios a nivel universitario no es común a todos los encuestados; por lo que, del total de 395, solo el 81.8% (323 jóvenes) manifestaron este deseo.

El 16.5% desea seguir una carrera técnica en algún instituto y/o postular a la Escuela Técnica de la Policía Nacional del Perú. Finalmente, encontramos un 1.7% que no desea seguir ningún tipo de estudio (ver figura 2)

Figura 2: Intención para seguir estudios superiores.



Fuente: Estudio de demanda.

Del grupo que manifestó su deseo de seguir estudios superiores (323 jóvenes), encontramos que la distribución por provincia se plasma en la tabla 4.

**Tabla 4: Distribución por provincias**

Provincia	Frecuencia	Porcentaje
Puno	59	18.3
San Román	71	22.0
Lampa	7	2.2
Sandía	17	5.3
Carabaya	19	5.9
San Antonio de Putina	14	4.3
Huancané	9	2.8
Moho	6	1.9
El Collao	19	5.9
Chucuito-Juli	41	12.7
Azángaro	30	9.3
Melgar	20	6.2
Yunguyo	11	3.4
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Estudio de demanda.

Se puede apreciar que el mayor porcentaje de encuestados provienen de San Román (22%), Puno (18.3%) y Chucuito – Juli (12.7%), esto debido a la concentración de la población de estudio en esas zonas.

### 3.2.3. Preferencia de universidades

Esta dimensión permite apreciar las preferencias de los encuestados respecto a la elección de una universidad para seguir estudios superiores.

Las universidades mencionadas por los jóvenes fueron:

- UNA: Universidad Nacional del Altiplano, ubicada en la ciudad de Puno
- UANCV: Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, en sus sedes Puno y Juliaca.
- UNAJ: Universidad Nacional de Juliaca, ubicada en la ciudad de Juliaca.

Del total de jóvenes (323) encontramos que el 74.3% desea seguir sus estudios superiores en la Universidad Nacional del Altiplano (UNA). De este porcentaje encontramos que la mayor preferencia se centra en los jóvenes de la provincia de Puno (48 jóvenes) seguidos por los de San Román (40 jóvenes); y, 38 jóvenes de Chucuito-Juli. (Ver Tabla 5)

**Tabla 5: Preferencia para seguir estudios universitarios**

Lugar de Procedencia	UNA	UANCV	UNAJ	Otras nacionales	Otras internacionales	TOTAL	
Puno	48	3	1	6	1	59	18.3
San Román	40	15	8	8	0	71	22.0
Lampa	4	2	1	0	0	7	2.2
Sandia	13	3	0	1	0	17	5.3
Carabaya	15	1	1	1	1	19	5.9
San Antonio de Putina	13	0	0	1	0	14	4.3
Huancané	8	0	1	0	0	9	2.8
Moho	6	0	0	0	0	6	1.9
El Collao	17	1	0	1	0	19	5.9
Chucuito-Juli	38	0	0	3	0	41	12.7
Azángaro	15	4	5	5	1	30	9.3
Melgar	13	0	0	7	0	20	6.2
Yunguyo	10	1	0	0	0	11	3.4
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>30</b>	<b>17</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>
	74.3	9.3	5.3	10.2	0.9	100.0	

Fuente: Estudio de demanda.

El motivo de elección está relacionado con el prestigio de la institución. Para los jóvenes, el nivel académico y formación que les puede brindar la universidad es importante al momento de elegir una institución educativa superior (50.5%).

La elección de universidad está encabezada por la UNA Puno (74.3%). Los encuestados señalan que estudiarían en la UNA Puno por el Nivel de Formación Académica que pueden recibir y por el prestigio de la institución (122 y 86 encuestados, respectivamente)

**Tabla 6: Criterios de selección de la Universidad**

Universidad	Cercanía	Formación y Nivel Académico	Costos accesibles	Prestigio	Otros	Total	%
UNA*	21	122	10	86	1	240	74.3
UANCV	8	9	4	6	3	30	9.3
UNAJ	7	5	2	2	1	17	5.3
Universidades Nacionales	1	24	0	7	1	33	10.2
Universidades Extranjeras	0	3	0	0	0	3	0.9
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>163</b>	<b>16</b>	<b>101</b>	<b>6</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>
%	11.5	50.5	5.0	31.3	1.9	100.0	

Fuente: Estudio de demanda.

### 3.2.4. Sobre la elección de la Escuela Profesional

En esta dimensión se realiza una revisión de las preferencias al momento de elegir una carrera profesional. En una primera división por áreas, podemos observar que la tendencia se orienta a elegir carreras del área de Sociales (45.8%), seguidas por las de Ingenierías (34.7%), finalmente encontramos las carreras de biomédicas (19.5%). Estos resultados corresponden a una elección en primera opción. (Ver tabla 7).

**Tabla 7: Área de Formación elegida en Primera Opción**

	Frecuencia	Porcentaje
Biomédicas	63	19.5
Ingenierías	112	34.7
Ciencias sociales	148	45.8
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100</b>

Fuente: Estudio de demanda.

Al desglosar cada una de las áreas encontramos que el 14.6% de los jóvenes desea seguir estudios en la escuela Profesional de Ingeniería Civil; seguidamente encontramos a la Escuela Profesional de Derecho con 13.9%. La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social figura entre las carreras que son elegidas en primera opción con 2.2% de preferencia. Los jóvenes que eligen estudiar en esta Escuela Profesional se encuentran en San Antonio de Putina y Melgar. (Ver tabla 8)

Tabla 8: Distribución Preferencial de Escuela Profesional por Lugar de Origen

Escuela Profesional	Lugar													Total	%
	Puno	San Román	Lampa	Sandía	Carabaya	San Antonio de Putina	Huancané	Moho	El Collao	Chucuito-Juli	Azán-garo	Melgar	Yunguyo		
Administración	6	4	1	1	4	2	0	1	2	8	2	1	0	32	9.9
Administración y Marketing	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Arquitectura	3	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	8	2.5
Arte	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Biología	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0.9
Ciencias de la Comunicación	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	3	0	7	2.2
Contabilidad	4	3	1	5	3	1	2	0	1	4	3	2	4	33	10.2
Derecho	5	15	0	0	3	1	1	1	2	5	6	4	2	45	13.9
Economía	1	5	0	1	0	0	0	0	1	4	1	0	0	13	4.0
Educación Física	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0.3
Enfermería	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	2	2	0	7	2.2
Gestión Pública	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Ingeniería Agrícola	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Ingeniería Agroindustrial	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Agronómica	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Ambiental	2	6	0	0	0	1	1	0	0	1	2	0	0	13	4.0
Ingeniería Civil	14	11	1	1	3	0	1	1	3	3	6	2	1	47	14.6
Ingeniería de Minas	1	1	0	0	2	1	1	0	0	1	1	0	0	8	2.5
Ingeniería de Sistemas	3	3	0	0	0	0	0	0	1	4	0	0	0	11	3.4
Ingeniería Electrónica	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	1.2

Ingeniería Estadística e I	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Geológica	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0.6
Ingeniería Industrial	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Ingeniería Mecánica Eléct	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	2	0.6
Ingeniería Mecatrónica	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	3	0.9
Ingeniería Química	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Medicina	8	9	1	3	2	1	0	1	4	2	3	3	1	38	11.8
Nutrición	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2	0.6
Obstetricia	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Odontología	4	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	7	2.2
Psicología	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Topografía	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	0	0	0	6	1.9
Trabajo Social	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0.6
Turismo y Hotelería	2	2	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	9	2.8
Veterinaria	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	1.2
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>71</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>41</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>
<b>%</b>	<b>18.3</b>	<b>22.0</b>	<b>2.2</b>	<b>5.3</b>	<b>5.9</b>	<b>4.3</b>	<b>2.8</b>	<b>1.9</b>	<b>5.9</b>	<b>12.7</b>	<b>9.3</b>	<b>6.2</b>	<b>3.4</b>	<b>100.0</b>	

Los motivos de elección de las carreras profesionales están relacionados con la vocación (69.7%) y la oportunidad de conseguir trabajo al finalizar los estudios (16,4%).

Un 5.9% de los encuestados señala que su elección está centrada en la oportunidad de ganar bien. En esta elección se puede denotar la necesidad de tener buenos ingresos antes que seguir una carrera que les resulte agradable o motivadora. Esta elección tiene una mayor concentración de encuestados en la provincia de San Román. (Ver Tabla 9)

Además, encontramos aquellos que no saben qué seguir y que se dejan llevar por las sugerencias de sus padres y/o familiares cercanos (5.9%)

Si bien los jóvenes señalan que elegirían una carrera profesional por vocación, también hay aquellos que lo haría debido a la presión que ejercen sus padres en ellos (1.5%).

Tabla 9: Distribución Motivos de elección\*Lugar de Origen

Motivo de elección	Lugar													Total	%
	Puno	San Román	La Mpa	Sa ndi a	Cara baya	San Antonio de Putina	Huancané	Moh o	El Col lao	Chuc uito-Juli	Azángaro	Melgar	Yunguyo		
Vocación	37	52	3	6	15	11	7	5	17	32	18	13	9	225	69.7
Sugerencia de padres o familiares	4	4	2	1	0	1	0	0	1	1	2	3	0	19	5.9
Presión	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	0	5	1.5
Hay oportunidad de conseguir trabajo	16	8	0	4	4	2	2	1	1	6	4	4	1	53	16.4
Se gana bien	1	6	2	4	0	0	0	0	0	2	3	0	1	19	5.9
Otros	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>71</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>41</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>320</b>	<b>100</b>
%	18.3	22.0	2.2	5.3	5.9	4.3	2.8	1.9	5.9	12.7	9.3	6.2	3.4	100	

Fuente: Estudio de demanda.

Nota: La distribución corresponde al cruce de los datos de los motivos por los cuales elige la Escuela Profesional y el lugar de procedencia.

La elección en segunda opción se encuentran centradas en Contabilidad (9%), Administración (8%) y Derecho (6.8%), por mencionar las tres primeras escuelas profesionales que son preferidas por los jóvenes.

Cabe resaltar que hay un 15.5% de encuestados que sólo considera la carrera elegida en primera opción y no piensa en una segunda opción.

Respecto a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, aparece como preferencia en segunda opción con un 2.8%. Los jóvenes que elegirían esta escuela profesional en segunda opción son de Puno (2 encuestados), San Antonio de Putina (2 encuestados), Melgar (2 encuestados), San Román (1 encuestado), Huancané (1 encuestado) y Azángaro (1 encuestado).

Para tener un panorama amplio de la distribución respecto a preferencia de escuela profesional y lugar de origen de los encuestados, se puede apreciar la Tabla 10.

Tabla 10: Distribución Preferencia elección escuela profesional\*Lugar de Origen en segunda opción

Escuela Profesional	Lugar													Total	%
	Puno	San Ramón	La Mpa	San día	Cara baya	San Antonio de Putina	Huan cané	Mo ho	El Col lao	Chuc uito-Juli	Azán garo	Mel gar	Yun guyo		
Solo la primera opción	0	22	2	5	4	1	0	0	4	7	3	0	2	50	15.5
Administración	4	7	1	0	1	2	2	0	1	1	4	2	1	26	8.0
Administración y Marketing	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0.6
Antropología	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	4	1.2
Arquitectura	4	2	1	2	1	0	0	0	0	5	3	0	0	18	5.6
Arte	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0.6
Biología	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0.6
Ciencias de la Comunicación	2	1	0	0	0	2	1	0	0	0	1	2	0	9	2.8
Contabilidad	4	6	1	1	1	2	0	1	2	5	4	1	1	29	9.0
Derecho	6	5	0	0	2	0	1	1	2	3	0	2	0	22	6.8
Economía	3	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	8	2.5
Educación	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Educación Física	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0.6
Enfermería	2	3	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	2.5
Físico Matemática	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Gastronomía	0	1	0	0	2	0	0	0	1	0	1	0	1	6	1.9
Industrial alimentarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.3
Ingeniería Aeronáutica	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Agrícola	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	5	1.5
Ingeniería Ambiental	1	5	0	0	2	0	0	0	1	0	3	0	0	12	3.7
Ingeniería Civil	4	4	1	1	1	1	0	1	0	4	0	0	0	17	5.3
Ingeniería de Minas	1	1	1	1	0	0	1	0	0	2	1	1	1	10	3.1
Ingeniería de Sistemas	2	2	0	0	2	0	1	0	0	2	0	0	1	10	3.1
Ingeniería del gas y Petró	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Electrónica	4	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	6	1.9

Ingeniería Geológica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	3	0.9
Ingeniería Industrial	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Ingeniería Informática	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0.3
Ingeniería Mecánica Eléctrica	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	3	0.9
Ingeniería Mecatrónica	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	0.9
Ingeniería Textil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	3	0.9
Ingeniería Topográfica	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0.3
Maquinaria Pesada	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0.3
Medicina	2	2	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	9	2.8
Música	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Negocios Internacionales	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Nutrición	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4	1.2
Obstetricia	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.6
Odontología	3	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	4	0	12	3.7
Psicología	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	5	1.5
Relaciones Industriales	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0.3
Sociología	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0.6
Topografía	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	4	1.2
Trabajo Social	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	0.9
Turismo	2	0	0	0	0	1	0	0	1	2	0	0	0	6	1.9
Veterinaria	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0.6
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>71</b>	<b>7</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>41</b>	<b>30</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>32</b>	<b>10</b>
<b>%</b>	<b>.3</b>	<b>0</b>	<b>2.2</b>	<b>5.3</b>	<b>5.9</b>	<b>4.3</b>	<b>2.8</b>	<b>1.9</b>	<b>5.9</b>	<b>12.7</b>	<b>9.3</b>	<b>6.2</b>	<b>3.4</b>	<b>0.0</b>	<b>10</b>

Fuente: Estudio de demanda.

### 3.2.5. Percepción: ingresos, prestigio y dificultad de estudios

Esta dimensión permite realizar un análisis sobre la percepción de los jóvenes respecto a la Carrera Profesional permiten que el profesional obtenga los mayores ingresos en el mercado. Seguidamente, se incluyen los datos sobre la carrera que es considerada como la más prestigiosa; y, finalmente la percepción respecto a la dificultad de los estudios.

Desarrollando cada uno indicadores encontramos que, sobre la percepción de mayores ingresos, los jóvenes consideran que Ingeniería Civil es la carrera que genera los mejores ingresos en el mercado (37.5%), en segundo lugar, encontramos a la carrera de Medicina (20.1%). Tenemos un 0.3% de los encuestados que consideran que la carrera profesional de Comunicación Social genera buenos ingresos (Ver tabla 11)

**Tabla 11: Percepción sobre Profesión que genera mayores ingresos**

	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería Civil	121	37.5
Derecho	25	7.7
Medicina	65	20.1
Economía	17	5.3
Ingeniería de Minas	21	6.5
Contabilidad	20	6.2
Administración	14	4.3
Veterinaria	1	0.3
Arquitectura	4	1.2
Ingeniería Ambiental	7	2.2
Turismo, Hotelería y Gastronomía	5	1.5
Ciencias de la Comunicación	1	0.3
Odontología	3	0.9
Ingeniería Mecánica	3	0.9
Administración y Marketing	1	0.3
Educación Física	1	0.3
Ingeniería de Sistemas	1	0.3
Arte	1	0.3
No responde	12	3.7
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100</b>

Fuente: Estudio de demanda.

Sobre la percepción de prestigio encontramos que los encuestados señalan que la carrera de Medicina es la más prestigiosa (33.4%), seguida de Ingeniería Civil (30.7%) y Derecho (12.7%), por mencionar las tres primeras ubicaciones.

Respecto a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, encontramos que un 1.5% de los encuestados señalan que esta es una de las opciones prestigiosas de carreras profesionales (Ver Tabla 12)

**Tabla 12: Percepción sobre Prestigio de la Escuela Profesional**

	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería Civil	99	30.7
Derecho	41	12.7
Medicina	108	33.4
Economía	3	0.9
Ingeniería de Minas	12	3.7
Contabilidad	16	5.0
Administración	4	1.2
Veterinaria	5	1.5
Enfermería	1	0.3
Arquitectura	2	0.6
Ciencias de la Comunicación	5	1.5
Educación	2	0.6
Administración y Marketing	1	0.3
Topografía	1	0.3
Gastronomía	1	0.3
Ingeniería Agrícola	1	0.3
Biología	1	0.3
Ingeniería Mecatrónica	1	0.3
Odontología	1	0.3
Ingeniería Ambiental	1	0.3
Psicología	1	0.3
No responde	16	5.0
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100</b>

Fuente: Estudio de demanda.

La percepción respecto a la dificultad al momento de estudiar la carrera profesional se encuentra centrada en el esfuerzo académico que debe realizar el estudiante para cumplir satisfactoriamente con los requerimientos establecidos.

Al respecto encontramos que desde la percepción de los jóvenes encuestados, las carreras más difíciles de estudiar son Medicina (60.1%), Ingeniería Civil (17%) y Derecho (5.3%)

**Tabla 13: Percepción sobre Dificultad en los estudios**

	Frecuencia	Porcentaje
Ingeniería Civil	55	17.0
Derecho	17	5.3
Medicina	194	60.1
Economía	1	0.3

Ingeniería de Minas	13	4.0
Contabilidad	4	1.2
Enfermería	5	1.5
Arquitectura	6	1.9
Ingeniería Mecatrónica	4	1.2
Ingeniería Petrolera	1	0.3
Ingeniería Geológica	1	0.3
Ingeniería Ambiental	2	0.6
Nutrición	1	0.3
Odontología	3	0.9
Ingeniería Electrónica	1	0.3
Gastronomía	1	0.3
Negocios Internacionales	1	0.3
Fisico matemática	2	0.6
Psicología	1	0.3
No responde	10	3.1
<b>Total</b>	<b>323</b>	<b>100</b>

Fuente: Estudio de demanda.

### 3.2.6. Conocimiento de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social

Respecto a esta dimensión encontramos indicadores relacionados al conocimiento de la existencia de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, predisposición de los jóvenes para estudiar esta carrera profesional y el área de desarrollo profesional que influiría en su decisión de elección respecto a la mencionada carrera profesional.

Sobre el conocimiento de la existencia de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social tenemos que el 51.7% de los encuestados manifestaron que sí conocían o tenían referentes sobre esta escuela profesional; y, el 48.3% señaló su desconocimiento respecto de la misma.

Cabe mencionar que las zonas donde se da mayor desconocimiento de la existencia de la Escuela Profesional son San Román (33 encuestados), Puno (23 encuestados), El Collao (18 encuestados) y Chucuito-Juli (17 encuestados), por mencionar los 4 puntajes más altos. (Ver Tabla 14)

Tabla 14: Distribución Lugar de origen\* Conocimiento sobre la existencia de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

Lugar	Conocimiento CCS		Total	%
	SI	NO		
Puno	36	23	59	18.3
San Román	38	33	71	22.0
Lampa	1	6	7	2.2
Sandia	13	4	17	5.3
Carabaya	6	13	19	5.9
San Antonio de Putina	8	6	14	4.3
Huancané	4	5	9	2.8
Moho	0	6	6	1.9
El Collao	1	18	19	5.9
Chucuito-Juli	24	17	41	12.7
Azángaro	14	16	30	9.3
Melgar	17	3	20	6.2
Yunguyo	5	6	11	3.4
<b>Total</b>	<b>167</b>	<b>156</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>
	%	51.7	48.3	100.0

Fuente: Estudio de demanda.

A los encuestados que no conocían respecto a la existencia de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación Social se les explicó sobre las principales áreas de desarrollo profesional, para posteriormente preguntarles respecto a su disponibilidad para estudiar esta carrera. Al respecto encontramos que el 64.1% de los encuestados estarían en la disposición o considerarían estudiar Ciencias de la Comunicación Social.

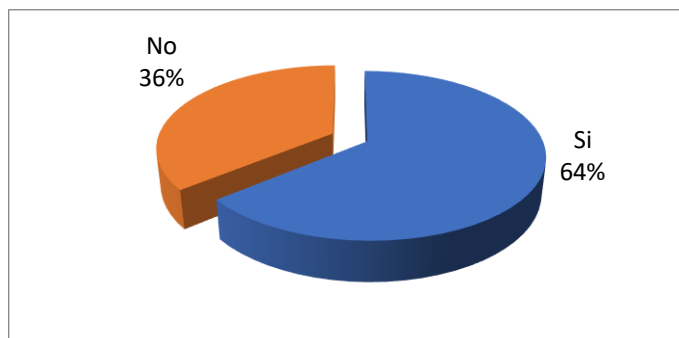


Figura 3: Distribución Predisposición de los jóvenes para seguir estudios en Ciencias de la Comunicación Social

Realizando un análisis exhaustivo sobre la predisposición para estudiar Ciencias de la Comunicación Social encontramos que 34 de los 45 jóvenes que piensan estudiar Derecho estarían en la predisposición de seguir Comunicación Social. 22 de los 32 que seguirían Administración podrían cambiar su elección por Comunicación. 24 de 33 posibles postulantes a Contabilidad cambiarían su elección. (Ver tabla 15)

Tabla 15: Distribución Escuela Profesional primera opción\* Predisposición para estudiar en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

Escuela Profesional	Lugar		Total	%
	Si	No		
Administración	22	10	32	9.9
Administración y Marketing	1	1	2	0.6
Arquitectura	3	5	8	2.5
Arte	1	0	1	0.3
Biología	1	2	3	0.9
Ciencias de la Comunicación	7	0	7	2.2
Contabilidad	24	9	33	10.2
Derecho	34	11	45	13.9
Economía	9	4	13	4.0
Turismo y Hotelería	8	1	9	2.8
Educación Física	1	0	1	0.3
Enfermería	3	4	7	2.2
Gestión Pública	1	1	2	0.6
Ingeniería Agrícola	2	0	2	0.6
Ingeniería Agroindustrial	1	0	1	0.3
Ingeniería Agronómica	1	0	1	0.3
Ingeniería Ambiental	7	6	13	4.0
Ingeniería Civil	25	22	47	14.6
Ingeniería de Minas	3	5	8	2.5
Ingeniería de Sistemas	7	4	11	3.4
Ingeniería Electrónica	3	1	4	1.2
Ingeniería Estadística e I	1	0	1	0.3
Ingeniería Geológica	1	1	2	0.6
Ingeniería Industrial	2	0	2	0.6
Ingeniería Mecánica Eléct	2	0	2	0.6
Ingeniería Mecatrónica	1	2	3	0.9
Ingeniería Química	1	1	2	0.6
Medicina	20	18	38	11.8
Nutrición	2	0	2	0.6
Obstetricia	1	0	1	0.3
Odontología	5	2	7	2.2
Psicología	1	0	1	0.3
Topografía	3	3	6	1.9
Trabajo Social	1	1	2	0.6
Veterinaria	2	2	4	1.2
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>116</b>	<b>323</b>	<b>100.0</b>
%	64.1	35.9	100.0	

Fuente: Estudio de demanda.

Tenemos 207 encuestados que son los que estarían dispuestos a estudiar Ciencias de la Comunicación Social, de este grupo, el

23.8% se encuentra interesado en la Producción y Conducción de programas televisivos. Les interesa el manejo de los equipos y la producción a nivel audiovisual.

Tenemos un 12.7% que se muestra interesado en aspectos relacionados a la publicidad y diseño gráfico. Y, un 9.6% muestra interés en los proyectos de comunicación para el desarrollo. Estas tres áreas constituyen algunos de los aspectos por los que los jóvenes cambiarían su decisión al momento de elegir una opción profesional. (Ver tabla 16)

Además, encontramos que las mujeres son las más interesadas en la producción y conducción de programas televisivos (45 encuestadas), un caso similar se da en proyectos de comunicación para el desarrollo (21 encuestadas). En el caso de Publicidad y Diseño, la preferencia es equitativa para varones y mujeres. (Ver Tabla 16).

**Tabla 16: Distribución Áreas de interés en Ciencias de la Comunicación Social\* Género.**

Sexo	Áreas de Interés en la E.P. CCS							Total	%
	Desenvolverme en Periodismo	Me gusta la locución y oratoria	Me gusta la publicidad y el diseño gráfico	Me gusta producir y conducir programas televisivos	Quiero trabajar en proyectos de comunicación	Quiero trabajar en RR.PP.	Otros		
Femenino	17	7	20	45	21	7	0	117	36.2
Masculino	8	14	21	32	10	2	3	90	27.9
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>41</b>	<b>77</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>207</b>	<b>64.1</b>
%	7.7	6.5	12.7	23.8	9.6	2.8	0.9	64.1	

Fuente: Estudio de demanda.

#### **IV. FUNDAMENTACIÓN DEL CURRÍCULO DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS.**

La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, asume el propósito de organizar el currículo de estudios universitarios para la formación de profesionales con excelencia académica, científica y humanística, comprometida con la región y el país en el contexto de la sociedad del conocimiento y de los cambios científicos, tecnológicos y culturales. En la situación actual la universidad asume el reto de crear las mejores condiciones educativas para que los estudiantes desarrollen las habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes para el desempeño profesional y la realización personal.

##### **4.1. Fundamentos Filosóficos**

La concepción del mundo y de la vida y la búsqueda de un ideal de hombre, orientan la finalidad educativa universitaria. La UNA-Puno, orienta la formación de profesionales con calidad académica, competitividad y con sólida formación humanista, que implica:

Respeto a la dignidad de la persona.

Pluralismo y libertad de pensamiento

Justicia y solidaridad social.

Igualdad de derechos y oportunidades para todos.

Son valores universales de la persona que orientan la formación de la dignidad de la persona que tiene dos imperativos vitales: Una es que cada uno tiene la obligación de respetarse, de reconocerse como tal, es decir el poder y el reclamar para sí lo que es debido a toda persona humana. Y la otra es, reconocer y respetar la dignidad de sus semejantes. La dignidad humana aparece entonces, como el sustento de los deberes y derechos fundamentales.

Además, consideramos el sentido de trascendencia de la persona, en la medida que tiene el deber de consolidar y afirmar identidad y compromiso con la transformación en la dimensión local y global, revalorando la realización del ser humano como fin supremo de la sociedad y del estado.

#### **4.2. Fundamentos Socioculturales**

El currículo de estudios universitario dinamiza las intenciones educativas de nuestra sociedad regional y nacional para un determinado momento histórico de su desarrollo y, por consiguiente, el currículo se convierte en el instrumento mediador entre la universidad y sociedad en la búsqueda del logro de los siguientes propósitos estratégicos:

- Formación de profesionales comprometidos con la región y el país, de acuerdo a las demandas de la sociedad y el conocimiento.
- Revaloración cultural y liderazgo en la región andina.
- Identidad de la cultura regional y compromiso con el desarrollo.
- Formación de capacidades para la convivencia interculturalidad.

Es decir, que el estudiante aprende a responder a las necesidades de sus semejantes, de darse, de servir y hacerse partícipe de las posibilidades del desarrollo humano sostenible en sus contextos socioculturales donde él se desempeña con sentido de trascendencia

#### **4.3. Fundamentos Psicopedagógicos**

Los principios psicopedagógicos del currículo para la formación profesional son:

- El currículo busca un estudiante creador, imaginativo, con capacidad de decidir, de actuar, con espíritu flexible, para enfrentar y resolver problemas de su localidad y del país, con actitud humanizadora.
- La autonomía del estudiante, implica que partimos del diagnóstico de sus necesidades, de sus carencias y demandas y del establecimiento de los objetivos de aprendizaje, dentro de una flexibilidad curricular institucional realizada por el docente y apoyada con función tutorial.
- El fortalecimiento de la formación básica de los estudiantes, a través de la transversalidad de capacidades investigativas, el compromiso con la cultura regional, experimentación del ejercicio profesional permite la realización idónea del profesional.
- El centro del proceso formativo es el estudiante, quien logra competencias profesionales y personales a través de las áreas de formación académica.

- Cada estudiante genera su propio conocimiento, sus propias reglas y modelos mentales con los que damos sentido y significado a nuestras experiencias y acciones.
- El docente universitario guía y apoya el proceso formativo del estudiante y fomenta la autorregulación del aprendizaje y la autonomía responsable.
- El conocimiento se construye socialmente, es conveniente que los planes y programas de estudio estén diseñados de tal manera que incluyan en forma sistemática la interacción social, entre estudiantes y profesor, y entre estudiantes y comunidad.
- La evaluación del aprendizaje, proceso metacognitivo y autorreflexivo, forma parte de la integralidad y complejidad del aprendizaje.

#### **4.4. Fundamentos Epistemológicos**

El currículo de estudios universitario, tiene fundamentos epistemológicos los cuales permite que el estudiante a través del proceso de aprendizaje-enseñanza vaya generando producción de conocimientos de los problemas y potencialidades de la realidad local, regional y nacional. Asimismo, es la centralidad de la acción pedagógica del aprendizaje universitario, el docente facilita la investigación formativa para promover la actitud científica.

El modelo pedagógico socio crítico-cognitivo representa epistemológicamente el proceso de la construcción del conocimiento científico, en perspectiva de situarse en la realidad a través de los sentidos y de la razón; por los sentidos tomamos contacto con la realidad sensible en lo que tiene para experimentar de manera singular e inmediata. Por la razón, explicar e interpretar a nivel de abstracciones de una realidad compleja, introduciéndose en la esencia de las cosas, entre ambos es posible acceder a la realidad para transformarla. Boaventura de Sousa Santos (2007), afirmaba, que “el conocimiento debe traducirse en autoconocimiento, así el desarrollo tecnológico debe traducirse en sabiduría de vida”.

#### **4.5. Fundamentos Axiológicos**

Nuestra Universidad está comprometida a contribuir al proceso de cambio y transformación de la sociedad mediante una postura humanista, científica y tecnológica; estamos guiados por un conjunto de valores humanos que dan sentido a las intencionalidades del currículo de estudios universitario y constituyen ideales institucionales que nos unen como comunidad universitaria; ellos son:

- La búsqueda de la verdad.
- Identidad regional y compromiso con su desarrollo.
- Convivencia democrática en la ejecución curricular.
- El respeto a la dignidad de la persona.
- El pluralismo y la libertad de pensamiento, de expresión y de cátedra.
- Excelencia y eficacia en la gestión de aprendizajes.
- Justicia y solidaridad social.
- Honestidad y transparencia.
- Igualdad de oportunidades para todos.

- Responsabilidad en la preservación del medio ambiente.
- Autonomía normativa, académica, administrativa y económica.

## V. DEFINICIÓN DE PERFILES

### 5.1. Perfil del Ingresante.

- a. Capacidad de comprensión y producción de textos orales y escritos.
- b. Dominio de la lengua materna y/o segunda lengua en su vida cotidiana
- c. Capacidad de resolución de problemas matemáticos.
- d. Capacidad de aplicar los conocimientos de la ciencia, tecnología y ambiente.
- e. Capacidad de emisión de juicios críticos de situación vivenciadas en el espacio y tiempo histórico.
- f. Expresa compromiso en el ejercicio de su ciudadanía.
- g. Expresa su inclinación hacia la profesión elegida.
- h. Practica valores éticos morales en situación de su vida personal y colectiva.

### 5.2. Perfil del Egresado

El egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social se perfila como un profesional con capacidad investigativa, competitiva, de gestión creativa, con valores éticos, culturales y responsabilidad social, comprometido con el desarrollo socioeconómico de la región y del país, razón por la cual su actuación se fundamenta en la equidad, responsabilidad y objetividad.

#### **Rasgos de las competencias genéricas:**

RCG1: Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

RCG2: Compromiso con la preservación del medio ambiente.

RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.

RCG4: Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y de comunicación.

RCG5: Capacidad creativa, crítica y autocrítica.

RCG6: Capacidad de trabajo en equipo

RCG7: Capacidad para asumir retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

#### **Rasgos de las competencias específicas**

RCE1. Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

RCE2. Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.

RCE3. Capacidad para Investigar, dirigir, planificar, ejecutar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible.

RCE4. Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.

RCE5. Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

RCE6. Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional.

RCE7. Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

RCE8. Capacidad para diagnosticar, planificar, evaluar y ejecutar actividades de comunicación en sus centros de prácticas pre profesionales, llevando la teoría a la práctica.

### **5.3. Perfil del Graduado**

#### **Competencias generales:**

- Produce y conduce contenidos periodísticos para la población con veracidad, fundamentado en investigación, de conocimiento científico humanístico y tecnológico.
- Realiza diagnósticos comunicacionales y levantamiento de línea de base.
- Sistematiza experiencias de proyectos de desarrollo de alcance local, regional y nacional.
- Elabora proyectos de comunicación para el desarrollo.
- Produce proyectos audiovisuales y multimedia de procesos socioculturales, ambientales y educativos.
- Diseña planes de Relaciones Públicas.
- Elabora diagnósticos sobre el comportamiento de los públicos en 8. instituciones públicas y privadas de la región.
- Diseña estudios de mercado para conocer las tendencias del consumidor local y regional.
- Realiza estudios sobre el comportamiento del consumidor.
- Elabora y diseña planes, estrategias y técnicas de marketing y publicidad.
- Realiza proyectos e informes de investigación con rigurosidad tanto cualitativos como cuantitativos.

#### **Según el Currículo 2008-2012**

El egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social está preparado para ejercer eficientemente en las tres especialidades y cinco áreas de formación profesional: Periodismo, Relaciones Públicas y Comunicación para el

Desarrollo, con el respaldo de la Comunicación Audiovisual y el Marketing Publicitario.

**a) En el Área de Comunicación para el Desarrollo.**

- Investiga, planifica, ejecuta y evalúa proyectos sociales, insertados en las políticas de desarrollo de los organismos gubernamentales y no gubernamentales en el campo de la comunicación para el desarrollo.
- Diseña y aplica estrategias de comunicación e información, motivando y promoviendo la participación activa de la población.
- Analiza, interpreta y evalúa los resultados de la intervención de las estrategias comunicacionales en los programas de capacitación y extensión, tendientes a lograr cambios de comportamiento favorables en determinados grupos sociales.
- Monitorea y evalúa las fases de los proyectos que ejecuta, sistematizando los resultados.

**b) En el Área de Relaciones Públicas**

- Desarrolla funciones directivas, ejecutivas y de asesoramiento en instituciones públicas y privadas.
- Investiga, analiza e interpreta comportamientos, actitudes, opiniones y reacciones de los públicos de la organización.
- Genera identidad e imagen corporativas.
- Fomenta buenas relaciones humanas respetando la pluriculturalidad y buscando la integración social.
- Contribuye a la solución de la controversia pública.
- Dirige sistemas de comunicación interna y externa de la organización.

**c) En el Área de Periodismo**

- Dirige medios de comunicación social con creatividad y liderazgo.
- Produce y orienta la distribución y difusión de mensajes periodísticos en Radio, Televisión, Prensa e Internet.
- Utiliza correctamente los géneros, formatos y elementos del lenguaje periodístico para los diferentes medios de comunicación.
- Ejerce la función social del periodismo con responsabilidad, verdad, independencia y libertad.
- Genera y orienta corrientes de opinión pública, en torno a temas de actualidad política, económica, social, cultural, etc.

**d) En el Área de Comunicación Audio-visual.**

- Investiga, diseña y produce guiones de material visual, sonoro y audiovisual, en diversos géneros y formatos para diversos medios.
- Elabora proyectos audio-visuales ciñéndose al proceso técnico de producción con creatividad, estética y responsabilidad social.
- Domina el manejo de equipos, instrumentos y soporte para la producción audio-visual.

- Evalúa y valida sintáctica, semántica, pragmática y socialmente los resultados de la producción audio-visual.

**e) En el Área de Marketing y Publicidad.**

Investiga mercados y los segmenta en públicos objetivo, según el producto, servicio o idea social.

Selecciona, compara y determina nuevos espacios de mercado con relación a la oferta y la demanda.

Planifica, ejecuta y evalúa estrategias de marketing comercial, político, social y de servicios.

Investiga, crea, produce y distribuye material publicitario para los diversos medios.

Diseña, ejecuta y evalúa campañas publicitarias.

**5.4. Perfil del Titulado**

El perfil del titulado como comunicador social comprende los conocimientos, habilidades y actitudes que en general integran la formación que deberán tener los estudiantes al concluir los estudios de pre grado en Ciencias de la Comunicación Social, de acuerdo con los propósitos y objetivos que han sido definidos en un plan de estudios.

**Conocimientos**

- Tener conocimientos que le permita desenvolverse en el medio organizacional con propiedad y eficiencia.
- Tener conocimientos que le permita aplicar técnicas y estrategias de comunicación social y de desarrollo tendientes a la mejora continua de los órganos implicados.
- Tener conocimientos que le permita utilizar conocimientos de otras disciplinas como psicología, sociología, antropología, marketing, informática, derecho, etc. Que le permita solucionar problemas relacionadas con el ejercicio de la comunicación social.

**Capacidades**

- Ejercer la profesión con responsabilidad social.
- Demostrar compromiso ciudadano, humanista, científica y los valores éticos morales adquiridos en su formación profesional.
- Desempeñar la profesión con un aprendizaje permanente y apertura crítica al cambio, fomentando el bien social.
- Manifestar interés por el buen desempeño profesional.
- Demostrar predisposición por el fortalecimiento de capacidades para la renovación de conocimientos de acuerdo al avance de la ciencia y la tecnología.

**Actitudes**

- Desarrollar habilidades interpersonales e intelectuales.
- Capacidad para dirigir empresas comunicacionales

- Ejecutar asesoramiento a los organismos estatales y no estatales
- Desarrollar actitudes con coherencia responsable, valores, principios éticos y morales.
- Desarrollar habilidades administrativas, interpersonales e intelectuales.
- Planificar, organizar, promover políticas públicas para la planeación y desarrollo organizacional.
- Diseñar estrategias creativas e innovadoras para las organizaciones.
- Proponer, gestionar, producir y administrar su propia empresa.
- Conocer, participar e interactuar con las organizaciones comunitarias, asociaciones y entidades

#### Perfil del titulado 2008-2012

- Posee grados académicos de: Bachillerato, Maestría y Doctorado.
- Posee título profesional y segunda especialización en las diferentes áreas de la comunicación.
- Domina programas de computación relacionados con las diferentes áreas de la comunicación.
- Domina el idioma Inglés, quechua y/o aymara.
- Realiza trabajos de investigación científica inter y transdisciplinaria.
- Elabora proyectos de comunicación y participa en proyectos interdisciplinarios para el desarrollo.
- Motiva, persuade y lidera los procesos de cambio.
- Es un estratega y coach con ideas innovadoras y capacidad de gestión.
- Fomenta y practica responsabilidad, solidaridad, puntualidad, eficiencia, buen trato y asertividad.
- Practica y promueve valores éticos y morales.
- Ofrece servicios profesionales de consultoría y asesoría.

#### **5.5. Perfil del docente**

##### **Perfil genérico del docente**

- Desarrolla investigaciones científicas en el campo de su especialidad.
- Conduce el aprendizaje por enfoque de competencias, garantizando sus experiencias con innovación y alta calidad.
- Desarrolla acciones de compromiso social a través de planes y programas de responsabilidad que contribuye al bienestar social.
- Ejecuta planes de gestión administrativa y académica que posibilita el desarrollo, acreditación y calidad de Institución Universitaria.
- Acompaña los procesos de logro de competencias de sus tutorandos a través del sistema de tutoría universitaria.

##### **Perfil específico del docente**

### **Capacidades**

- Planifica, organiza, dirige y evalúa actividades académicas en relación a las áreas de formación profesional.
- Realiza estudios y diagnósticos para diseñar estrategias creativas e innovadoras con el fin de potenciar las áreas de formación con visión de futuro.
- Asiste con firmeza y predisposición al aprendizaje continuo y la investigación.
- Demuestra ser proactivo, ordenado y manejo adecuado del trabajo en equipo.
- Desarrolla actividades profesionales con respeto a la persona humana, propiciando permanentemente el bienestar social y académico.

## **VI. ESTRUCTURACION CURRICULAR**

### **6.1. Competencias de Ingreso**

- a. Comprende textos escritos de cultura general y las ciencias básicas a nivel inferencial.
- b. Produce textos escritos diversos con originalidad.
- c. Utiliza adecuadamente el idioma español/lengua materna en el contexto social y académico.
- d. Razona y demuestra proposiciones matemáticas básicas.
- e. Representa, analiza, interpreta datos matemáticos básicos.
- f. Resuelve problemas de razonamiento lógico de diversos tipos y categorías matemáticas.
- g. Analiza la información científica respecto a conocimientos de la ciencia, la tecnología y ambiente.
- h. Ejecuta experimentos científicos básicos de ciencia, tecnología y ambiente.
- i. Evalúa con criterio acontecimientos de la vida social, económica y cultural de contextos locales y regionales.
- j. Opina críticamente sobre contextos y situaciones históricas a través del manejo de comprensión e interpretación.
- k. Reconoce los derechos fundamentales de la persona humana como herramienta para preservar la dignidad humana.
- l. Expresa su compromiso para demostrar su comportamiento en base a los principios de una cultura cívica.

### **6.2. Competencias de Egreso**

#### **Competencias Genéricas**

- CG1: Resuelve problemas considerando alternativas y desarrollando estrategias lógico matemáticas.
- CG2: Se compromete a la promoción del desarrollo sostenible, a través de las acciones que contribuyan a la gestión ambiental.

- CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.
- CG4: Utiliza de manera pertinente e idónea tecnología de información y comunicación para desenvolverse en el contexto académico.
- CG5: Aplica el aprendizaje auto regulado y estratégico que le permita procesar conocimientos.
- CG6: Aplica habilidades personales para favorecer su desempeño en el ámbito personal y profesional actuando de manera democrática en cualquier contexto o circunstancia con todas las personas sin distinción.
- CG7: Asume retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

### **Competencias específicas**

- CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.
- CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad.
- CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano y sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.
- CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer relaciones de confianza y de interés mutuo.
- CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.
- CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.
- CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.
- CE8: Aplica los conocimientos adquiridos durante su formación académica en el diagnóstico, planificación, evaluación y ejecución de actividades en medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, ONGs y otras organizaciones.

### 6.3. Áreas curriculares

#### 6.3.1. Área de Estudios Generales.

##### a. Fundamentación.

Esta área curricular está conformada por cursos que se orientan a promover una formación integral del futuro profesional universitaria e institucional, brindando conocimientos generales que aseguren una sólida formación conceptual, que sustente el aprendizaje de los campos específicos del profesional y promuevan el desarrollo de la persona como un todo. Promueve el desarrollo de capacidades de comunicación, abstracción análisis, síntesis, identificación, solución de problemas y toma de conciencia de su identidad. El área de estudios generales está conformada por cursos relacionados con la Comunicación y aprendizaje, con las Humanidades y cultura general, y con Ciencias y técnicas básicas.

##### b. Cursos:

N°	CÓDIGO	CURSO	CICLO	HORAS			CREDITOS	HV
				HT	HP	TH		
1.	CFM101	Matemática básica	I	2	2	4	3	2
2.	HUM102	Taller de estrategias cognitivas para el aprendizaje	I	2	2	4	3	2
3.	COS103	Comunicación escrita y comprensión de textos	I	3	2	5	4	2
4.	COS105	Taller de expresión oral	I	2	4	6	4	2
5.	HUM106	Desarrollo personal	I	3	2	5	4	2
6.	EST107	Estadística	II	2	2	4	3	2
7.	COS108	Taller de Producción de textos	II	2	4	6	4	2
8.	ANT109	Cultura y sociedad	II	3	2	5	4	2
9.	COS110	Tecnología de información y comunicación	II	4	2	6	5	2
10.	BIO112	Medio ambiente y desarrollo sostenible	II	2	2	4	3	2
11.	HUM113	Seguridad y defensa nacional	III	2	2	4	3	2
12.	COS114	Desarrollo de capacidades de emprendimiento	III	3	2	5	4	2
13.	COS115	Región y nación en el Perú moderno	III	2	2	4	3	2
14.	COS404	Inglés	IX	2	2	4	3	2
		TOTAL		34	32	66	50	28

**6.3.2. Área de Estudios Específicos**

## a. Fundamentación.

Agrupar componentes curriculares que son parte de la formación profesional en sí y responden a las exigencias específicas de los lineamientos y fundamentos teóricos, tecnológicos y metodológicos para su desenvolvimiento como profesional.

## b. Cursos:

N°	CÓDIGO	CURSO	CICLO	HORAS			CRÉDITOS	HV
				HT	HP	TH		
1.	COS104	Introducción a las ciencias de la comunicación	I	4	2	6	5	2
2.	COS111	Creatividad en comunicación	II	3	2	5	4	2
3.	COS201	Teorías de la comunicación	III	4	2	6	5	2
4.	COS204	Comunicación visual y fotografía	IV	4	2	6	5	2
5.	COS205	Metodología de la investigación científica	IV	2	2	4	3	2
6.	COS208	Opinión pública	V	3	2	5	4	2
7.	COS211	Métodos cuantitativos de investigación	VI	2	2	4	3	2
8.	COS213	Métodos cualitativos de investigación	VII	2	2	4	3	2
9.	COS214	Gestión de empresas comunicacionales	VII	3	2	5	4	2
10.	COS215	Ética y deontología de la comunicación	VII	2	2	4	3	2
11.	COS217	Legislación de la comunicación y ciudadanía	VIII	2	2	4	3	2
12.	COS402	Teatro y escenografía (e)	VIII	2	2	4	3	2
	COS403	Música y canto (e)						
13.	COS220	Líneas de investigación en ciencias de la comunicación	IX	3	2	5	4	2
14.	COS221	Comunicación política (e)	IX	2	2	4	3	2
	COS222	Gestión pública (e)						
15.	COS223	Seminario de tesis	X	2	4	6	4	2
		TOTAL		40	32	72	56	30

**6.3.3. Área de Estudios de Especialidad**

## a. Fundamentación.

Agrupa cursos que constituyen herramientas y procedimientos para la intervención en los campos específicos al ejercicio de la profesión.

## b. Cursos:

	CÓDIGO	CURSO	CICLO	HORAS			CRÉDITOS	HV
				HT	HP	TH		
1.	COS202	Redacción periodística	III	3	2	5	4	2
2.	COS301	Producción en audio	III	2	4	6	4	2
3.	COS302	Taller de redacción periodística	IV	2	4	6	4	2
4.	ADM203	Fundamentos de marketing	IV	2	2	4	3	2
5.	ADM206	Comportamiento organizacional	IV	2	2	4	3	2
6.	COS303	Taller de producción en audio	IV	2	4	6	4	2
7.	COS304	Taller de producción fotográfica	V	2	4	6	4	2
8.	ADM207	Investigación de mercados	V	2	2	4	3	2
9.	COS209	Teorías de las relaciones públicas	V	2	2	4	3	2
10.	COS305	Producción audiovisual	V	2	4	6	4	2
11.	COS306	Periodismo de investigación	V	3	2	5	4	2
12.	COS307	Taller de diseño grafico	VI	2	4	6	4	2
13.	COS210	Teorías y modelos de la comunicación para el desarrollo	VI	2	2	4	3	2
14.	COS308	Planificación y programación de las relaciones publicas	VI	4	2	6	5	2
15.	COS309	Estrategias de marketing	VI	2	2	4	3	2
16.	COS310	Taller de producción audiovisual	VI	2	4	6	4	2

17.	COS311	Taller de producción multimedia y web00	VII	2	4	6	4	2
18.	COS312	Taller de periodismo especializado	VII	2	4	6	4	2
19.	COS212	Estrategias de comunicación para el desarrollo	VII	3	2	5	4	2
20.	COS313	Taller de relaciones públicas	VIII	2	4	6	4	2
21.	COS216	Proyectos sociales y consultoría	VIII	3	2	5	4	2
22.	COS218 COS219	Comunicación publicitaria (e) Gestión de social media y comunidades virtuales (e)	VIII	3	2	5	4	2
23.	COS401	Prácticas profesionales pre en periodismo	VIII	2	4	6	4	2
24.	COS314	Taller de publicidad	IX	2	4	6	4	2
25.	COS315	Gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo	IX	3	2	5	4	2
26.	COS405	Prácticas profesionales pre en Relaciones Públicas	IX	2	4	6	4	2
27.	COS316	Relaciones comunitarias y de resolución de conflictos	X	3	2	5	4	2
28.	COS317	Evaluación y sistematización de proyectos	X	3	2	5	4	2
29.	COS406	Discapacidad e inclusión social	X	2	2	4	3	2
30.	COS407 COS408	Análisis de cine (e) Protocolo y etiqueta social (e)	X	2	2	4	3	2
31.	COS409	Prácticas profesionales pre en comunicación para el desarrollo	X	2	4	6	4	2
		TOTAL		72	90	162	117	62

### 6.4. Malla curricular del Programa de Estudios de Ciencias de la Comunicación Social

	I			II			III			IV			V			VI			VII			VIII			IX			X				
	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H	C	CURSO	H		
ESTUDIOS GENERALES	3	MATEMÁTICA BÁSICA	4	3	ESTADÍSTICA	4	3	SEGURIDAD Y DEFENSA NACIONAL	4																3	INGLES	4					
	4	COMUNICACIÓN ESCRITA Y DE COMPRENSIÓN DE TEXTOS	5	4	CULTURA Y SOCIEDAD	5	4	DESARROLLO DE CAPACIDADES DE EMPRENDIMIENTO	5																							
	4	DESARROLLO PERSONAL	5	3	MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	4	3	REGIÓN Y NACIÓN EN EL PERÚ MODERNO	4																							
	4	TALLER DE EXPRESIÓN ORAL	6	4	TALLER DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS	4																										
	3	TALLER DE ESTRATEGIAS COGNOSCITIVAS PARA EL APRENDIZAJE	4	5	TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	3																										
ESTUDIOS ESPECÍFICOS	4	INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	6	4	CREATIVIDAD EN COMUNICACIÓN	5																										
																		3	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	4	3	LEGISLACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA	4									
						5	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN	6	5	COMUNICACIÓN VISUAL Y FOTOGRAFÍA	6	4	OPINIÓN PÚBLICA	5								4	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA (e) GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA Y COMUNIDADES VIRTUALES(e)	5								
										3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	4					3	MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN	4	3	MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN	4			4	LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	5	4	SEMINARIO TESIS	6		
																			4	GESTIÓN DE EMPRESAS COMUNICACIONALES	5			3	GESTIÓN PÚBLICA (e) COMUNICACIÓN POLÍTICA (e)	4						
ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD							4	PRODUCCIÓN EN AUDIO	6	4	TALLER DE PRODUCCIÓN EN AUDIO	6	4	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	6	4	TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	6	4	TALLER DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA Y WEB	6							4	EVALUACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE PROYECTOS	5		
												4	TALLER DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA	6	3	TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	4	4	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	6	4	PROYECTOS SOCIALES Y CONSULTORÍA	5	4	GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	5	4	PRACTICAS PRE PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	6			

													4	TALLER DE DISEÑO GRAFICO	6						4	TALLER DE PUBLICIDAD	6	4	RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS	5
							4	REDACCIÓN PERIODÍSTICA	5	4	TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA	6	4	PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	5		4	TALLER DE PERIODISMO ESPECIALIZADO	6	4	PRACTICAS PRE PROFESIONALES EN PERIODISMO	6				
											3	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	4	3	TEORÍAS DE LAS RELACIONES PUBLICAS	4	5	PLANIFICACION Y PROGRAMACION DE LAS RELACIONES PUBLICAS	6		4	TALLER DE RELACIONES PUBLICAS	6	4	PRACTICAS PRE PROFESIONALES EN RELACIONES PUBLICAS	6
											3	FUNDAMENTOS DE MARKETING	4	3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4	3	ESTRATEGIAS DE MARKETING	4					3	ANÁLISIS DE CINE (e) PROTOCOLO Y ETIQUETA SOCIAL (e)	4
																								3	DISCAPACIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL	4

## 6.5 Plan de estudios

### 6.5.1 Estructura del plan de estudios del Programa de Ciencias de la Comunicación Social de la UNA-Puno.

CICLO	AREA	CÓDIGO	CURSOS	N° HORAS			N° CRÉDITOS	HV	PRE REQUISITO
				HT	HP	TH			
<b>I</b>	ESTUDIOS GENERALES	<b>CFM101</b>	Matemática básica	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>HUM102</b>	Taller de estrategias cognitivas para el aprendizaje	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>COS103</b>	Comunicación escrita y comprensión de textos	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS104</b>	Introducción a las ciencias de la comunicación	4	2	6	5	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>COS105</b>	Taller de Expresión oral	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>HUM106</b>	Desarrollo personal	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b><u>12</u></b>
<b>II</b>	ESTUDIOS GENERALES	<b>EST107</b>	Estadística	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>COS108</b>	Taller de Producción de textos	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>ANT109</b>	Cultura y sociedad	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>COS110</b>	Tecnología de información y comunicación	4	2	6	5	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS111</b>	Creatividad en comunicación	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	<b>BIO112</b>	Medio ambiente y desarrollo sostenible	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b><u>12</u></b>
<b>III</b>	ESTUDIOS GENERALES	<b>HUM113</b>	Seguridad y defensa nacional	2	2	4	3	2	Ninguno

	ESTUDIOS GENERALES	COS114	Desarrollo de capacidades de emprendimiento	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	COS115	Región y nación en el Perú moderno	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS201	Teorías de la comunicación	4	2	6	5	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS202	Redacción periodística	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS301	Producción en audio	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
			<b>SUB TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b><u>12</u></b>	
IV	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	ADM203	Fundamentos de marketing	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS204	Comunicación visual y fotografía	4	2	6	5	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS205	Metodología de la investigación científica	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	ADM206	Comportamiento organizacional	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS302	Taller de redacción periodística	2	4	6	4	2	Redacción periodística
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS303	Taller de producción en audio	2	4	6	4	2	Producción en audio
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>
V	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	ADM207	Investigación de mercados	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS208	Opinión pública	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS209	Teorías de las relaciones públicas	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS304	Taller de producción fotográfica	2	4	6	4	2	Comunicación Visual y fotografía
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS305	Producción audiovisual	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS306	Periodismo de investigación	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno

			<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>	
<b>VI</b>	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS210</b>	Teorías y modelos de la comunicación para el desarrollo	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS211</b>	Métodos cuantitativos de investigación	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS307</b>	Taller de diseño gráfico	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS308</b>	Planificación y programación de las relaciones publicas	4	2	6	5	2	Teorías de las relaciones publicas
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS309</b>	Estrategias de marketing	2	2	4	3	2	Fundamentos de marketing
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS310</b>	Taller de producción audiovisual	2	4	6	4	2	Producción audiovisual
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>
<b>VII</b>	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS212</b>	Estrategias de comunicación para el desarrollo	3	2	5	4	2	Teorías y modelos de la Comunicación para el Desarrollo
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS213</b>	Métodos cualitativos de investigación	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS214</b>	Gestión de empresas comunicacionales	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS215</b>	Ética y deontología de la comunicación	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS311</b>	Taller de producción multimedia y web	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS312</b>	Taller de periodismo especializado	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>
<b>VIII</b>	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS216</b>	Proyectos sociales y consultoría	3	2	5	4	2	Ninguno

	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS217	Legislación de la comunicación y ciudadanía	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS218 COS219	Comunicación publicitaria (E) Gestión de social media y comunidades virtuales (E)	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS313	Taller de relaciones públicas	2	4	6	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS401	Prácticas profesionales pre en periodismo	2	4	6	4	2	Taller de periodismo especializado
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS402 COS403	Teatro y escenografía (E) Música y canto (E)	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
			<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>	
<b>IX</b>	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS220	Líneas de investigación en ciencias de la comunicación	3	2	5	4	2	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS221 COS222	Comunicación política (E) Gestión pública (E)	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS314	Taller de publicidad	2	4	6	4	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS315	Gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo	3	2	5	4	2	Ninguno
	ESTUDIOS GENERALES	COS404	Inglés	2	2	4	3	2	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	COS405	Prácticas profesionales pre en Relaciones Públicas	2	4	6	4	2	Taller de las Relaciones Públicas
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b><u>12</u></b>
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	COS223	Seminario de tesis	2	4	6	4	2	Líneas de investigación en ciencias de la comunicación

	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS316</b>	Relaciones comunitarias y resolución de conflictos	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
<b>X</b>	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS317</b>	Evaluación y sistematización de proyectos	3	2	5	4	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS ESPECÍFICOS	<b>COS406</b>	Discapacidad e inclusión social	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS407</b> <b>COS408</b>	Análisis de cine (E) y Protocolo y etiqueta social (E)	2	2	4	3	<u>2</u>	Ninguno
	ESTUDIOS DE ESPECIALIDAD	<b>COS409</b>	Prácticas profesionales en comunicación para el desarrollo	2	4	6	4	2	Gestión de proyectos de Comunicación para el Desarrollo
				<b>SUB TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<u><b>12</b></u>
			<b>TOTAL</b>	<b>146</b>	<b>154</b>	<b>300</b>	<b>223</b>		

**6.5.2 Resumen del plan de estudios por áreas de formación**

Áreas	N° de Cursos	N° de créditos	%	N° de créditos
Estudios generales	14	50	22.4	35
Estudios específicos	15	56	25.1	165
Estudios de especialidad	31	117	52.4	
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>223</b>	<b>100</b>	<b>200</b>

**6.5.3 Resumen de condición de cursos para optar el grado académico de bachiller**

Condición de cursos	N° de Cursos	N° de Créditos
Obligatorios	56	197
Electivos	8	26
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>223</b>

**6.5.4 Estrategias didácticas de aprendizaje-enseñanza.**

<b>Aprendizaje basado en problemas (abp)</b>	
Características	Produce cambios significativos en los estudiantes.
	Es un Conocimiento para resolver problemas.
	La base teórica es el proceso constructivista y no receptivo, con grupos pequeños de 5 a 8 alumnos.
	Las estrategias didácticas donde se adquiere evaluación formativa, pensamiento crítico, conocimientos, actividades y valores, habilidades interpersonales.
	El profesor es el facilitador o guía que desarrolla los procesos para conseguir la construcción del aprendizaje.
	Los Estudiantes son responsables de su aprendizaje.
Competencias.	Son cualidades profesionales como planificación, capacidad de aprender, espíritu crítico.
	El trabajo es autónomo y cooperativo.
Problemas.	Son poco estructurados,
	Son generalistas
	Con interpretaciones libres
	Basados en el mundo real.

Criterios de evaluación del ABP	Trabajo en equipo: habilidades interpersonales, capacidad de trabajo en equipo, liderazgo, negociación.
	Roles ocupados en el equipo: distribución de roles.
	Calidad de la búsqueda de información: extensión, variedad, selección, actitud crítica, calidad de las referencias.
	Gestión del tiempo: cumplimiento de plazos.
	Calidad del informe: contenidos disciplinares (exactitud, fundamento, originalidad, etc.), aspectos formales (claridad, referencias, conclusiones).
	Exposición o sustentación: para evaluar a los alumnos y a la audiencia.

<b>Exposición dialogada</b>			
ETAPAS	PROCESOS PEDAGÓGICOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	RECURSOS DIDÁCTICOS
Inicio del aprendizaje	Motivación	<p>El docente motiva a los participantes respecto a la importancia de evaluación de las competencias.</p> <p>El docente muestra un video sobre la evaluación clínica objetiva estructurada - ECOE (Universidad de Navarra).</p>	<p>-PC con Windows.</p> <p>-Lector de CD para audio y video.</p> <p>-Equipo multimedia (parlantes).</p> <p>- Écran. Pizarra, plumón</p>
	Exploración o recojo de saberes previos	<p>El docente realiza preguntas sobre el tema de la sesión, buscando que los estudiantes expresen sus saberes previos.</p>	<p>-Lista de estudiantes.</p> <p>-Guía de preguntas.</p> <p>-Pizarra, plumón</p>
	Conflicto cognitivo	<p>El docente presenta una situación problemática, buscando el análisis y sensibilización de los estudiantes.</p>	<p>-PC con Windows.</p> <p>- Equipo multimedia.</p> <p>-Presentación PPT.</p> <p>- Écran. Puntero láser.</p>
Desarrollo del aprendizaje	Procesamiento de la información (construcción del conocimiento)	<p>Exposición dialogada:</p> <p>-Mediante una presentación en PPT, se explicarán:</p> <p>-Los principios éticos de la evaluación.</p> <p>-Aplicación de los instrumentos de evaluación.</p> <p>-Registro de evidencias y comunicación al postulante.</p>	<p>- PC con Windows.</p> <p>-Equipo multimedia.</p> <p>-Presentación PPT.</p> <p>-Écran.</p> <p>-Puntero láser.</p> <p>-Pizarra, plumón</p>
	Aplicación de lo aprendido	<p>Simulación:</p> <p>-Se forman equipos de trabajo de 4 participantes, trabajarán en parejas realizando las siguientes actividades:</p> <p>a) Orientar al postulante sobre la evaluación.</p> <p>b) Aplicar los instrumentos de evaluación de competencias.</p> <p>c) Comunicar los resultados al postulante.</p>	<p>- Lista de estudiantes.</p> <p>- Ambientes adecuados para la simulación de la carrera.</p>

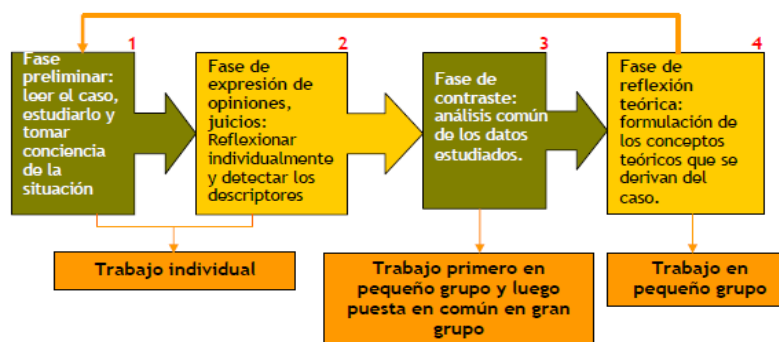
		<p>-El docente monitorizará y aportará constantemente a los equipos, absolviendo sus consultas.</p> <p>-Todos los participantes deberán realizar la experiencia.</p>	
Conclusión del aprendizaje	Evaluación	<p>-El docente realizará una evaluación de proceso durante la simulación (hetero evaluación), mediante checklist (evidencias de desempeño).</p> <p>-Al final de la sesión, todos los participantes presentan los instrumentos de evaluación utilizados durante la simulación (evidencias de producto). El docente realiza la evaluación de producto mediante la rúbrica correspondiente.</p> <p>-El docente brinda las conclusiones y retroalimenta a los participantes.</p> <p>-Los participantes darán una prueba de conocimientos sobre los temas y situaciones abordadas en la sesión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Checklist para evaluación de desempeño.</li> <li>- Rúbrica para evaluación de producto.</li> <li>- Prueba de conocimientos.</li> </ul>
	Metacognición	<p>-Completarán una encuesta: ¿Qué sabían? ¿Qué aprendieron hoy? ¿Qué fue lo más fácil? ¿Qué fue lo más difícil? ¿Qué les falta aprender? ¿Cómo pueden aplicar lo que han aprendido?</p>	<p>-Encuestas finales.</p>

<b>Objetivos, ventajas y desventajas de la exposición dialogada</b>	
<b>Objetivos</b>	Transmitir conocimientos.
	Ofrecer un enfoque crítico de la disciplina, que conduzca a la reflexión y descubrimiento de las relaciones entre los conceptos.
	Formar una mentalidad crítica para afrontar los problemas y la capacidad de elegir un método para resolverlos.
<b>Ventajas</b>	Permite abarcar contenidos amplios en un tiempo relativamente corto.
	Permite ofrecer la visión equilibrada y neutral del profesor (vs. los libros de texto).
	Algunos estudiantes aprenden más fácilmente escuchando que leyendo.
	Medio masivo de comunicación.
	Buen medio para acceder a disciplinas que requieren asistencia docente.
	Necesaria cuando hay demasiados o muy pocos textos sobre una materia.
	Motivación por expertos.
<b>Desventajas</b>	Exige excelentes expositores.
	Refuerza la pasividad del estudiante.
	Exige un gran dominio de la materia.
	Puede favorecer el desinterés del alumno y la inasistencia a clase.
	No desarrolla el pensamiento crítico del alumno.

<b>Estructura de la clase teórica</b>	
<b>Introducción</b>	Captar la atención. Mediante preguntas o breve exposición de una problemática. Puede repasarse lo de días anteriores y secuenciarlo lógicamente.
<b>Exposición:</b>	Es responsabilidad del docente mantener alto el nivel de atención. Anécdotas y ejemplos ilustrativos. Ilustraciones visuales, imágenes en la pizarra para seguir el argumento. Variar el ritmo, pausas, tono de voz según énfasis, nitidez. Sobriedad. Comunicación verbal y no verbal.
<b>Conclusión</b>	Síntesis enfatizando aspectos sobresalientes de los contenidos de la clase.
<b>Recomendaciones</b>	No abusar de esta técnica
	Lo que aburra al profesor, aburrirá a los alumnos».
	Enfatizar y resumir periódicamente, lo cual facilitará la comprensión de los alumnos.
	Lenguaje claro y con un volumen adecuado.

	Saber usar el pizarrón, con buena letra.
	Mantenerse en un lugar visible, dirigir la vista y la voz hacia todo el grupo.
	Utilizar ejemplos conocidos y significativos para los alumnos.
	Complementar la clase teórica con asesorías, para personalizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

<b>Estudio de casos (EC)</b>	
<b>Características</b>	Técnica de aprendizaje activa, centrada en la investigación del estudiante sobre un problema real y específico.
	A partir del cual, debe ser capaz de comprender, conocer y analizar todo el contexto y las variables que intervienen en el caso.
	Consiste en proporcionar una serie de casos que representen situaciones problemáticas diversas de la vida real para que se estudien y analicen.
	De esta manera, se pretende entrenar a los alumnos en la generación de soluciones.
<b>Tipos de casos</b>	Centrado en el análisis de casos: Conocimiento y reflexión en los estudiantes de los procesos de diagnóstico e intervención del caso, recursos, técnicas, resultados obtenidos. Complementar con soluciones alternativas. Casos que se han solucionado por la intervención de especialistas.
	Centrado en la aplicación de normas y principios legales. Ejercitar la aplicación de principios legales. Desarrollo del pensamiento deductivo mediante el análisis legal y normativo.
	Entrenamiento en la resolución de situaciones: Con soporte teórico y prescripciones pragmáticas. Dar respuesta a la singularidad de los contextos. Responde a la subjetividad de las personas en el estudio. Diversidad de respuestas ante un caso analizado.
<b>Características del estudio de casos</b>	Favorece que los alumnos, por un lado, trabajen individualmente y que, posteriormente, contrasten sus reflexiones con sus compañeros, desarrollando un compromiso y un aprendizaje significativo.
	Se basa en hechos reales, en casos que los estudiantes se podrán encontrar fácilmente en su práctica profesional y que otros profesionales han tenido, lo que aumenta la motivación hacia el tema de estudio, mejorando también su autoestima y la seguridad en uno mismo.
	Se centra en el razonamiento de los estudiantes y en su capacidad de estructurar el problema y el trabajo para lograr una solución. No hay una única respuesta correcta.
	Utilizar esta técnica requiere una mayor inversión de esfuerzo y dedicación, por parte del docente y del estudiante, que otros métodos de enseñanza y aprendizaje más tradicionales. No obstante, los resultados de aprendizaje son más significativos.



<b>Aprendizaje orientado a proyectos (AOP)</b>	
Definición	El AOP, es una estrategia de enseñanza – aprendizaje – evaluación. Constituye un modelo en el que los estudiantes planean, implementan y evalúan proyectos que tienen aplicación en el mundo real más allá del aula de clase.
Características de AOP	<p>Permite solucionar problemas mediante exploración creativa.</p> <p>Se recomiendan actividades interdisciplinarias, de largo plazo y centradas en el estudiante, en lugar de lecciones cortas y aisladas.</p> <p>Fomenta la cooperación entre los estudiantes.</p> <p>Centrado en el estudiante, dirigido por el estudiante.</p> <p>Claramente definidos, un inicio, un desarrollo y un final.</p> <p>Contenido significativo, directamente observable en el entorno.</p> <p>Problemas del mundo real.</p> <p>Investigación de primera mano.</p> <p>Sensible a la cultura local y culturalmente apropiado.</p> <p>Un producto tangible que se pueda compartir con la audiencia objetivo.</p> <p>Conexiones entre lo académico, la vida y las competencias laborales.</p> <p>Oportunidades de retroalimentación y evaluación por parte de expertos.</p> <p>Oportunidades para la reflexión y la autoevaluación por parte del estudiante.</p>
Rol del docente	prepara el escenario para que el alumno construya su propio aprendizaje, dar información, hace preguntas. Además, hace conexiones, observa y analiza, da retroalimentación.
Rol del estudiante	busca, evalúa y utiliza información. Identifica y resuelve situaciones. Adquiere y aplica conocimientos nuevos. Analiza, sintetiza y evalúa. Trabaja en equipo. Genera aprendizaje continuo.
Pasos del AOP	
Inicio	<p>Definición del tema: situación/problema.</p> <p>Descripción del propósito del proyecto: de qué manera el proyecto atiende la situación/problema.</p> <p>Establecer programación: metas parciales, métodos de evaluación, desempeños esperados.</p> <p>Identificar recursos, requisitos previos.</p>

Actividades Iniciales	Planeación preliminar.
	Establecer tentativamente lo específico que debe ser el proyecto. Profundizar el conocimiento.
	Especificar el plan de trabajo. Dividir el proyecto en componentes y asignar responsabilidades.
	Retroalimentación del docente. Revisión del plan.
	Implementación del proyecto.
	Los estudiantes completan las tareas y metas parciales, por etapas (secuencia de tareas).
	Los equipos ajustan el proyecto de acuerdo a la retroalimentación del profesor.
	Autoevaluación e inter-evaluación.
	Heteroevaluación del profesor con realimentación.
	Avance y culminación del proyecto => producto (escrito, físico).
Actividades finales	Presentación final del proyecto.
	Evaluación final.
Conclusión de los alumnos	Facilitación de discusión final sobre evaluación final del proyecto.
	Metacognición sobre el proyecto: reflexiones.
Conclusión del profesor	

FUNCIÓN DE LA ESTRATEGIA	NOMBRE DE LA ESTRATEGIA	TIPO DE ESTRATEGIA
Indagar, activar o generar los conocimientos previos.	Preguntas	Preguntas-guía Preguntas literales Preguntas exploratorias
	SQA:	que sé, que quiero saber, que aprender
	RA-P-RP:	respuesta anterior, pregunta, respuesta posterior
	Errores conceptuales	
	Ideas	Lluvia de ideas Torbellino de ideas Ideas previas Ideas alternativas
	Esquemas conceptuales alternativos	
Promover la comprensión mediante la elaboración y	Elaboración	Procesamiento simple: Palabra clave Imágenes mentales Parfraseo

<p>organización de la información</p>		<p>Procesamiento complejo: Elaboración de inferencias Resumen Analogías Elaboración conceptual Correlación</p>
	<p>Matriz</p>	<p>Matriz de clasificación Matriz de inducción</p>
	<p>Cuadros</p>	<p>Cuadro sinóptico Cuadro comparativo</p>
	<p>Técnica heurística UVE de gowin</p>	
	<p>Diagramas</p>	<p>Diagrama radial Diagrama de árbol Diagrama causa-efecto Diagrama de flujo</p>
	<p>Mapas cognitivos para la jerarquización y organización de la información</p>	<p>Mapa mental Mapa conceptual Mapa semántico Mapa cognitivo tipo sol Mapa cognitivo de telaraña Mapa cognitivo de aspectos comunes Mapa cognitivo de ciclos Mapa cognitivo de secuencias Mapa cognitivo de cajas Mapa cognitivo de calmar Mapa cognitivo de algoritmo</p>
<p>Promover la comprensión mediante la elaboración y organización de la información</p>	<p>Estrategias Grupales</p>	<p>Con intervención de especialistas Debates Simposios Mesa redonda Foro Seminario Taller</p> <hr/> <p>En las que todo el grupo participa activamente. Discusión dirigida Juego de roles Estudio de casos Philip 6-6 La investigación activa</p>

		Micro enseñanza Técnicas de la rejilla
Contribuir al desarrollo de competencias	Aprendizaje	Aprendizaje orientando proyectos (AOP) Aprendizaje basado en problemas (ABP) Aprendizaje in situ Aprendizaje basado en TIC Aprendizaje mediante el servicio Aprendizaje cooperativo
	Investigación	Investigación formativa Investigación con tutoría Investigación experimental Método aula laboratorio Método de proyectos Método de redescubrimiento

### 6.5.5. Evaluación del aprendizaje

En el enfoque del currículo por competencias se desarrolla la concepción y procesos propios de la Evaluación Formativa, la que tiene por finalidad determinar el nivel de desarrollo de las competencias en los estudiantes y se evalúan por medio de actividades que permitan establecer juicios de valor y tomar decisiones de retroalimentación sobre la calidad de logros de aprendizaje durante la unidad didáctica, sus evidencias de acción, objeto u producto (según sea el caso), así también de los logros de aprendizaje del curso en su totalidad.

La evaluación del aprendizaje es un proceso interactivo que permite la valoración sobre el nivel de logro del aprendizaje alcanzado por el estudiante en el desarrollo de las competencias, con el propósito de tomar decisiones que conlleven a la mejora de los procesos de aprendizaje-enseñanza.

En la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, los propósitos de la evaluación del proceso de aprendizaje son los siguientes:

- a) Verificar y fortalecer la calidad del logro de las competencias de los estudiantes.
- b) Evidenciar el grado de efectividad de las estrategias, actividades y materiales utilizados por el docente para el logro de aprendizajes.
- c) Generar la información requerida por la administración académica para efectos de promoción, reconocimientos y beneficios, tutoría, becas, ayudantía de cátedra, servicio social, certificaciones, grados y títulos.
- d) Proponer medidas de mejora continua para los procesos de aprendizaje-enseñanza.
- e) Consignar los calificativos que reflejen el esfuerzo académico de los estudiantes de manera justa.

La evaluación formativa tiene por finalidad determinar el nivel de desarrollo de las competencias en los estudiantes y se evalúan por medio de actividades que permitan establecer juicios de valor y tomar decisiones de retroalimentación sobre la calidad de logros de aprendizaje durante la unidad didáctica, sus evidencias de acción, objeto o producto( según sea el caso), así también de los logros de aprendizaje del curso en su totalidad.

EVALUACIÓN	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<b>CONOCIMIENTO</b>	Evaluaciones Escritas	Pruebas Escritas. Por la forma de respuesta: De desarrollo: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ensayos de respuesta corta</li> <li>- Ensayos de respuesta extensa</li> <li>- Resolución de problemas</li> </ul> Objetivas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- De completamiento/ respuesta simple o breve.</li> <li>- De localización/ identificación.</li> <li>- De ordenamiento / jerarquización.</li> <li>- De respuesta alternativa /si-no /V-F</li> <li>- De selección múltiple/ opción múltiple</li> <li>- De apareamiento/ correspondencia/casamiento.</li> </ul>
	Evaluaciones Orales	Pruebas orales La exposición autónoma Las intervenciones orales El debate
	Evaluaciones Gráficas	Pruebas graficas
<b>DESEMPEÑO</b>	Observación	Lista de cotejo Lista de chequeo del desempeño Lista de verificación Anecdotario Guía de observación Escalas de evaluación, calificación, estimación o apreciación. Escala numérica Escala grafica Escalas conceptuales graficas Escalas conceptuales Escalas conceptuales graficas Escalas descriptivas Escalas para medir actitudes Escala de Likert. Escala de diferencial semántico Escalograma de guttman Escala de thursthone.
	Evaluaciones de Ejecución	Pruebas de ejecución

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mecánica</li> <li>- Manual</li> <li>- Artística</li> <li>- Física</li> </ul>
	La entrevista Estructurada La entrevista No estructurada	Cuestionario Guía de entrevista
	Resolución de problemas	Lista de cotejo Escala de calificación
	Sociometría	Test sociométrico y sociograma.
	Estudio de caso	Escala de evaluación
	Simulación de situaciones	Rúbrica
<b>PRODUCTO</b>	Análisis de producto: maquetas, mapas, periódico mural, periódico, boletín, trípticos, esquemas, álbum, fotografías, dípticos, revistas.	Lista de cotejo Escala de calificación
	Valoración del producto	Lista de chequeo del producto
	Organizadores del conocimiento: mapa conceptual, mapa mental, red semántica, la UVE Heurística.	Ficha de análisis del organizador del conocimiento. Lista de cotejo.
	Portafolios	Ficha de análisis del portafolio
	Análisis de contenido/ análisis documental	La ficha de unidades de análisis: textos, separatas, trabajos monográficos, asignaturas, informes.

## 6.6. MATRIZ DE CORRESPONDENCIA PERFIL-COMPETENCIAS-LOGROS DE APRENDIZAJE

Perfil de egreso	Competencias (Genéricas o Específicas)	Ciclo	Código	Curso	Logro de curso	Logro de unidad
RCG1: Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.	CG1: Resuelve problemas considerando alternativas y desarrollando estrategias lógico matemáticas.	I	CFM101	Matemática básica	Resuelve problemas y ejercicios aplicando conceptos y propiedades de la lógica proposicional, teoría de conjuntos, sistema de números reales, relaciones, funciones, matrices y determinantes.	Al concluir la unidad I: Resuelve ejercicios y problemas aplicando leyes y principios de la inferencia lógica y la teoría de conjuntos utilizando estrategias de enseñanza aprendizaje orientadas a un pensamiento crítico y formal.
						Al concluir la unidad II: Interpreta y resuelve problemas de ecuaciones e inecuaciones que involucran valores absolutos y máximo entero utilizando estrategias de aprendizaje y algoritmos para el pensamiento formal. Representa gráficamente las funciones reales de variable real identificando propiedades propias de cada función utilizando estrategias de aprendizaje orientadas a un pensamiento formal.
		II	EST107	Estadística	Al concluir el curso el estudiante elabora cuadros estadísticos y	Al terminar la unidad el alumno organiza los datos en cuadros y

					gráficos, resuelve problemas de tamaño de muestra e interpreta datos empleando programas adecuadamente y con responsabilidad	gráficos, resuelve, análisis e interpreta los problemas de muestreo identificando el tamaño de la muestra adecuadamente.
						Al terminar la unidad el estudiante observaciones, identifica e interpreta datos empleando programas estadísticos adecuados para el campo de la profesión
RCG2: Compromiso con la preservación del medio ambiente.	CG2: Se compromete a la promoción del desarrollo sostenible, a través de las acciones que contribuyan a la gestión ambiental.	II	BIO112	Medio ambiente y desarrollo sostenible	Al término del curso el estudiante aplica conocimientos para la conservación del medio ambiente en el contexto del desarrollo sostenible.	Al término de la unidad, el estudiante comprende el funcionamiento de los ecosistemas para el cuidado del ambiente.
						Al término de la unidad el estudiante identifica estrategias para el logro del desarrollo sostenible
RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.	CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.	I	COS103	Comunicación escrita y comprensión de textos	Al finalizar el curso El estudiante mejorará en los procesos de redacción y comprensión lectora, escribiendo y leyendo con soltura y fluidez.	Al finalizar la unidad El estudiante mejorarán el proceso de redacción siguiendo los pasos de planificación, redacción y revisión.
						Al finalizar la unidad El estudiante mejorarán su comprensión lectora empleando técnicas como el subrayado, sumillado y resumen
		I	COS105	Taller de expresión oral	Al finalizar el curso, el estudiante utiliza técnicas de expresión oral, con persuasión y liderazgo.	Al finalizar la unidad I, el estudiante se expresa con elocuencia en pequeños discursos orales sobre temas académicos utilizando técnicas de expresión oral.
						Al finalizar la unidad II, el estudiante elabora y diserta discursos sociales, políticos y

						culturales con argumentación profunda, demostrando liderazgo y persuasión.
		II	COS108	Taller de Producción de textos	Al finalizar el curso, el estudiante está en la capacidad de redactar y producir diversos tipos de textos académicos, científicos y comunicacionales.	Al finalizar la unidad los estudiantes optimizarán Y aplican las normas ortográficas en la elaboración de textos académicos, científicos y comunicacionales
						Al finalizar la unidad los estudiantes optimizaran su redacción en la producción de diferentes textos académicos, científicos y comunicacionales.
		IX	COS404	Inglés	Al finalizar el curso el estudiante se comunica a un nivel básico en idioma inglés, reconociendo terminología especializada de las ciencias de la comunicación social.	Crea y expresa ideas y mensajes, vinculados a su entorno profesional.
						Identifica y comprende terminología especializada de las ciencias de la comunicación social.
RCG4: Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y de comunicación.	CG4: Utiliza de manera pertinente e idónea tecnología de información y comunicación para desenvolverse en el contexto académico.	II	COS110	Tecnología de información y comunicación	Al concluir el curso el estudiante Resume un tema específico considerando el uso de los buscadores académicos (Google scholar, scielo, dialnet, World Wide Science, Scholarpedia, academia.edu, Springer Link, etc.) en un procesador de textos, y expone usando diapositivas.	Al concluir la unidad el estudiante: Utiliza un procesador de textos, con un formato adecuado (márgenes, tipo de fuente, etc.).
						Utiliza un presentador de diapositivas, considerando colores, resumen, fuentes, etc. con información obtenida de los buscadores académicos y socializa su trabajo a través de las redes sociales y la nube.
RCG5: Capacidad creativa, crítica y autocrítica.	CG5: Aplica el aprendizaje auto regulado y estratégico que le permita procesar conocimientos.	I	HUM102	Taller de estrategias cognitivas para el aprendizaje	Al concluir el curso el estudiante emplea técnicas de aprendizaje orientadas a la investigación formativa.	Aplica estrategias cognitivas en el área de la comunicación.
						Desarrolla Investigación formativa en el área de la comunicación

		III	COS114	Desarrollo de capacidades de emprendimiento	Al concluir el curso el estudiante, conoce y elabora plan de negocio en el ámbito comunicacional aplicando las metodologías y habilidades de emprendimiento con innovación y respeto a las normas vigentes.	Al terminar la unidad el estudiante elabora las potencialidades de idea de emprendimiento aplicando la metodología CANVAS. Al terminar la segunda unidad el estudiante presenta propuesta de plan de negocio en el ámbito comunicacional.
RCG6: Capacidad de trabajo en equipo	CG6: Aplica habilidades personales para favorecer su desempeño en el ámbito personal y profesional actuando de manera democrática en cualquier contexto o circunstancia con todas las personas sin distinción.	I	HUM106	Desarrollo personal	Comprende y asume una postura de valor sobre la persona para alcanzar la excelencia y el éxito.	Reconoce el valor del autoconcepto y de la autoestima Practica y aplica las técnicas de crecimiento personal
RCG7: Capacidad para asumir retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.	CG7: Asume retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.	II	ANT109	Cultura y sociedad	Los estudiantes comprenden la cultura en la humanización del hombre, utilizando técnicas de estudio, observación y participación en los contextos culturales, asimilando adecuadamente los principios, conceptos y enfoques metodológicos fundamentales de la ciencia antropológica.	Reconoce las nociones fundamentales de la antropología, cultura y sociedad, los productos de la dinámica social y creación colectiva, así como la diversidad cultural y la Identidad cultural. Reconoce conceptos de Estructura social y Cultural, analizando y comprendiendo la sociedad sobre la base de sus diferencias y prácticas con el Estado.
		III	HUM113	Seguridad y defensa nacional	Comprende y asume una postura de valor sobre el estado peruano y la importancia de la seguridad y defensa nacional	Analiza, y redacta informes sobre las bases teóricas del estado peruano. Elabora escritos de investigación sobre ciudadanía y patrimonio.

		III	COS115	Región y nación en el Perú moderno	Identificar con rigor conceptual los problemas contemporáneos del Perú Moderno y su vinculación con la temática regional, mostrando sensibilidad social, responsabilidad y sentido crítico-analítico.	Unidad 1. Identifica y analiza los problemas y desafíos contemporáneos del Perú Moderno. Unidad 2. Analiza los problemas regionales vinculados con el proceso histórico de la región y el país.
RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.	CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.	i	COS104	Introducción a las ciencias de la comunicación	Al finalizar el curso, el estudiante reconoce el estudio científico de la comunicación, examinando su proceso, historia, clasificación, evolución tecnológica y su relación con otras disciplinas.	Al concluir la unidad, el estudiante identifica el campo científico de la comunicación. Al finalizar la unidad, el estudiante conoce la historia de la comunicación, sus áreas, medios y su relación con otras disciplinas con sentido crítico.
		II	COS111	Creatividad en comunicación	Al finalizar el curso el estudiante reconoce el alcance de los medios de comunicación en los nuevos escenarios de la política.	Al terminar la unidad el estudiante elabora organizadores visuales del proceso de la creatividad, aplicando los tipos de pensamientos y demostrando claridad en las ideas Al terminar la unidad el estudiante elabora productos creativos (de manera escrita, oral, a través de dibujos o empleando material reciclado).
		V	COS208	Opinión pública	Diseña planes de incidencia en la opinión pública, aplicando mediciones de la opinión pública sobre temas controversiales.	Al finalizar la unidad el estudiante: Elabora, ejecuta y analiza sondeos de opinión pública, empleando los instrumentos metodológicos pertinentes Al finalizar la unidad el estudiante: Elabora planes de incidencia en la opinión pública

						sobre temas y problemas referidos a democracia, desarrollo y ciudadanía.
		VII	COS214	Gestión de empresas comunicacionales	Al concluir el curso el estudiante, comprende y asume una postura trascendental de la empresa comunicacional y su importancia en la sociedad local, regional y nacional	estudiante, comprende y asume una postura trascendental de la empresa comunicacional y su importancia en la sociedad local, regional y nacional Al terminar la unidad el alumno, conoce principios básicos de gestión y competitividad empresarial. Al terminar la unidad el alumno, planifica procesos de Constitución y formalización de empresa comunicacional
		VII	COS215	Ética y deontología de la comunicación	Al culminar el curso, el estudiante reconoce y aplica los diferentes aspectos de la Ética y la Deontología de las ciencias de la comunicación social en su desarrollo personal y profesional.	Al finalizar la unidad, el estudiante conoce los enfoques teóricos de la Ética y la Deontología. Al finalizar la unidad, el estudiante analiza los diferentes aspectos de la Ética y la Deontología de las ciencias de la comunicación social.
		VIII	COS217	Legislación de la comunicación y ciudadanía	Al concluir el curso el estudiante: Identifica la legislación nacional vigente, vinculada a las actividades de la comunicación social, reconociendo los límites jurídicos del ejercicio de la comunicación, para promover procesos de información y cambio social, que fortalezcan el ejercicio de la ciudadanía responsable y el desarrollo social.	Investiga e identifica la legislación nacional vigente vinculada a las actividades de la comunicación social. Evalúa actividades de comunicación para promover y fortalecer el ejercicio de la ciudadanía y el cambio social.
		IX	COS221	Comunicación política (e)	Al finalizar el curso el estudiante conoce las implicancias de la	Al finalizar la unidad el estudiante identifica y analiza

					comunicación política en la ciudadanía y el entorno de las ciencias de la comunicación social.	la comunicación y participación política.
						Al finalizar la unidad el estudiante reconoce el alcance de los medios de comunicación en los nuevos escenarios de la política.
		IX	COS222	Gestión pública (e)	Al concluir el curso el estudiante: Conocer la organización, objetivos, características y alcance de la gestión pública en el Perú; y su relación con actividades vinculadas a las ciencias de la comunicación social.	Al finalizar la unidad el estudiante reconoce importancia de la gestión pública para el desarrollo nacional. Estudio sobre la organización, objetivos e importancia de la gestión pública.
						Al finalizar la unidad el estudiante identifica espacios estratégicos de la gestión pública vinculadas a las ciencias de la comunicación social.
RCE2: Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.	CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad	III	COS202	Redacción Periodística	Al concluir el curso el estudiante, redacta textos periodísticos informativos, interpretativos y de opinión para prensa, radio, televisión e internet.	Al terminar la primera unidad el estudiante demuestra conocimiento del estilo periodístico en la redacción del género informativo
						Al terminar la segunda unidad el estudiante demuestra conocimiento de los géneros periodístico interpretativo y de opinión y los aplica en la redacción de textos periodísticos.
		IV	COS302	Taller de Redacción Periodística	Al terminar el curso, el estudiante redacta diversos textos periodísticos de género informativo, interpretativo y de opinión, para los distintos medios de comunicación.	Al terminar la unidad I, el estudiante redacta noticias periodísticas para los distintos medios de comunicación.
						Al terminar la unidad II, el estudiante redacta textos periodísticos interpretativos:

						crónicas, reportajes interpretativos y testimonios periodísticos
						Al terminar la unidad III el estudiante redacta adecuadamente textos de comentario y opinión: editoriales, artículos y reseñas.
		V	COS306	Periodismo de Investigación	Al concluir el curso el estudiante investiga un hecho social utilizando diversas estrategias y tácticas de recolección de datos y valora las fuentes de información demostrando responsabilidad y compromiso ético.	Al concluir la primera unidad el estudiante presenta un proyecto de investigación y un plan de recolección de datos.
						Al concluir la segunda unidad el estudiante producirá un reportaje con los elementos de la investigación periodística.
		VII	COS312	Taller de Periodismo Especializado	Al finalizar el curso taller el estudiante debe editar, gestionar y distribuir la publicación periodística UNA Columna con creatividad y responsabilidad.	Al finalizar la primera unidad el estudiante redactará formatos periodísticos, utilizando técnicas periodísticas, demostrando creatividad y responsabilidad.
						Al finalizar la segunda unidad el estudiante realizará dos reportajes periodísticos con creatividad y responsabilidad y los publicará en la Revista UNA COLUMNA.
RCE3: Capacidad para Investigar, dirigir, planificar, ejecutar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible.	CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano y sostenible, a través de modelos participativos y	VI	COS 209	Teorías y modelos de comunicación para el desarrollo	Al concluir el curso, el estudiante caracteriza a una población, desde la perspectiva del enfoque de desarrollo humano y sostenible; analizando comunicativamente un colectivo, desde el modelo participativo.	Al terminar la unidad, el estudiante caracteriza al país examinado los indicadores: económicos, sociales, políticos y culturales aplicando los enfoques para el desarrollo.
						Al terminar la unidad, el estudiante analiza comunicativamente un colectivo, desde el modelo participativo, planificando la intervención de un colectivo

estrategias de comunicación para el desarrollo.					empleando estrategias de comunicación para el desarrollo.
	VII	COS212	Estrategias de comunicación para el desarrollo	Al terminar el semestre el estudiante utiliza estrategias de comunicación para el desarrollo diseñando campañas como recursos persuasivos y creativos, para el cambio social, principios éticos y trabajo en equipo	Al terminar la unidad el estudiante realizará sistematización de mensajes persuasivos para medios y soportes interactivos considerando consistencia y capacidad estratégica
					Al terminar la unidad el estudiante diseña plan de campaña, plan de medios y estrategias de difusión con criterios de responsabilidad.
	VIII	COS216	Proyectos Sociales y Consultoría	Al concluir el curso, el estudiante elabora un proyecto social, con metodología del enfoque del marco lógico y elabora una propuesta de consultoría, con sentido crítico, reflexivo, y responsabilidad social.	Al terminar la unidad, el estudiante aplica las herramientas del enfoque del marco lógico y diseña un proyecto social demostrando sentido crítico
					Al terminar la unidad, el estudiante elabora una propuesta de consultoría, aplica las técnicas y herramientas con responsabilidad
	IX	COS315	Gestión de Proyectos de Comunicación para el Desarrollo.	Al concluir el curso el estudiante, formula y gestiona proyectos de desarrollo y/ o del componente comunicacional, demostrando creatividad y responsabilidad.	Al concluir la unidad el estudiante, realiza estudio para la formulación y diseño de un proyecto. De desarrollo Identificando el proceso del proyecto y del componente comunicacional demostrando idoneidad y conocimiento
					Al concluir la unidad, dirige con liderazgo los proyectos del componente comunicacionales, respetando las normas y condiciones con responsabilidad

		X	COS406	Discapacidad e Inclusión Social	Al concluir el curso el estudiante conoce y practica las políticas públicas de igualdad de oportunidades y la normatividad de las personas con discapacidad.	Al terminar la primera unidad el estudiante elabora y expone el informe sobre los derechos de las personas con discapacidad.
						Al terminar la segunda unidad conoce sobre las políticas públicas y su aplicación con las personas discapacitadas.
		X	COS316	Relaciones comunitarias y resolución de conflictos	Al terminar el curso el estudiante presenta un plan de relaciones comunitarias y un plan de intervención para la resolución de un conflicto para su presentación e implementación en los sectores involucrados cumpliendo los procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos para su realización.	Al terminar la unidad, el estudiante presenta un plan de relaciones comunitarias que cumpla procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos
						Al terminar la unidad, el estudiante presenta un plan de intervención para la resolución de un conflicto social, que cumpla procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos para su realización.
		X	COS317	Evaluación y sistematización de proyectos	Al concluir el curso el estudiante investiga, evalúa y sistematiza proyectos sociales y comunicacionales con esmero y responsabilidad.	Al terminar la unidad el estudiante demuestra habilidades para la evaluación de proyectos sociales con eficiencia y responsabilidad.
						Al terminar la unidad el estudiante demuestra habilidades para la sistematización de experiencias en proyecto sociales con eficiencia y responsabilidad.
RCE4: Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y	CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer	IV	ADM206	Comportamiento organizacional	Al finalizar el curso, el estudiante reconoce la importancia del comportamiento organizacional en la formación profesional del comunicador social.	Al finalizar la unidad el estudiante comprende y explica las nociones del comportamiento organizacional e individual

comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.	relaciones de confianza y de interés mutuo.					Al finalizar la unidad el estudiante comprende el comportamiento grupal y organizacional.
		V	COS209	Teorías de las relaciones públicas	Al finalizar el curso, el estudiante comprende y explica el rol de las relaciones públicas en las organizaciones.	Al finalizar la unidad el estudiante asimila los fundamentos
						Al finalizar la unidad el estudiante comprende cada una de las fases del proceso de las relaciones públicas.
		VI	COS308	Planificación y programación de las Relaciones Públicas	Al finalizar el curso el estudiante elabora una propuesta de programa o plan de Relaciones Públicas	Al finalizar la unidad, el estudiante diseña, y ejecuta la investigación y el diagnóstico comunicacional
						Al finalizar la unidad, el estudiante formula una propuesta de programa o plan de relaciones públicas.
		VIII	COS313	Taller de Relaciones Públicas	Al finalizar el curso, el estudiante podrá realizar el diagnóstico comunicacional y formular un plan o programa de relaciones públicas, ejecutarlo y evaluarlo.	Al finalizar la unidad, el estudiante realiza un diagnóstico comunicacional en una organización
						Al finalizar la unidad, el estudiante propone, ejecuta y evalúa un plan o programa de relaciones públicas.
		X	COS408	Protocolo y etiqueta social (e)	Al terminar el curso el estudiante organiza eventos y actos protocolares en los ámbitos públicos y privados.	Al terminar la unidad, el estudiante organiza y ejecuta eventos protocolares y sociales.
						Al terminar la unidad, el estudiante elabora documentos protocolares e institucionales y aplica normas de etiqueta social y urbanidad.
RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medios que contribuyan al desarrollo de los	CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos	III	COS301	Producción en audio	Al concluir el curso el estudiante, conoce los procesos de producción de audio para distintos productos comunicacionales.	Al concluir la unidad, el estudiante identifica los elementos del lenguaje sonoro.
						Al concluir la unidad, el estudiante elabora guiones y

ámbitos estratégicos de la sociedad.	digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.					produce registros de audio con contenido comunicacional.
		IV	COS 303	Taller de producción de audio	Al concluir el curso el estudiante produce contenidos sonoros en formatos radiofónicos; y aplica la sonorización para la producción audiovisual y multimedia.	Al concluir la unidad, el estudiante producirá adaptaciones literarias radiofónicas, spots y series radiofónicas.
						Al concluir la unidad, el estudiante producirá un podcast multimedia y una grabación sonora Foley y/o soundtrack.
		IV	COS204	Comunicación visual y fotografía	Al concluir el curso el estudiante elabora un collage creativo aplicando las técnicas de la sintaxis de la imagen, teoría del color y la composición visual.	Al concluir la unidad, el estudiante producirá un informe de análisis visual aplicando principios teóricos y sintaxis.
						Al concluir la unidad, el estudiante producirá montajes visuales.
		V	COS304	Taller de producción fotográfica	Al concluir el curso, el estudiante presentará sus proyectos fotográficos a través de una muestra fotográfica.	Al concluir la unidad, el estudiante ejecutará: Técnicas de registro fotográfico. Presentará proyecto fotográfico.
						Al concluir la unidad, el estudiante ejecutará: Revelado de registro fotográfico.
V	COS305	Producción audiovisual	Al concluir el curso el estudiante: Reconoce los principios de la narrativa y las etapas de producción audiovisual para los distintos productos comunicacionales.	Al concluir la unidad, el estudiante: Adapta su investigación de temas sociales al lenguaje audiovisual. Conoce los principios del lenguaje y narrativa audiovisual.		
				Al concluir la unidad, el estudiante: Guioniza y registra contenido audiovisual.		
VI	COS307	Taller de diseño grafico	Al concluir el curso el estudiante presentará bocetos aplicando	Al concluir la unidad, el estudiante diseñará bocetos		

				técnicas de diseño y diagramación.	Al concluir la unidad, el estudiante producirá un branding.
		VI	COS310	Taller de producción audiovisual	Al concluir el curso el estudiante produce contenido comunicacional en diversos géneros audiovisuales, distribuyéndolo en canales de comunicación.
					Al concluir la unidad, el estudiante: *Investiga sobre una temática social y elaboración un guion audiovisual. *Diseño de mix de medios
					Al concluir la unidad, el estudiante: *Diseño de plan de realización *Realización y edición de videos en formatos diversos. *Selección de equipo de producción Elaboración de plan de distribución Diseñar criterios de validación y control de calidad
		VII	Cos311	Taller de producción multimedia y web	Al concluir el curso el estudiante demostrará mediante un portafolio digital la distribución de los contenidos realizados
					Al concluir la unidad el estudiante ejecutará: Briefing para la producción de contenido multimedia
					Al concluir la unidad el estudiante ejecutará: Gestión y Publicación de contenido multimedia.
		VIII	COS219	Gestión de social media y comunidades virtuales (e)	Al concluir el curso el estudiante: • Presentará un portafolio de contenidos comunicacionales multimedia.
					Al concluir la unidad el estudiante aplicará estrategias de community management.
					Al concluir la unidad del estudiante difundirá y evaluará el impacto del monitoreo de las interacciones con las audiencias virtuales.
		VIII	COS402	Teatro y escenografía (e)	Al concluir el curso el estudiante conoce los recursos del teatro y los procesos de realización de casting y audiciones, adaptando
					Al concluir la unidad, el estudiante organiza los recursos del teatro y los procesos de realización de casting y audiciones para personajes en

					escenografías y puestas en escena a proyectos de comunicación.	proyectos de comunicación en las áreas de televisión, cine y publicidad Al concluir la unidad el estudiante diseña y adapta escenografías para las necesidades de producción de la comunicación en las áreas de televisión, cine y publicidad.
		VIII	COS406	Música y Canto(e)	Al concluir el curso el estudiante, conoce los procesos de musicalización, sonorización y vocalización, y mediante el canto produce mensajes comunicacionales (publicidad, redes sociales, radio y/o televisión).	Al concluir la unidad, el estudiante analiza la musicalización y sonorización de productos comunicacionales (radio, redes sociales, televisión y/o publicidad). Al concluir la unidad, el estudiante interpreta mediante el canto mensajes comunicacionales.
RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional.		X	COS407	Análisis de cine (e)	Al concluir el curso, el estudiante: Analiza el contenido cinematográfico de obras internacionales y nacionales desde una perspectiva pluricultural, elevando su compromiso social, permitiendo una comprensión cultural, estética y ética del fenómeno cinematográfico.	Al finalizar la unidad, el estudiante: Identifica el proceso histórico, géneros y temática de las obras cinematográficas Al finalizar la unidad, el estudiante: Analiza obras cinematográficas empleando
	CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público	IV	ADM203	Fundamentos de marketing	Al terminar el curso el estudiante comprende de forma crítica enfoques, teorías y tendencias de marketing demostrando creatividad.	El estudiante distingue los enfoques y teorías de marketing elaborando trabajos académicos El estudiante identifica el comportamiento del consumidor y segmentación de mercados con criterio holístico.
		V	ADM207	Investigación de mercados	Al terminar el curso el estudiante reconocerá las fuentes de datos	Al culminar la unidad, el estudiante recopila y analiza

	objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.				sobre productos y servicios aplicando de las técnicas e instrumentos cualitativos o cuantitativos para la investigación de mercados.	información cualitativa y/o cuantitativa. Aplica instrumento de estudios de mercado y reconoce los segmentos del mercado.
		VI	COS309	Estrategias de marketing	Al terminar el curso el estudiante diseña estrategias y plan de marketing mediante técnicas comunicacionales	Al concluir la unidad el estudiante identifica y analiza los escenarios mercadológicos diseñando estrategias de marketing. Al concluir la unidad, el estudiante propone plan de marketing
		VIII	COS218	Comunicación publicitaria(e)	Al concluir el curso el estudiante propone y planificación campañas publicitarias integrales coherentes y adaptadas a los casos pertinentes de estudio: comunicación de productos, servicios o empresas.	Al concluir la unidad el estudiante Elabora estrategias Publicitarias. Al concluir la unidad el estudiante elabora campaña publicitaria.
		IX	COS314	Taller de publicidad	Al concluir el curso el estudiante es capaz de elaborar y ejecutar proyectos y campañas publicitarias para su muestra y difusión.	Al concluir la unidad el estudiante presenta proyecto de campaña publicitaria Al concluir la unidad el estudiante ejecuta una campaña publicitaria.
RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.	CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.	III	COS201	Teorías de la comunicación	Al finalizar el curso el estudiante conoce las teorías de los efectos conductuales y cognitivos, cultura y comunicación, como también teorías actuales en la globalización y la sociedad de la información vinculando las teorías en investigaciones sobre comunicación mediática.	Al concluir la primera unidad el estudiante: Reconoce el alcance y ámbito del estudio científico de la comunicación y las teorías de los efectos conductuales y cognitivos. Al concluir la segunda unidad el estudiante: Distingue la comunicación y cultura en el nuevo escenario de las teorías de la comunicación.
		IV	COS205		Al finalizar el curso el estudiante conoce la epistemología de la	Al concluir la primera unidad el estudiante: Distingue los

				Metodología de la Investigación Científica	ciencia y los métodos y técnicas de investigación científica	diferentes tipos de conocimientos y los paradigmas de investigación.
						Al concluir la segunda unidad el estudiante: Conoce el proceso, métodos y técnicas de la investigación científica.
		VI	COM501	Métodos cuantitativos de investigación	Al finalizar el curso el estudiante: Utiliza los fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa.	Al concluir la unidad, es estudiante: Distingue los fundamentos teóricos y científicos de la investigación cuantitativa.
						Al concluir la unidad, el estudiante: Aplica métodos cuantitativos de investigación en estudios cuantitativos, correlacionales y experimentales.
		VII	COS213	Métodos cualitativos de investigación	Al finalizar el curso el estudiante utiliza estrategias, técnicas y métodos de investigación cualitativa en problemas sociocomunicacionales.	Al concluir la primera unidad el estudiante: Identifica y analiza los métodos y el proceso de investigación cualitativa.
						Al concluir la segunda unidad el estudiante: aplica técnicas cualitativas durante la investigación.
		IX	COS220	Líneas de investigación en ciencias de la comunicación	Al terminar el curso el estudiante adecua temas y problemas de investigación en el ámbito de las líneas de la comunicación social orientadas al proyecto de investigación.	Al concluir la unidad, el estudiante conoce las áreas de la investigación de las ciencias de la comunicación social
						Al concluir la unidad, el estudiante: Delimita y aplica líneas de investigación en su trabajo de investigación
		X	COS223	Seminario de tesis	Al finalizar el curso, el estudiante: Presenta un proyecto de investigación de tesis coherente en las áreas de las	Al concluir la unidad, el estudiante: Formula un problema de investigación sistematizado en una matriz de consistencia.

					ciencias de la comunicación social.	Al concluir la unidad, el estudiante: Propone un proyecto de tesis de investigación en concordancia a la normativa vigente.
RCE8: Capacidad para diagnosticar, planificar, evaluar y ejecutar actividades de comunicación en sus centros de prácticas pre profesionales, llevando la teoría a la práctica	CE8: Aplica los conocimientos adquiridos durante su formación académica en el diagnóstico, planificación, evaluación y ejecución de actividades en medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, ONGs y otras organizaciones.	VIII	COS401	Prácticas pre profesionales en periodismo	Al finalizar el curso el estudiante presenta su informe y sustenta las prácticas preprofesionales realizadas.	Al término de la unidad el estudiante presenta el diagnóstico comunicacional del centro de prácticas y el plan de prácticas para su aprobación y ejecución.
						Al término de la unidad el estudiante presenta, sustenta y defiende el informe final de la práctica pre profesional.
		IX	COS405	Prácticas preprofesionales en relaciones públicas	Al finalizar el curso, el estudiante presenta el Informe final de las prácticas de acuerdo a la estructura planificada.	Al finalizar la unidad el estudiante propone programas y actividades de comunicación y relaciones públicas, de acuerdo al diagnóstico comunicacional realizado
						Al finalizar la unidad el estudiante desarrolla e implementa programas y actividades de comunicación y relaciones públicas y presenta, sustenta y defiende el informe final de practicas
		X	COS409	Prácticas pre profesionales en comunicación para el desarrollo	Al finalizar el curso el estudiante gestiona la comunicación para el desarrollo en el centro de prácticas elaborando el diagnostico, informe final y sustentación del plan.	Al término de la unidad el estudiante conoce los enfoques y modelos de comunicación para el desarrollo y elabora el diagnóstico y plan de prácticas.
						Al término de la unidad el estudiante elabora estrategias de comunicación e intervención social.

						Al término de la unidad el estudiante redacta el informe final, sustenta y defiende el informe de las prácticas pre profesionales
--	--	--	--	--	--	---

## 6.6. Cartas Descriptivas

### PRIMER CICLO

#### 1. Datos informativos

- a. Curso :MATEMÁTICA BÁSICA
- b. Código : CFM101
- c. Prerrequisito : Ninguno
- d. N°de horas : Teóricas: 2 Hrs, Prácticas: 2 Hrs y Total: 4
- e. N° de créditos : 4 Créditos
- f. N° de horas virtuales/unidad : 1 Hora
- g. Área curricular : Estudios Generales
- h. Ciclo del plan de estudios : I
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación (I + D + i)

#### 2. Sumilla

El **curso** de Matemática Básica corresponde al **área** de estudios generales, es de **naturaleza** teórica y práctica; se desarrolla con el **propósito** de fortalecer las capacidades de análisis, síntesis y comprensión por parte de los estudiantes que se inician en su formación profesional, con respecto al uso de herramientas básicas de matemática, que le permitirán procesar la información y tomar de decisiones. Los contenidos a desarrollar en las **unidades** son: Lógica proposicional, Teoría de conjuntos, Sistema de números reales, Relaciones y funciones, Matrices, determinantes y sistemas de ecuaciones lineales.

#### 3. Perfil de Egreso

RCG1: Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

#### 4. Competencia

CG1: Resuelve problemas considerando alternativas y desarrollando estrategias lógico matemáticas.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Explica y aplica las leyes y los principios de la lógica proposicional y la teoría de conjunto de modo pertinente en la resolución de casos concretos.</li> <li>b. Utiliza propiedades de los números reales para resolver ecuaciones e inecuaciones, y para describir propiedades de las relaciones y funciones reales.</li> </ul>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Lógica proposicional: Conectivos lógicos, Leyes y principios del algebra proposicional, inferencia lógica.</li> <li>2. Teoría de conjuntos: Clasificación, operaciones con conjuntos, ejercicios y problemas.</li> <li>3. Sistema de números reales: Ecuaciones e inecuaciones, solución de problemas prácticos.</li> <li>4. Relaciones y funciones: producto cartesiano, tipos de relaciones y funciones, gráfica de funciones trascendentes</li> </ul>

c. Aplica los conceptos y propiedades de las Matrices y determinantes de modo reflexivo y analítico para la resolución de sistemas de ecuaciones lineales.	5. Matrices, determinantes y sistemas de ecuaciones: Operaciones entre matrices, clases de matrices, método de Gauss-Jordan, inversa de una matriz, Propiedades de los determinantes, Solución de sistemas de ecuaciones lineales.
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de la unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Resuelve problemas y ejercicios aplicando conceptos y propiedades de la lógica proposicional, teoría de conjuntos, sistema de números reales, relaciones, funciones, matrices y determinantes.	Al concluir la unidad I: Resuelve ejercicios y problemas aplicando leyes y principios de la inferencia lógica y la teoría de conjuntos utilizando estrategias de enseñanza aprendizaje orientadas a un pensamiento crítico y formal.	Portafolio de resolución de problemas
	Al concluir la unidad II: Interpreta y resuelve problemas de ecuaciones e inecuaciones que involucran valores absolutos y máximo entero utilizando estrategias de aprendizaje y algoritmos para el pensamiento formal.  Representa gráficamente las funciones reales de variable real identificando propiedades propias de cada función utilizando estrategias de aprendizaje orientadas a un pensamiento formal.	Portafolio de resolución de problemas
	Al concluir la unidad III: Utiliza las propiedades las matrices y los determinantes para resolver sistemas de ecuaciones lineales utilizando estrategias de aprendizaje y algoritmos para el pensamiento formal.	Portafolio de resolución de problemas

### 6. Referencias Bibliográficas

- Vera, C. (2008). *Matemática Básica*. Lima: Moshera.
- Figuroa, R. (2014). *Matemática Básica I*. Lima: RFG.
- Espinoza, E. (2012). *Matemática Básica*. Lima: Moshera.
- Venero, A. (2016). *Matemática Básica*. Lima: Gemar.
- Lazaro, M. (2005). *Matemática Básica*. Lima: Moshera.
- James, S. y Lothar, R. (2007). *Precálculo: Matemáticas para el cálculo*. México: Thomson

**1. Datos informativos**

- a. Curso: TALLER DE ESTRATEGIAS |COGNITIVAS  
PARA EL APRENDIZAJE
- b. Código: HUM 102
- c. Prerrequisito: No tiene
- d. N° de horas: Teóricas: 02, Prácticas: 02, Total:04
- e. N° de créditos: 03
- f. N° de horas virtuales/unidad: 01
- g. Área curricular: Estudios generales
- h. Ciclo del plan de estudios: I
- i. Características del curso: Investigación, desarrollo e innovación.

**2. Sumilla**

El curso de Taller de Estrategias Cognitivas del Aprendizaje, corresponde al **área** de estudios generales, es de **naturaleza** teórico-práctica, su **propósito** es desarrollar habilidades para el aprendizaje estratégico a través de técnicas del trabajo intelectual y técnicas de estudio en el acceso, procesamiento, y uso de la información para el conocimiento.

El curso se ha dividido en dos unidades didácticas.

Unidad I: Aplicación de estrategias cognitivas.

Unidad II: Investigación formativa.

**3. Perfil de Egreso**

RCG5: Capacidad creativa, crítica y autocrítica.

**4. Competencia**

CG5: Aplica el aprendizaje auto regulado y estratégico que le permita procesar conocimientos.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Analiza el contexto histórico de la universidad</p> <p>b. Identifica las técnicas de aprendizaje en su desarrollo dentro del área de la comunicación.</p> <p>c. Aplica técnicas de estudio considerando la planificación y las condiciones de acceso.</p> <p>d. Desarrolla técnicas de investigación formativa.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. Historia de la universidad</p> <p>2. Cerebro y aprendizaje, Estilos de aprendizaje, organizadores del conocimiento.</p> <p>3. Técnicas de estudio.</p> <p>4. Investigación formativa.</p>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante emplea técnicas de	Aplica estrategias cognitivas en el área de la comunicación.	Presenta organizadores del conocimiento sobre técnicas de estudio

aprendizaje orientadas a la investigación formativa.	Desarrolla Investigación formativa en el área de la comunicación	Presenta y expone un reporte de investigación.
--	--	--

## 6. Referencias Bibliográficas.

Abril, J., y faya, M. (2005). *Metodología del estudio para aprender a aprender*. Argentina, Rio de la Plata: Magisterio del Rio de la Plata.

Arguelles, D., y Nagles, N. (2011). *Estrategias para promover procesos de aprendizaje autónomo* (4ta edición). Bogotá. Colombia: Alfaomega.

Biggs, J. (2010). *Calidad del aprendizaje universitario*. Madrid: Narcea.

Carretié, L. (2011). *Anatomía de la mente: Emoción, cognición y cerebro*. Madrid: Pirámide.

Díaz Barriga, F., y Hernández, G., (2010). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: Una interpretación constructivista* (3ra ed.). México: Mc Graw Hill.

Pimienta, J. (2012). *Estrategias de enseñanza aprendizaje: Docencia universitaria basada en competencias*. México: PEARSON.

Sambrano, J. (2002). *El placer de aprender a aprender: súper aprendizaje para todos*. México: Alfaomega.

Pansza, M., y Hernández, S. (1998). *El estudiante: técnicas de estudio y aprendizaje*. México: Trillas.

**1. Datos informativos**

a. Curso	: COMUNICACIÓN	ESCRITA	Y
COMPRENSIÓN DE TEXTOS			
b. Código	: COS103		
c. Prerrequisito	: No tiene		
d. N° de horas	: Teóricas: 03,	Prácticas: 02,	Total: 05
e. N° de créditos	: 4		
f. N° de horas virtuales/unidad:	1		
g. Área curricular	: Estudios generales		
h. Ciclo del plan de estudios	: I		
i. Características del curso	: Desarrollo e innovación		

**2. Sumilla**

Este curso pertenece al área de Estudios generales, es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito desarrollar en los estudiantes la capacidad para comunicarse a nivel escrito con propiedad en diversas situaciones socioculturales desde un enfoque comunicativo, y desarrollar técnicas de comprensión de diversos textos.

**3. Perfil de Egreso**

RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.

**4. Competencia**

CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a) Identifica adecuadamente los componentes del enfoque comunicacional en los diversos tipos de textos.</p> <p>b) Identifica los componentes pragmáticos para una correcta determinación de tipos de textos.</p> <p>c) Describe los componentes textuales para una correcta determinación de los niveles de significación de los textos académicos y textos comunicacionales.</p> <p>d) Aplica criterios de niveles de comprensión en el procesamiento de la información de los diversos tipos de textos. (4).</p> <p>e) Aplica criterios cognitivos y fijación textual en las diferentes formas de sistematización de los diferentes tipos de textos. (5).</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p><b>1. Componentes del enfoque comunicacional del uso de la lengua:</b> Competencia lingüística o gramatical, competencia sociocultural, competencia pragmática, competencia estratégica o relacional, competencia discursiva o textual. Características, elementos, propiedades, proceso de composición de textos y tipología textual (A)</p> <p><b>2. Componentes pragmáticos y relacionales del texto:</b> referente, emisor, ilocución, locución, receptor, perlocución y contexto. Conocimiento de las necesidades, las intenciones, los propósitos, las finalidades, y funciones del texto. (B).</p> <p><b>3. Componentes textuales:</b> procesos, propiedades, unidades y categorías. Procesos de lectura y comprensión de textos. (C).</p> <p><b>4. Niveles de comprensión:</b> literal, inferencial y criterial (D).</p> <p><b>5. Componentes cognitivos</b> (marcos, guiones, escenarios, conocimientos y representaciones del mundo) <b>y fijación textual</b> (resumen, reseña textual, informe técnico, organizadores de información y descripción de modelos globales) (E).</p>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al finalizar el curso El estudiante mejorará en los procesos de redacción y comprensión lectora, escribiendo y leyendo con soltura y fluidez.	Al finalizar la unidad El estudiante mejorarán el proceso de redacción siguiendo los pasos de planificación, redacción y revisión.	Producir textos coherentes en cada tipo textual
	Al finalizar la unidad El estudiante mejorarán su comprensión lectora empleando técnicas como el subrayado, sumillado y resumen.	Interpretar críticamente los textos leídos

**6. Referencias bibliográficas**

- Avendaño, F. (2011). La Didáctica del Texto - Estrategias para Comprender y Producir Textos en el Aula. Argentina: Homo Sapiens
- Bernárdez, E. (1993). Introducción a la lingüística del texto. Madrid: Espasa-Calpe
- Brown y Yule. (1993). Análisis del discurso. Barcelona: Visor libros
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2007). Las cosas del decir: manual del análisis del discurso. Barcelona: Ariel
- Escandell, V. (2008). Introducción a la pragmática. Barcelona: Ariel
- Gonzales, Antonio (2004). Estrategias de comprensión lectora. Madrid: síntesis.
- Hamburger, A. (2011). Escribir para Objetivar el Saber - Cómo Producir Artículos, Libros, Reseñas y Textos - 2da. Ed. Colombia: U. de la Salle
- Hernández, A. y Quinteros, A. (2001). Comprensión y composición escrita. Madrid. Editorial síntesis
- Lozano, J. y otros. (2009). Análisis del discurso. Madrid: Cátedra.
- Marial, R., Peña, M. S., Cortez, F. (2012). Teoría lingüística: Métodos, herramientas y paradigmas. Madrid: Ramón Areces.
- Marín, M. (2004) Lingüística y enseñanza de la lengua. Buenos Aires: Aique
- Reyes, R. (2003). Estrategias en el Estudio y en la Comunicación - Como Mejorar la Comprensión y Producción de Textos. México: Trillas S.A
- Searle, J. (1994). Actos de habla. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk, T.A. (1995). Texto y Contexto. Madrid Cátedra.

### 1. Datos informativos

- a. Curso : INTRODUCCIÓN A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.
- b. Código : COS 104
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas : Teóricas: 04, Practicas: 02, Total: 06
- e. N° de créditos : 5
- f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 2
- g. Área curricular : Estudios específicos
- h. Ciclo del plan de estudios : I
- i. i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación

### 2. Sumilla

El curso corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico - práctico, tiene como propósito abordar el estudio científico de la comunicación, examinando su proceso, historia, clasificación, evolución tecnológica y su relación con otras disciplinas. El contenido comprende dos unidades:

Primera unidad: Las ciencias de la comunicación y su clasificación.

Segunda Unidad: Historia, áreas y alcance disciplinario de la comunicación.

### 3. Perfil de Egreso

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

### 4. Competencia

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Delimita el campo científico de la comunicación, la conceptualiza, examina los modelos del proceso de la comunicación y la clasifica.</li> <li>b. Estudia la historia de la comunicación y la evolución de sus medios o tecnologías, para la comprensión de la comunicación y sus efectos en los cambios en la sociedad</li> <li>c. Analiza las áreas de la comunicación, así como las relaciones de la comunicación con otras disciplinas</li> </ul>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1. La comunicación y su estudio científico, la determinación de su objeto y método de estudio. Conceptualización de la comunicación. Los modelos del proceso de la comunicación. Elabora un modelo integral del proceso de la comunicación y graficarlo.</li> <li>2. La clasificación de la comunicación. Niveles, sistemas. Comunicación verbal y no verbal, interpersonal y mediática</li> <li>3. La historia de la comunicación. La evolución de sus medios desde el lenguaje hasta internet, Los cambios en la sociedad.</li> <li>4. Las áreas de la comunicación: Periodismo, relaciones públicas, Comunicación audiovisual, marketing y publicidad y comunicación para el desarrollo. Relaciona</li> </ul>

	la comunicación con: el desarrollo, la educación, la cultura, la salud, medio ambiente, y ciudadanía.
--	---

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso, el estudiante reconoce el estudio científico de la comunicación, examinando su proceso, historia, clasificación, evolución tecnológica y su relación con otras disciplinas.	Al concluir la unidad, el estudiante identifica el campo científico de la comunicación.	* Presenta un modelo integral del proceso de la comunicación, y lo gráfica. * Una monografía distinguiendo los diferentes tipos de comunicación.
	Al finalizar la unidad, el estudiante conoce la historia de la comunicación, sus áreas, medios y su relación con otras disciplinas con sentido crítico.	* Presenta en un organizador del conocimiento la historia de la comunicación y de sus medios en una línea de tiempo. * Un ensayo sobre la relación de la comunicación con otras disciplinas.

### 6. Referencias Bibliográficas

- Aguilera, G. (1986). *Principio de historia de los medios audiovisuales*. Madrid, Tecnos.
- Aladro, E. (1999). *Teoría de la información y la comunicación*. Madrid, Fragua.
- Armas, S. (1995). *La comunicación como estrategia para el desarrollo*. Lima, ILLA.
- Baena, G. & Montero, S. (2017). *Ciencias de la comunicación 1*. México. Patria.
- Baena, G. & Montero, S. (2017). *Ciencias de la comunicación 2*. México. Patria.
- Berlo, D. (1986). *El proceso de la comunicación*, Buenos Aires, PAIDOS.
- Borderí, E., Laguna, A., Martínez, F. (2015). *Historia social de la comunicación: mediaciones y públicos*. Madrid: Síntesis.
- Castell, M. (2001). *Manuel. La Galaxia Internet*, Barcelona: Arete.
- Díaz, D. (2013). *Psicología de la comunicación*. Madrid. Centro de Estudios Financieros.
- Escobar, E. (2014). *Comunicación e información*. Lima: Universidad Nacional Agraria La Molina.
- Fernández, C. & Galguera, L. (2008). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. México: McGraw Hill.
- Fernández, C. & Galguera, L. (2009). *Teoría de la Comunicación*. México: McGrawhill.
- Kafmman, M. (1996) *Comunicación y medio ambiente*. Lima: Fundación Eber.
- López, F. (1997). *La ciencia de la comunicación*. México: Trillas.
- López, J. (2004). *Ciudadanía Radio*. San Miguel: Línea y Punto.

- Martínez, R. & Gómez, M. Coords. (2010) *Comunicación y desarrollo*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- Martínez, R. & Gómez, M. Coords. (2011) *Políticas, redes y tecnologías en la comunicación para el desarrollo*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.
- McLuhan, M. (1986). *La galaxia Gutenberg*. México: Planeta.
- Méndez, A. (2008). *Perspectivas sobre comunicación y Sociedad*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Miguel, R. (2013). *Teoría de la comunicación social*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- Pereira, J. & Flores, F. (2010). *Relaciones públicas*. Lima: San Marcos.
- Rojas, O. (2012). *Relaciones públicas. La eficacia de la Influencia*. Madrid: ESIC.
- Rueda, J., Galán, E., Rubio, A. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.

**1. Datos informativos**

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| a. <b>Curso:</b>                 | TALLER DE EXPRESIÓN ORAL                       |
| b. Código:                       | COS 105  |
| c. Prerrequisito:                | No tiene                                       |
| d. N° de horas:                  | Teóricas 02, Practicas 04, Total: 06           |
| e. N° de créditos:               | 04   |
| f. N° de horas virtuales/unidad: | 01   |
| g. Área curricular:              | Estudios generales                             |
| h. Ciclo del plan de estudios:   | I  |
| i. Características del curso:    | Responsabilidad social y compromiso ciudadano. |

**2. Sumilla**

|| El curso Taller de Expresión Oral es de naturaleza teórico-práctica, corresponde al área de estudios generales, tiene como propósito desarrollar habilidades de comunicación oral, con buena pronunciación y riqueza en el vocabulario, hablando con propiedad, seguridad y confianza en el debate y análisis de temas. El contenido se presenta en dos unidades de aprendizaje:

Unidad I: Técnicas y estrategias de expresión oral.

Unidad II: Prácticas intensivas de disertación de discursos.

**3. Perfil de Egreso**

RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.

**4. Competencia**

CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Analiza los discursos orales desde la teoría de la retórica y las técnicas de expresión.</p> <p>b. Expresa con elocuencia discursos orales en el marco del contexto académico, social, político y cultural con responsabilidad y compromiso.</p> <p>c. Asume el liderazgo personal y grupal desde la perspectiva de la teoría de la argumentación.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. La expresión oral, la retórica y el arte de hablar en público.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dicción, articulación, pronunciación adecuada.</li> <li>- La voz y locución, impostación, tonalidad y énfasis.</li> <li>- El maestro de ceremonias.</li> <li>- Conjugación de la palabra y léxico fluido.</li> <li>- Argumentación, validez de argumentos ejes temáticos.</li> <li>- Técnicas de declamación y disertación de discursos. El debate, foro, seminario.</li> <li>- Técnicas de elaboración del discurso.</li> </ul> <p>2. Técnicas de relajación y superación del pánico escénico.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dominio de escenario</li> <li>- Técnicas de respiración y contacto visual.</li> </ul> <p>2. Liderazgo y poder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persuasión y dominio de masas.</li> <li>- Comunicación para el liderazgo.</li> <li>- Liderazgo personal y liderazgo organizacional.</li> <li>- El líder y el acceso a los poderes del Estado.</li> </ul>
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso, el estudiante utiliza técnicas de expresión oral, con persuasión y liderazgo.	Al finalizar la unidad I, el estudiante se expresa con elocuencia en pequeños discursos orales sobre temas académicos utilizando técnicas de expresión oral.	Expone dos discursos orales con temática académica, utilizando técnicas de expresión oral.
	Al finalizar la unidad II, el estudiante elabora y diserta discursos sociales, políticos y culturales con argumentación profunda, demostrando liderazgo y persuasión.	Elabora y diserta un discurso social y otro político, con argumentos que sustenten los temas a polemizar.

### 6. Referencias Bibliográficas

- Alcabalu, D. (2009). *Hablar para persuadir: Guía de oratoria eficaz*. Madrid: Tebar.
- Ayllon, A. (1989). *Diccionario Político: Para Dirigentes y Líderes*, s.l.: CONCYTEC
- Borg, J. (2007). *La persuasión el arte de influir en las personas*. Madrid: Pirámide.
- Cantú, L. (2003). *Comunicación Oral y escrita*. México: Continental.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Gennys, W. (2000). *Líderes*. Colombia: Norma S.A.
- García, M., E. (2011). *Lo que Alicia encontró: Aspectos emocionales de la oratoria*. Madrid: Fragua.
- Guarinos, V. (2009). *Manual de Narrativa radiofónica*. España: Síntesis.
- Hesselbein, F. (2008). *El líder del futuro 2: Visiones estratégicas e ideas para los nuevos tiempos*. España: Deusto.
- Jagot, P. C. (2004). *Arte y dominio de la palabra*. Lima-, Perú: Chirre.
- Sánchez, M. (2003). *Manual de locución*. Lima: Ripalme.
- Valdivia, Ch. J. (2010). *Oratoria y Liderazgo*. Lima: Urpi.
- Janner, G. (2010). *Como Hablar en Público*. Bilbao: Deusto.
- Rangel H., M. (2010), *Comunicación Oral*. México: Trillas.

### Producción intelectual del docente:

Tapia, M. (2010). *Oratoria Eficaz*. Puno, Perú: Sagitario.

Tapia, M. (2016). El capital intelectual factor elemental para la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la municipalidad provincial de Puno. *Revista Comuni@cción, Vol. 7, Nro. 1*.

Tapia, M. (2018). Estrategias comunicativas y su relación con la formación de hábitos del programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos de la municipalidad provincial de Puno. *Revista Comuni@cción, Vol. 9 Nro. 2*.

**1) Datos informativos**

a. Curso	: DESARROLLO PERSONAL
b. Código	: HUM106
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas:	: Teóricas: 03, Practicas: 02, Total: 05
e. N° de créditos	: 4
f. N° de horas virtuales	: 02
g. Área curricular	: Estudios Generales
h. Ciclo del plan de estudios	: I
i. Características del curso	: Formación ciudadana, responsabilidad
i. Social	

**2) Sumilla.**

El curso de desarrollo personal, pertenece al área de estudios generales, Es de naturaleza teórico- práctica; tiene como propósito ayudar al desarrollo personal integral del estudiante.

Unidad I: Fundamentos sobre Desarrollo personal, auto concepto y autoestima.

Unidad II: Técnicas de crecimiento mental y emocional.

**3) Perfil de egreso**

RCG6: Capacidad de trabajo en equipo.

**4) Competencia.**

CG6: Aplica habilidades personales para favorecer su desempeño en el ámbito personal y profesional actuando de manera democrática en cualquier contexto o circunstancia con todas las personas sin distinción.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a) Define la dimensión del auto concepto y la autoestima.</p> <p>b) Utiliza y asume las diferentes técnicas de crecimiento personal en su desarrollo personal en forma correcta.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. Definición. Auto concepto. Autoestima. La excelencia personal, el pensamiento libre y autónomo. Introducción a la salud mental. Dominio de una libertad personal. Liderazgo sobre sí mismo.</p> <p>2. Técnicas para el crecimiento: Corpóreo - emocional autocontrol. Auto cognición Análisis transaccional. Psicodramas</p>

**5) Evaluación del aprendizaje.**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
	Reconoce el valor del auto-concepto y de la autoestima	Elabora un proyecto de vida personal organizado y significativo.

Comprende y asume una postura de valor sobre la persona para alcanzar la excelencia y el éxito.	Practica y aplica las técnicas de crecimiento personal	Participa en talleres vivenciales que permiten demostrar dominio en las habilidades desarrolladas..
---	--	---

## 6) Referencias bibliográficas

Arias, L., Portilla, L. M. & Villa, C. L. (2008). El desarrollo personal en el proceso de crecimiento individual. *Scientia Et Technica*, 15 (40), 117–119. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84920454022>

Aspe, V. (2004). *Hacia un desarrollo humano*. México: Limusa.

Ávila, W. (2002). *Compendio de orientación*. Maracaibo, Venezuela: Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín.

Berne, E. (2000). *El análisis transaccional*. México. Oti-networking@unap.edu.pe

Betina, A. & Contini, N. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos, *Fundamentos en Humanidades*, 12 (23), 159-182. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/184/18424417009.pdf>

Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Barcelona: Paidós.

Cano, S. R. & Zea, M. (2012). Manejar las emociones, factor importante en el mejoramiento de la calidad de vida. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 4 (1), 58-67. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5177/5177517751763003.pdf>

Cornejo, M. (1999). *Todos los secretos de la excelencia*. México: Grijalbo.

Cuadros Manrique, J. L. (2019). *Psicología para el desarrollo personal*. Encuentro. Puno.

Dongil, E., & Cano, A. (2014). *Desarrollo Personal y Bienestar*. Madrid-España.

Flores, E., García, M. L., Calsina, W. C. y Yapuchura, A. (2016). Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 7 (2), 5-14. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449849320001.pdf>

García, J. A. (2012). La educación emocional, su importancia en el proceso de aprendizaje, *Educación*, 36 (1), 1-24. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44023984007.pdf>

Hernández, V., Herrera, K. L. & Moreno, M. M. (2019). Entrenamiento socio-psicológico para mejorar la competencia comunicativa interpersonal: estudio de un caso. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 10 (1), 5–20. Recuperado de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682019000100001&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682019000100001&lng=es&nrm=iso)

Jiménez Espinoza, E. (2015). *Desarrollo personal y profesional de maestras de educación primaria: aportes de la orientación*. *Actualidad Investigativas En Educación*, 1. Recuperado de <https://doi.org/dx.doi.org/10.15517/aie.v15i1.17624>

Luque Ruiz, A. (2002). *Las habilidades sociales en la educación peruana (tesis de pregrado)*. Universidad Nacional San Agustín, Arequipa.

- Naranjo, M. L. (2007). Autoestima: un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo. *Revista Electrónica “Actualidades Investigativas en Educación”*, 7 (3), 1-27. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/447/44770311.pdf>
- Ornelas, A. & Ruíz, A. O. (2017). Salud mental y calidad de vida: Su relación en los grupos etarios PSIENCIA. *Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 9 (2), 1-16. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3331/333152922001.pdf>
- Palos, A. (2011). *Desarrollo Personal*. San Luis Potosi - Bolivia.
- Pérez, J. (2015). *Curso de comunicación y desarrollo personal. Sin-paradigmas*. (n.d.).
- Rogers, C. (1992). *El proceso de convertirse en persona*. Barcelona: Paidós.
- Satir, V. (2005). *Nuevas relaciones humanas en el núcleo familiar* (3ª ed.). México: Pax México.
- Solar, S. (2002). *Manual para triunfadores*. Venezuela
- Uribe, R., Escalante, M., Arebalo, M., Cortez, E., Velásquez, W. (2005). *Manual de habilidades sociales en adolescentes escolares*. Lima – Perú.
- Zambrano, J. (1991). *Superación y aprendizaje*. México.

## SEGUNDO CICLO

**1) Datos informativos**

- a) Curso : ESTADÍSTICA
- b) Código : EST107
- c) Prerrequisito : No tiene
- d) N° de horas: : Teóricas: 02, Prácticas: 02, Total: 04
- e) N° de créditos : 3
- f) Horas virtuales/Unidad : 2
- g) Área curricular : Estudios generales
- h) Ciclo del plan de estudios : II
- i) Característica del curso : Capacidad de aplicar conocimientos en la práctica

**2) Sumilla.**

El curso de Estadística corresponde al área curricular de estudios generales, es de naturaleza teórico – práctica. Su propósito es conocer los métodos estadísticos que se usan en el proceso de análisis de la información, solucionando problemas acerca de los parámetros poblacionales, permite una adecuada toma de decisiones en un proceso de investigación y estudio de datos. Se contempla estudios en dos unidades:

Unidad I: definiciones básicas, método estadístico, organización, presentación de datos y de resultados

Unidad II: Medidas de tendencia, posición, dispersión y de estudio de metadatos pertinentes a la comunicación.

**3) Perfil de egreso.**

RCG1: Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.

**4) Competencias**

CG1: Resuelve problemas considerando alternativas y desarrollando estrategias lógico.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Recolecta datos, organiza y presenta en tablas y gráficos para fines de análisis e interpretación en forma adecuada.</p> <p>b. Identifica técnicas de muestreo para la determinación del tamaño de muestra y emplea en la investigación científica en forma correcta.</p> <p>c. Calcula medidas de tendencias mediante el uso de fórmulas estadísticas con precisión.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1) Cuadros de distribución de frecuencias y representación en gráficos y los explica.</p> <p>2) Problemas de tamaño de muestra poblacional y otros.</p> <p>3) Fórmulas estadísticas y formas de interpretación de las bases de datos para un estudio.</p> <p>4) Programas y softwares estadísticos adecuados y orientados a la profesión.</p>

Describe las características de un conjunto de observaciones, datos, metadatos y emplea en un estudio de campo de la comunicación.	Datos, metadatos y minería de datos valida e interpreta con propiedad en el estudio de la comunicación.
--	---

### 5) Evaluación de los logros de aprendizaje.

Logros del curso	Logros de unidad	Evidencias (Acción, objeto, producto)
Al concluir el curso el estudiante elabora cuadros estadísticos y gráficos, resuelve problemas de tamaño de muestra e interpreta datos empleando programas adecuadamente y con responsabilidad	Al terminar la unidad el alumno organiza los datos en cuadros y gráficos, resuelve, análisis e interpreta los problemas de muestreo identificando el tamaño de la muestra adecuadamente.	Informe sobre elaboración de cuadros y gráficos estadísticos.  Resuelve problemas de tamaño de muestra para investigaciones
	Al terminar la unidad el estudiante observaciones, identifica e interpreta datos empleando programas estadísticos adecuados para el campo de la profesión	Presenta trabajos donde halla e interpreta datos y metadatos empleando programas estadísticos.

### 6) Referencias bibliográficas

Avila A. (2003). *Estadística Elemental*, Lima: Ediciones R.

Blalock H. (1989). *Estadística social*. México: Trillas

Delgado, R. (2008). *Probabilidad y estadística para ciencias e ingeniería*. Primera edición. México: Delta.

Domenech, T. (1974). *Métodos estadísticos para la investigación en ciencias sociales*. Herder.

Estadística Descriptiva De Datos.  
<http://www.fisterra.com/mbe/investiga/10descriptiva/10descriptiva.asp>

Guerrero, G. y Vierer, M. (1989). *Estadística para Estudiantes de Economía y otras Ciencias Sociales*. México: Fondo de Cultura.

Hernández, F., Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. En: <http://www.inei.gob.pe/>

Larson, H. (1998). *Estadística aplicada*. Primera Edición. Editorial Gema.

Mendenhall, W., Beaver, R. y Beaver, R. (2013). *Introducción a la probabilidad y estadística*. Décimo tercera edición. México: Cengage Learning.

Moya, C., (2000). *Estadística Descriptiva*. Lima: San Marcos.

Pérez, C. (2012). *Estadística aplicada –IBM SPSS*. España: Garceta grupo editorial.

Salinas, J. (1998). *Análisis Estadístico para la Toma de Decisiones*. Lima. Perú: Universidad del Pacifico.

Sharm. (1990.) *Estadística*. Serie.

Triola, M. (2013). *Estadística*. Décimo primera edición. México, D.F: Pearson.

**1. Datos informativos**

- a. Curso :TALLER DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS
- b. Código : COS108
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas : Teóricas: 02 Practicas: 04 Total: 06
- e. N° de créditos : 4
- f. N° de horas virtuales : 1 hora/unidad:
- g. Área curricular : Estudios generales
- h. Ciclo del plan de estudios: I
- i. Características del curso : Desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El presente curso pertenece al área de estudios generales, es de naturaleza teórico-práctica y promueve la producción de textos académicos, científicos y comunicacionales, considerando sus componentes pragmáticos, semánticos y modales para el uso adecuado de las estructuras del lenguaje en diversas situaciones académico-científicas. El contenido se halla dividido en dos unidades:

Unidad I: Fundamentos teóricos del Texto: características, propiedades, estrategias de producción de textos. Tipología de textos comunicacionales.

Unidad II: Tipología de textos académico científicos y Estrategias según la argumentación y exposición textual.

**3. Perfil de Egresado**

RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.

**4. Competencia**

CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>A. El texto es descrito y explicado, según el enfoque comunicativo textual, destacando sus propiedades, tipología y estrategias.</p> <p>B. Los textos académico-científicos y comunicacionales son descritos y explicados de acuerdo a su importancia en la comunicación científica.</p> <p>C. Las tipologías de textos académico científicos son desarrolladas en la práctica, según su estructura y estrategias metodológicas pertinentes.</p> <p>D. Las tecnologías de información y comunicación son utilizadas en la</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1.Texto, acepciones, características, propiedades y tipología textual. Estrategias de producción de textos. (A)</p> <p>2.Textos académico-científicos y comunicacionales: acepciones, características y tipología. (B)</p> <p>3.Tipología de textos académico científicos: monografía, reseña textual, ensayo científico, artículo científico, informe científico y tesis. Acepciones, características, elementos; y estrategias según la argumentación y exposición textual en cada caso. (C) 4</p> <p>4.Tecnologías de información y comunicación en la producción de textos en contextos académicos. (A, B,C,D,)</p>

producción de textos académicos científicos	
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso, el estudiante está en la capacidad de redactar y producir diversos tipos de textos académicos, científicos y comunicacionales.	Al finalizar la unidad los estudiantes optimizarán Y aplican las normas ortográficas en la elaboración de textos académicos, científicos y comunicacionales	Producción de textos académicos, científicos y comunicacionales.
	Al finalizar la unidad los estudiantes optimizaran su redacción en la producción de diferentes textos académicos, científicos y comunicacionales.	Elabora un ensayo aplicando los componentes semánticos y pragmáticos.

### 6. Referencias Bibliográficas

- Araus, C. (1998). *Redacción práctica*. Bogotá: Planeta colombiana.
- Alegría, J. (1991). *Cómo aprender a escribir creativamente*. Madrid: Libertarias.
- Bernárdez, E. (1987). *Lingüística del Texto*. 1° ed. Madrid: Arco.
- Carneiro, M. (1997). *Manual de Redacción Superior*. Lima: San Marcos.
- Cassany, D. et al (2001). *Enseñar Lengua*. 7° ed. Barcelona: Grao.
- Day, R. A. (1996). *Cómo escribir y publicar trabajos científicos* Washington, D.C.: Organización Panamericana de Salud,
- Frías, M. (1998). *Procesos creativos para la construcción de textos*. Lima: Aula Abierta.
- Fuentes de la Corte, J. L. (1995). *Gramática moderna de la lengua española*. México: Limusa.
- Gonzales, A. (2004). *Manual de redacción*. Lima: Universitaria.
- Lindsay, David. et al (2013). *Guía de redacción científica*. México: Trillas.
- Moreno, F., et al (2011). *Cómo escribir textos académicos según normas internacionales*. Colombia: Universidad Norte.
- Regueiros, M.L. et al (2013). *El español académico*. Madrid: Arco libros.
- Reyes, G. (2012). *Cómo escribir bien en español*. Madrid: Arco libros.
- Van Dijk, T. A. (1980). *La Ciencia del Texto*. Barcelona: Paidós.
- Vivaldi, M. (1999). *Curso de Redacción*. 30° ed. España: Paraninfo.

**1) Datos informativos**

a. Curso:	Cultura y sociedad
b. Código:	ANT109
c. Prerrequisito:	No tiene
d. Número de horas:	Teóricas 3 Prácticas 2 Total: 5
e. Número de créditos:	4
f. N° de horas virtuales/unidad:	1
g. Área curricular:	Estudios generales
h. Ciclo del plan de estudios:	II
i. Características del curso:	Responsabilidad social, y compromiso ciudadano

**2) Sumilla.**

El curso cultura y sociedad pertenece al área curricular de estudios generales; es de naturaleza teórico y práctico y su propósito fundamental es asegurar la formación integral personal y profesional de los estudiantes del área de ciencias de la comunicación social, mediante teorías relacionadas con los conceptos de cultura y sociedad, para lograr una concepción teórica y práctica contextualizada, de las particularidades y la interrelación de ambos conceptos, desarrollando su capacidad comprensiva, interpretativa, de análisis, síntesis y crítica dentro del contexto sociocultural puneño, peruano y latinoamericano.

Unidad I: Nociones fundamentales de antropología, cultura y sociedad, dinámica social, creación colectiva.

Unidad II: Diferencias teóricas entre sociedad y Estado. Diversidad cultural: pluriculturalidad, multiculturalidad e interculturalidad.

**3) Perfil de egreso**

RCG7: Capacidad para asumir retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

**4) Competencia**

CG7: Asume retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si:	El estudiante debe saber:
a) Comprende los conceptos de cultura y sociedad a partir de sus diferencias teóricas y sus interrelaciones.	1. Diferencias teóricas entre los conceptos de cultura, sociedad y su interrelación fáctica.
b) Analiza la sociedad considerando las relaciones e interacciones sociales que establecen los seres humanos.	2. La sociedad como el elemento fundamental donde se establecen las relaciones e interacciones sociales entre los seres humanos.
c) Analiza y comprende la cultura a partir de la dinámica social como creación colectiva.	3. La cultura y sus elementos, como el contenido de la sociedad, producto de la dinámica social y creación colectiva.
d) La sociedad es analizada sobre la base de sus diferencias teóricas y prácticas con el Estado.	4. Diferencias teóricas entre sociedad y Estado.
e) Comprende los conceptos de cultura y sociedad considerando la esencia sociocultural de sociedades históricamente determinadas	5. Sociedad, diversidad cultural, pluriculturalidad, multiculturalidad e interculturalidad en un contexto de globalización

**5) Evaluación del aprendizaje.**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de Unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Los estudiantes comprenden la cultura en la humanización del hombre, utilizando técnicas de estudio, observación y participación en los contextos culturales, asimilando adecuadamente los principios, conceptos y enfoques metodológicos fundamentales de la ciencia antropológica.	Reconoce las nociones fundamentales de la antropología, cultura y sociedad, los productos de la dinámica social y creación colectiva, así como la diversidad cultural y la Identidad cultural.	Recopila información social. Analiza documentos y comentario de los conceptos
	Reconoce conceptos de Estructura social y Cultural, analizando y comprendiendo la sociedad sobre la base de sus diferencias y prácticas con el Estado.	Analiza los problemas sociales. Elabora un ensayo sobre problemas de la cultura y sociedad.

**6) Referencias bibliográficas**

Alvarado, D. (1989). La modificación de estados psíquicos y comportamentales en la medicina tradicional. Perú indígena.

Alvear, C. (2008). Manual de Historia de la cultura. México: LIMUSA

Amodio, E. (1988). Antropología cultural. UNESCO. Santiago de Chile: OREALC

Arguedas, J. M. (1979). Hacia la formación de una cultura nacional indoamericana. Barcelona: Siglo XXI

Arias, A. y Polar, O. (1991). Pueblo Aymara Realidad vigente. Cusco: IPA.

Barrios, S. (2008). Anatomía de la hoja de coca: propiedades medicinales y valor terapéutico. Lima: Juan gutemberg.

Beals, R. y Hoijer H. (1965). Introducción a la antropología. España: Aguilar.

Berger y Luckmann (1968). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorroutu.

Bolton, R. (2013). Susto, coca y los efectos de la altura en la cultura andina: Estudio en la antropología de la salud y en la antropología psicológica. Lima: Horizonte.

Bonino, Í. (1995). Antropología educativa. Huacho, Lima: UNJFSC.

Brunner, J. J. (1988). Notas sobre la cultura popular, cultura industrial y modernidad. En: cultura transnacional y culturas populares. Lima: IPAL

Campos, R. (1989). Causas de consulta del curanderismo urbano. América 198 indígena Vol. XLIX, Nro. 04. México.

Carpio, J. B. y Otros (2013). Rituales en la Festividad de la Exaltación de la Santa cruz en Juli. Altiplano-Puno

Carpio, J. B. y Otros (2011). La otra cara de la educación. UNA-Puno.

Chambi, N. y Otros (1997). Así nomás nos curamos. Puno: Chuyma Aru

Condori D. y otros (2006). Antropología cultural andina. Puno: Escuela de postgrado UANCV.

- Covey, S. (1997). Los siete hábitos de la gente altamente efectiva. México: Paidós.
- Enríquez, P. (2005). Cultura Andina, Puno: Ed. Altiplano.
- Esterman, J. (2010). Interculturalidad. Vivir la diversidad- La Paz: ISEAT.
- Fichter, J. (2008). Sociología. Madrid: Herder.
- Fuller, N. (2002). Interculturalidad y política. Desafíos y posibilidades. Lima: red para el desarrollo de las Ciencias sociales en el Perú.
- García, C. N. (2004). Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa.
- Grillo, E. (1996). La cosmovisión andina de siempre. Mimeografiado, Lima.
- Herman, A. (2005). Mamacoca: un estudio completo de la coca. Lima: Juan gutemberg.
- Herskovits, M. (1984). El hombre y sus obras: la ciencia de la antropología cultural. México. Editorial del Fondo de Cultura Económica.
- Llanque, D. (1989). La cultura aymara. Chucuito, Perú: IDEA,
- Marcos, S. (1990). El reto de las medicinas populares. México.
- Marvin, H. (2009). Antropología cultural. España: Alianza editorial.
- Ortiz, A. (1996). La pareja y el mito. PUCP, Lima.
- Paganini, J. M. (1991). Los sistemas locales de salud. OPS USA.
- Phillip Kottak, C. (2011) Antropología Cultural. Madrid: McGraw Hill.
- Quijano, A. (1988). Modernidad, identidad y utopía en América Latina. Ed. Sociedad y política, Lima.
- Rivera, E. (2009). Comprendiendo la identidad cultural, en: Rivera, E. (editor): “La interculturalidad como principio ético para el desarrollo de nuestros pueblos. Arequipa: Imprenta Angelograf.
- Rosing, I. (1990). Introducción al mundo callawayaya. La Paz Bolivia: los amigos del libro.
- Serena, N. (1980). Antropología cultural. Nueva York México: Wadsworth internacional/iberoamericana
- Van Kessel, J. (1985). Holocausto al progreso. Amsterdam: CEDLA.

**1. Datos informativos**

a. Curso	:TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
b. Código	:COS 110
c. Prerrequisito	: No tiene
d. de horas	: Teóricas; 4. Practicas 2 Total: 6
e. N° de créditos	: 5.00
f. N° de horas virtuales/unidad	: 1
g. Área curricular	: Estudios Generales.
h. Ciclo del plan de estudios	: II
i. Características del componente	: I + D +i.

**2. Sumilla**

Tecnologías de Información y Comunicación es un curso que pertenece al área de Estudios Generales y es de naturaleza teórico-práctica. Su propósito es promover el uso de las tecnologías de información para el procesamiento y la construcción del conocimiento en el contexto académico de su área/especialidad. Su temática comprende:

Unidad I: Conceptos, evolución de las tecnologías de información y comunicación.

Unidad II: Las Tics en la educación: Ofimática; buscadores académicos, redes Sociales;La nube como herramienta de almacenamiento.

**3. Perfil de Egreso**

RCG4: Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y de comunicación.

**4. Competencia**

CG4: Utiliza de manera pertinente e idónea tecnología de información y comunicación para desenvolverse en el contexto académico

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si:	El estudiante debe saber:
a) Conoce La evolución de las TICs en el mundo globalizado.	1. Conceptos y evolución de las tecnologías de información y comunicación.
b) Utiliza las herramientas del sistema operativo adecuadamente.	2. Las TICs en el mundo globalizado.
c) Utiliza correctamente software especializado relativo a su área.	3. Sistema operativo; conceptos SO libres y licenciados herramientas del SO.
d) Utiliza correctamente las herramientas de la ofimática, procesador de textos, hoja de cálculo, presentados de diapositivas.	4. Software especializado en el contexto académico.
e) Realiza búsqueda eficiente de la información en buscadores académicos para la utilización en el contexto académico y de investigación.	5. Ofimática; procesadores de texto, hoja de cálculo, presentador de diapositivas uso específico en el contexto académico de su área/especialidad.
f) Utiliza las redes sociales como herramienta académica.	6. Gestión pertinente, idónea y eficiente de la información para la investigación, buscadores académicos (google scholar, scielo, dialnet, world wide science, Scholarpedia, academia.edu, springer link, etc.)
g) Reconoce y utiliza las plataformas de almacenamiento en la nube.	7. Redes Sociales como herramienta académica.
h) Utiliza archivos en compartidos OneDrive y/o google drive.	

	8. La nube como herramienta de almacenamiento (dropbox, OneDrive, google drive, mega, mediafire, etc.)
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante Resume un tema específico considerando el uso de los buscadores académicos (google scholar, scielo, dialnet, World Wide Science, Scholarpedia, academia.edu, Springer Link, etc.) en un procesador de textos, y expone usando diapositivas.	Al concluir la unidad el estudiante: Utiliza un procesador de textos, con un formato adecuado (márgenes, tipo de fuente, etc.).	Trabajo impreso en un procesador de textos.
	Utiliza un presentador de diapositivas, considerando colores, resumen, fuentes, etc. con información obtenida de los buscadores académicos y socializa su trabajo a través de las redes sociales y la nube.	Exposición de trabajos, obtenidos de los buscadores académicos archivos compartidos en las redes sociales, y almacenamiento en la nube.

### 6. Referencias Bibliográficas.

- Burger, J. (1992). *La biblia del multimedia*. U.S.A. : Addison-Wesley Iberoamericana.
- Carrasco A. Fernadez M. Soto E. , Benitez A. (2014). *Utilización de la nube como recurso didáctico por los jovenes univrsitarios*. Revista Iberoamericana de Produccion Academica y Gestion Educativa.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Arete.
- Cascuberta, D. (2006). *Creación Colectiva, en internet, el creador es el Público*. España: GEDISA.
- Charte Ojeda, F. (2008). *Los mejores trucos para internet*. España: Anaya Multimedia.
- Garay Cruz, L. (2009). *Tecnologías de información y comunicación*. Horizontes interdisciplinarios y temas de investigación. México: UPN
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), (2012). *Las tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Lima: INEI.
- Miller, M. (2011). *Informática y computación – informática básica*. España: Anaya Multimedia.
- Nicolás Ojeda, M. Grandio Pérez, M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona: GEDISA.
- Proenza, (2012). Francisco (editor). *Tecnología y cambio social*. Lima: IEP, IDRC. CRDI,
- Reyes, D.A. (2016). *Tecnologías de Información y Comunicación en las Organizaciones*. México: UNAM FCA Publishing.
- Corona, A. (2014). *Las nuevas redes de Información*. Universitaria.
- Peñarrieta, L. (2018). *Guía Curso TICs*. Puno: UNA.
- Ruiz, E. (2012). *Sistema de Información de las Organizaciones*. Editorial Universitaria.
- <http://www.redalyc.org/pdf/688/68822737001.pdf>

[http://www.scholarpedia.org/article/Main\\_Page](http://www.scholarpedia.org/article/Main_Page)

<http://www.scielo.org.pe/>

<https://dianet.unirioja.es/>

<https://scolar.google.es/>

<https://urjconline.atavis.com/uso-redes-sociales-educacion-2>

<https://wordwidescience.org/>

<https://www.academia.edu/Documents/in/Español>

[https://www.bbc.com/mundo/mundo/noticias/2015/06/150603\\_tecnologia\\_trucos\\_afinar\\_busqueda\\_google\\_ig](https://www.bbc.com/mundo/mundo/noticias/2015/06/150603_tecnologia_trucos_afinar_busqueda_google_ig)

<https://www.ciudadano2cero.com/como-buscar-en-google-bien/>

<https://www.redalyc.org/pdf/4277/427739437016.pdf>

<https://www.repo-ciie.cgfiie.ipn.mx/pdf/468.pdf>

<https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2013/03/aprender-a-buscar-en-google.pdf>

**1. Datos informativos**

- a. Curso : CREATIVIDAD EN COMUNICACIÓN
- b. Código : COS111
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas : Teóricas 03, Practicas 02, Total: 05
- e. N° de créditos : 4
- f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 1
- g. Área curricular : Estudios específicos
- h. Ciclo del plan de estudios : II
- i. Características del curso : Capacidad creativa, crítica y autocrítica

**2. Sumilla**

El curso de creatividad en comunicación corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctico y tiene como propósito desarrollar el potencial creativo a través de prácticas individuales y grupales; de esta manera, el estudiante estimula su creatividad generando ideas y soluciones innovadoras en el área de las Ciencias de la Comunicación Social. El curso está organizado en dos unidades:

Primera unidad: El proceso creativo, etapas y fases; la inteligencia y los tipos de inteligencia y pensamiento.

Segunda unidad: Metodologías, estrategias y técnicas para estimular la creatividad a nivel individual y grupal.

**3. Perfil de Egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Identifica y aplica los procesos cognitivos para la generación de ideas creativas relacionadas a productos comunicativos con originalidad y estética.</p> <p>b. Aplica los pensamientos divergente y críticos para la generación de productos y resultados con originalidad y estética.</p> <p>c. Aplica técnicas de creatividad grupal e individual para la generación de productos comunicativos de forma idónea y estética.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El proceso creativo. La observación y el conocimiento. La creatividad desde el enfoque de la cognición creativa.</li> <li>2. Tipos de pensamiento divergente y convergente para la resolución creativa de problemas y sus características.</li> <li>3. Metodologías, estrategias y técnicas de creatividad para la generación de soluciones individuales y grupales.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso, el estudiante comprende el proceso creativo y aplica técnicas de creatividad individuales y grupales para solucionar diversos problemas demostrando sentido innovador y estético.	Al terminar la unidad el estudiante elabora organizadores visuales del proceso de la creatividad, aplicando los tipos de pensamientos y demostrando claridad en las ideas.	Organizadores visuales.
	Al terminar la unidad el estudiante elabora productos creativos (de manera escrita, oral, a través de dibujos o empleando material reciclado).	Presenta productos creativos.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Armstrong, T. (2012). Inteligencias múltiples en el aula: Guía práctica para educadores. España: Paidós.
- Bardaji, J. y Gómez, S. (2004.) La gestión de la creatividad en televisión. España: Universidad de Navarra.
- Carrión, J. (2009). Culturas Innovadoras 2.0. España: LID
- Castelló-Martínez, A. y Pino-Romero, C. (2019). De la publicidad a la comunicación persuasiva integrada: estrategia y empatía. España: ESIC.
- Gardner, H. (2016). Las cinco mentes del futuro. España: Paidós.
- Hernández, C. (2010). Manual de Creatividad Publicitaria. España: Síntesis.
- Navarro, C. (2010). Creatividad Publicitaria Eficaz. Cómo Aprovechar las Ideas Creativas en el Mundo Empresarial. España: Editorial ESIC.
- Universidad Autónoma de Barcelona (2013). Procesos y técnicas creativas publicitarias. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Wong, M. (2008). Psicología de la creatividad: el pensamiento creativo y el pensamiento convergente. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE
- b. Código : BIO112
- c. Prerrequisito : Ninguno
- d. N°de horas : Teóricas 2, Prácticas:2, Total: 4
- e. N° de créditos : 3 Créditos
- f. N° de horas virtuales/unidad : 1 Horas
- g. Área curricular : Estudios Generales
- h. Ciclo del plan de estudios : II
- i. Características del curso : Formación Ciudadana.

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios generales, siendo de naturaleza teórico-práctico. El propósito es proporcionar al estudiante los criterios de la comprensión del valor del medio ambiente para su conservación y uso, aplicando conocimientos básicos de las ciencias ambientales que permitan formar habilidades que contribuyan al desarrollo sostenible. El contenido se organiza en dos unidades didácticas. Los contenidos a desarrollar son:

Primera unidad: Ecología y medio ambiente

Segunda unidad: Desarrollo sostenible.

**3. Perfil de Egreso**

RCG2: Compromiso con la preservación del medio ambiente.

**4. Competencia**

CG2: Se compromete a la promoción del desarrollo sostenible, a través de las acciones que contribuyan a la gestión ambiental.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Aplica los conocimientos en ecología y ciencia ambiental en la conservación de los recursos naturales, con responsabilidad social y ética.	El estudiante debe saber 1. Ecología: definición, historia, importancia. 2. Niveles de organización de la naturaleza. 3. Los factores ambientales: abióticos y bióticos. 4. Ecosistema: Energía, cadena y red trófica y Ciclos biogeoquímicos. 5. Recursos naturales 6. Contaminación: aire, agua, suelo y otros 7. Cambio Climático
b. Promueve la mejora de la calidad de vida de las poblaciones humanas a través de Los lineamientos del desarrollo sostenible, los cuales son orientados con responsabilidad social y compromiso ciudadano.	8.Los conflictos ambientales bases de las políticas ambientales y el enfoque de Desarrollo Humano Sostenible. 9.Desarrollo sostenible: definición, objetivos y enfoques. 10.Las Experiencias regionales y nacionales de Desarrollo Humanos Sostenible.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al término del curso el estudiante aplica conocimientos para la conservación del medio ambiente en el contexto del desarrollo sostenible.	Al término de la unidad, el estudiante comprende el funcionamiento de los ecosistemas para el cuidado del ambiente.	Monografía.
	Al término de la unidad el estudiante identifica estrategias para el logro del desarrollo sostenible	Informe de Campo.

**6. Referencias Bibliográficas**

Arana, F. 2004. Ecología para principiantes. México: Trillas.

Díaz C., R. y Escárcega C., S. (2009). Desarrollo sustentable: Oportunidad para la vida. México D. F.: Mc Graw Hill,

Goyzueta, G., Alfaro, R. y Aparicio, M. (2009). Totorales del Lago Titicaca: importancia, conservación y gestión ambiental. UNA Puno

Miller, G. Tyler, Jr. 2007. Ciencia Ambiental, Desarrollo sostenible un enfoque integral. Octava Edición. México D.F., México: Thomson

Miller, G. Tyler y Scott, E. Spoolman (2010). Principios de Ecología. 5a. Edición. México D.F., México: Cengage Learning

Rodríguez M., J. 2013. Ecología. 3ra Edición. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Producción intelectual del docente.

Ramos, M. A. Moreno, E. y Nothcote, T. (2006). Worsening water quality. Conditions at inner Puno Bay, Lake Titicaca, Perú and their effects on Lenna spp. Biomass. Freshwater Forum 26 (2006), 46,57.

Mortandad de peces en el lago Titicaca dado efecto de remoción ecosistémica generado por condiciones meteorológicas. George Argota Pérez, Edmundo Moreno Terrazas, René Alfaro tapia, Gilmar Goyzueta Camacho, Edwin Boza Condorena, Sabino Atencio Limachi, Martin Choque Yucra. Foro Iberoam. Rec. Mar. Acui. VII (2015): 211-221.

Determinación interactiva de metales totales en las aguas de la bahía Interior del Lago Titicaca-Puno Perú. Edmundo Moreno Terrazas, George Argota Pérez, René Alfaro T., Martha Aparicio Saavedra, Sabino Atencio L. y Gilmar Goyzueta C. Revista de Investigaciones Altoandinas. 2017; Vol 19 N° 2: 125-134.

Cuantificación de metales en sedimentos superficiales de la bahía interior, Lago Titicaca – Perú. Edmundo Moreno Terrazas, George Argota Pérez, René Alfaro T. Martha Aparicio S., Sabino Atencio y Gilmar Goyzueta C. Revista de Investigaciones Altoandinas. 2018; Vol 19 (1): 09-18.

## TERCER CICLO

**1) Datos informativos**

- a. Curso : SEGURIDAD Y DEFENSA NACIONAL
- b. Código : HUM113
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas: : Teóricas: 02 Prácticas: 02 Total: 04
- e. N° de créditos : 03
- f. N° de horas virtuales/unidad : 02
- g. Área curricular : Estudios Generales
- h. Ciclo del plan de estudios : III
- i. Características del curso : Formación ciudadana

**2) Sumilla.**

El curso Seguridad y Defensa Nacional pertenece al área de estudios generales, es de naturaleza teórico-práctica; tiene como propósito desarrollar en los estudiante promover conocimientos teóricos, aspectos doctrinarios y legales, así como los diferentes temas que permitan el aprendizaje efectivo de la Seguridad y Defensa Nacional, incorporándose como actores y comprometidos a sumar esfuerzos para lograr en el país el Desarrollo Nacional priorizando los intereses nacionales , dentro de un ambiente de seguridad, teniendo en cuenta que la Defensa Nacional es un deber que involucra a todos los peruanos.

**3) Perfil de egreso**

RCG7: Capacidad para asumir retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

**4) Competencia**

CG7: Asume retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Define la conformación de la nación y estado analizando en función a la geopolítica nacional y normatividad.</p> <p>b. Analiza la defensa nacional en base a la constitución y los tratados.</p> <p>c. Reflexiona y analiza los conflictos internos y externos emitiendo opinión crítica reflexiva.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nación y estado.</li> <li>2. Geopolítica nacional.</li> <li>3. Defensa interna y externa.</li> <li>4. Defensa civil.</li> <li>5. Conflictos internos y externos.</li> <li>6. Seguridad ciudadana.</li> </ol>

**5) Evaluación del aprendizaje**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
	Analiza, y redacta informes sobre las bases	Informe crítico de nación, estado y conflictos.

Comprende y asume una postura de valor sobre el estado peruano y la importancia de la seguridad y defensa nacional	teóricas del estado peruano.	
	Elabora escritos de investigación sobre ciudadanía y patrimonio.	Elabora monografías sobre seguridad y defensa nacional.

## 6) Referencias bibliográficas

- Ávila, J. (2008). Introducción al Derecho. Lima, Perú: Fondo Editorial.
- Bernales, E. (1993). Constitución Política del Estado. Lima, Perú: ROA.
- Caro, H. (2001). Marco Jurídico de la libertad de prensa en el Perú. Perú: IPYS,
- Castells, M. (1998). La Sociedad Red. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, J. (2000). Geopolítica y Seguridad. Bases para una política de defensa y seguridad hemisférica. Lima.
- Ferrero, R. (2001). Ciencia política. Teoría del Estado y derecho constitucional. Lima, Perú: Justo Valenzuela.
- Flores, P. (1984). Diccionario de términos jurídicos. Lima: Editores Importadores.
- Plan Perú 2021 (s/f). Plan Estratégico de Desarrollo Nacional. Lima: CEPLAN.
- Ley del Sistema Nacional de Seguridad Ciudadana (Ley N° 27833).
- Ministerio de Defensa (2005). Libro blanco de la defensa nacional. Lima, Perú: Ministerio de defensa.
- Pérez, J. M. (2003). Comunicación en la sociedad de la información. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, J. L. (2004). El Aprendizaje Virtual, Enseñar y Aprender en la Era Digital. Rosario: Homo Sapiens.
- Russell, W. (2002). El Futuro de la Audiencia Masiva. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Schank, R. (2007). Aprendizaje Virtual. España: McGraw-Hill,
- SEDENA (2015). Libro Doctrina de seguridad y defensa nacional. Lima, Perú: Sedena.  
<https://www.Defensa de recursos del estado.net/peru>.
- Galán. R. (2018). Seguridad y soberanía marina guerra del Perú.  
 Disponible en: <http://Avww.Guarda Costas fauna y silvestre>.
- Dirección Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (2017). Guía ce Manejo de recursos del estado en soberanía.  
<http://Avww.apeo vme.org.pe/ima/biblioteca/cielo tesis 2019>.

**1) Datos informativos**

- a) Curso :DESARROLLO DE CAPACIDADES DE EMPRENDIMIENTO
- b) Código :COS114
- c) Prerrequisito :No tiene
- d) Número de horas :Teóricas: 03 Practicas: 02 Total: 05
- e) Número de créditos :4
- f) N° de horas virtuales/unidad :1
- g) Área curricular :Estudios generales
- h) Ciclo del plan de estudios :III
- i) Características del curso :Responsabilidad social, compromiso ciudadano

**2) Sumilla.**

El curso corresponde al área de estudios generales, es de naturaleza teórico – práctico, tiene como propósito identificar y desenvolver en el estudiante el potencial emprendedor entorno a la comunicación. Teniendo como base el planeamiento, organización y realización de acciones innovadoras y creativas; y alienta a adoptar una concepción emprendedora personal y profesional a través de la elaboración de un plan de negocio comunicacional. Su estudio comprende dos unidades:

Unidad I: Desarrollo del perfil de un emprendimiento

Unidad II: Innovación y gestión empresarial

**3) Perfil de egreso**

RCG5: Capacidad creativa, crítica y autocrítica

**4) Competencia**

CG5: Aplica el aprendizaje auto regulado y estratégico que le permita procesar conocimientos.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce y aplica las capacidades de desarrollo personal, profesional y social con esmero y responsabilidad</p> <p>b. Elabora plan de negocio en el ámbito comunicacional con innovación y respeto a las normas vigentes.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. Emprendimiento como capacidades de desarrollo personal, profesional y social, metodología Canvas.</p> <p>2. Nociones de innovación empresarial, plan de negocio y formalización de negocio en el ámbito comunicacional.</p>

**5) Evaluación del aprendizaje.**

Logro del curso	Logro de Unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante, conoce y elabora	Al terminar la unidad el estudiante elabora las potencialidades de idea	Presenta Lienzo CANVAS

plan de negocio en el ámbito comunicacional aplicando las metodologías y habilidades de emprendimiento con innovación y respeto a las normas vigentes.	de emprendimiento aplicando la metodología CANVAS.	
	Al terminar la segunda unidad el estudiante presenta propuesta de plan de negocio en el ámbito comunicacional.	Presenta propuestas de plan de negocio comunicacional

## 6. Referencias bibliográficas

- Aquije, M. (2012). Tú eres un emprendedor. Lima: San Marcos.
- Borelo, A. (2000). El plan de negocio: De herramientas de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo. Bogotá: McGraw-Hill/Interamericana.
- Covey, S. (1997). Los siete hábitos de la gente altamente efectiva, México: Paidós.
- Choquehuayta, S. (2017). Actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno: 2016, Puno: UNAP.
- De Bono, E. (2008). Aprende a pensar por ti mismo Teach Yourself to Think, España: Paidós Ibérica.
- De Bono, E. (2008). Creatividad 62 ejercicios para desarrollar la mente How To Have Creative Ideas: 62 Exercises to Develop the Mind. España: Paidós Ibérica.
- Flores, A. (2014). Influencia de las capacidades emprendedoras de los productores de quinua orgánica y su sustentabilidad - caso Cabana. Puno: UNAP.
- Fundación Universidades Castilla y León (2012). Manual del emprendedor universitario, España: Universidades Castilla y León.
- Gonzales, J. (2001). Redes de información en Gamarra. Lima: Universitaria.
- Goleman, D., Kaufman, P., Ray, M. (2009). El espíritu creativo la revolución de la creatividad y como aplicarla a todas las actividades humanas. Barcelona: Vergara.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT) (1999), Guía ISUN. Lima: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo (2016) Genere su idea de negocio. Ginebra: OIT.
- Palacio, L. (2012). Estrategias de creación empresarial. Bogotá, Colombia: Ecoe.
- Pérez, J. (1999). Manual de estrategia y gestión de empresas. Madrid: Díaz de Santos.
- Ministerio de Educación (2009) Guía de ideas y plan de negocios, Lima, Perú: Rapimagen.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2004). Emprende empresa. Así comenzaron los empresarios de éxito. Lima, Perú: MTPE
- Morales, D. (2018). Factores socioeconómicos que influyen en el micro emprendimiento juvenil región Puno – 2014. Puno: UNAP.
- Silva, J. (2009). Emprendimiento. Emprendedor. Colombia: Alfa Omega.
- Sabbagh, A; Ast, F. (2011). De la creatividad a la innovación. Un modelo para avanzar desde ideas originales hasta proyectos rentables publicado en INCAE business review.
- Weiberger, K. (2009). Plan de negocios. Herramienta para evaluar un negocio. Lima, Perú: Ministerio de la Producción.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : REGION Y NACION EN EL PERU MODERNO
- b. Código :COS 115
- c. Prerrequisito :Ninguno
- d. N° de horas :Teóricas: 2, Prácticas: 2, Total: 4
- e. N° de créditos :3.00
- f. N° de horas virtuales/unidad: 1
- g. Área curricular :Estudios generales
- h. Ciclo del plan de estudios :III
- i. Características del curso :Investigación, formación ciudadana y responsabilidad social

**2. Sumilla**

El curso pertenece al área de estudios generales, es de carácter teórico-práctico, tiene el propósito de identificar y debatir los tópicos fundamentales del proceso histórico del Perú Moderno, enfatizando la problemática de la Nación y de la Región. El curso está dividido en dos unidades de aprendizaje:

Unidad I: Problemas y desafíos contemporáneos del Perú,

Unidad II: Problemas de la región de Puno.

**3. Perfil de Egreso**

RCG2: Capacidad para asumir retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano y respeto por la diversidad cultural y el medio ambiente.

**4. Competencia**

CG2: Asume retos con responsabilidad social, compromiso ciudadano, y respeto por la diversidad cultural y el medio ambiente.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Realiza trabajos de análisis sobre las categorías explicativas de la modernidad peruana con rigor académico, creatividad y búsqueda complementaria de información</p> <p>b. Expone sobre el proceso histórico con seguridad personal, fluidez expresiva y rigor académico.</p> <p>c. Realiza trabajos teórico-prácticos sobre el centralismo y el colonialismo interno con responsabilidad, sensibilidad social, rigor académico y búsqueda de información.</p> <p>d. Elabora ensayos sobre los fenómenos regionales con responsabilidad, compromiso social y rigor académico</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es la modernidad? La modernidad peruana en contexto latinoamericano. Proceso histórico del Perú contemporáneo. Los proyectos político nacionales.</li> <li>2. La herencia colonial, la colonialidad del poder y el fundamento invisible en el proceso histórico peruano. Orden tutelar y tradición autoritaria. Sociedad de cómplices. Corrupción sistémica.</li> <li>3. Las migraciones y el desborde popular. Conflicto interno. Estado Neoliberal. Pueblos originarios y extracción de recursos naturales.</li> <li>4. ¿Qué es la Nación? El Estado Nación. Situación actual. El Perú como nación bloqueada. Incursiones ciudadanas democratizadoras.</li> </ol>

	5. El centralismo y el colonialismo interno. Problemas regionales, contrabando, narcotráfico, contaminación, minería informal. Minería, agricultura, ganadería, comercio, la selva puneña.
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Identificar con rigor conceptual los problemas contemporáneos del Perú Moderno y su vinculación con la temática regional, mostrando sensibilidad social, responsabilidad y sentido crítico-analítico.	Unidad 1. Identifica y analiza los problemas y desafíos contemporáneos del Perú Moderno.	-Trabajo práctico sobre problemas de ciudadanía, desarrollo y democracia. -Exposición sobre el proceso histórico peruano.
	Unidad 2. Analiza los problemas regionales vinculados con el proceso histórico de la región y el país.	-Trabajo práctico sobre colonialismo interno y centralismo. -Trabajo sobre problemas regionales de Puno.

### 6. Referencias bibliográficas

- Agüero, J. C. (2016). Los rendidos. Sobre el don de perdonar. Lima: IEP.
- Arias, A. y otros (2013). Puno en los albores del S.XXI. Un enfoque intercultural. Puno: UNA.
- Ayala, J. L. (2005), Wancho Lima. Lima: San Marcos.
- Branca, D. (2017). Identidad aymara en el Perú. Nación, vivencia y narración. Lima: Horizonte.
- Castro, A. (2008). El desafío de las diferencias. Reflexiones sobre el Estado moderno en el Perú. Lima: UARM.
- Catacora, O. (2017). Wiñaypacha (película en video). Puno: Ministerio de Cultura y Prod. Aymara.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación (2003). Informe final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación. Lima: CVR.
- Contreras, C. y Cueto, M. (2013). Historia del Perú Contemporáneo. Lima: RDCSP.
- Cotler, J. (2009). Poder y cambio en las regiones. Cuadernos PNUP. Lima: IEP.
- Chatterjee, P. (2007). La nación en tiempo heterogéneo. Lima: PUCP-CISEPA.
- Manrique N. (2015). El tiempo del miedo. La violencia política en el Perú 1980-1996. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Neira, H. (2015). Civilizaciones comparadas. Lima: Cauces editores.
- Portocarrero, G. (2015). La urgencia de decir nosotros. Lima: PUCP
- Portocarrero, G. (2013). Sombras Coloniales y Globalización en el Perú de Hoy, Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Renique, J. L. (2016). La Batalla por Puno. Conflicto agrario y nación en los andes peruanos (2da edición) Lima: UNAJ.

Supo, Hugo (2017). Amor a los chicharrones. Radio, periodismo y política en Puno. Puno: UNA.

Torres, E. (2007). Buscando un Rey: El Autoritarismo en la Historia del Perú Siglos XVI-XXI. Lima: PUCP

Vera, E. (2017). Agencia indígena para la descolonización. En Pluralidades N° 5-6. Puno

VERA E. (2014). ¿Cómo ser nosotros si no incluimos al otro? Más allá del aymarazo y juliacazo. Pp. 167-177. En: Perspectivas sobre el nacionalismo en el Perú. Gonzalo Portocarrero (editor). RDCSP, PUCP, UP y IEP: Lima.

**1. Datos Informativos.**

a. Curso	: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN
b. Código	: COS201
c. Prerrequisito	: Introducción a las Ciencias de la Comunicación
d. N° de horas	: Teóricas: 04; Prácticas: 02; Total: 06
e. N° de créditos	: 05
f. N° Hrs. virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: III
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito conocer las diferentes teorías comunicacionales, que describen y explican la comunicación humana. Desde cómo se originaron las teorías de las ciencias de la comunicación, y como han ido evolucionando hasta la actualidad. El curso está organizado en dos unidades:

Primera unidad: El estudio científico de la comunicación y las teorías de los efectos conductuales y cognitivos.

Segunda unidad: Comunicación y cultura en el nuevo escenario de las teorías de la comunicación.

**3. Perfil de egreso**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4. Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Explica el origen del estudio científico de la comunicación, comprendiendo las teorías de los efectos conductuales y cognitivos.</p> <p>b. Comprende las teorías sobre la relación entre cultura y comunicación identificando la globalización en la sociedad de la información.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El estudio científico de la comunicación, el origen de las teorías, el objeto y método de estudio.</li> <li>2. Las fuentes que dan origen a las teorías de la comunicación. Teorías de los efectos a corto plazo o modelos conductistas y efectos a largo plazo o cognitivos y teorías de autores.</li> <li>3. Comunicación y cultural, los estudios culturales, teoría de la cultura de masas.</li> <li>4. La globalización y la sociedad de la información, Las teorías actuales sobre la comunicación y su relación con lo virtual y digital.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante conoce las teorías de los efectos conductuales y cognitivos, cultura y comunicación, como también teorías actuales en la globalización y la sociedad de la información vinculando las teorías en investigaciones sobre comunicación mediática.	Al concluir la primera unidad el estudiante:  Reconoce el alcance y ámbito del estudio científico de la comunicación y las teorías de los efectos conductuales y cognitivos	Monografía sobre la aplicación de teorías de la comunicación en una investigación sobre los efectos de las teorías: hipodérmica, persuasivas y funcionales en una investigación.
	Al concluir la segunda unidad el estudiante:  Distingue la comunicación y cultura en el nuevo escenario de las teorías de la comunicación.	Un ensayo sobre los estudios culturales y su relación entre comunicación y cultura.  Monografía sobre teorías de la cultura virtual, digital y ecosistema comunicativo aplicadas a proyectos de una de las áreas de la comunicación.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Abril, G. (1997). Teoría general de la información, Madrid: Cátedra.
- Aladro, E. (1999). Teoría de la información y de la comunicación, Madrid: Fragua.
- Beneyto, J. (2002). La ventana global, Madrid: Taurus.
- Castells, M. (1998). La sociedad Red, Madrid: Alianza Editorial.
- De Fleur, M. y Ball-Rokeace, S. (1982). Teorías de la comunicación de masas, Buenos Aires: Paidós.
- Fernández, C. Galguera, L. (2009) Teorías de la comunicación, México: McGraw Hill.
- Igartua, J. Humanes, M. (2004) Teoría e investigación en comunicación, Madrid: Síntesis.
- Lopez, F. (1997) La ciencia de la comunicación, México: Trillas.
- López, A. (1999) Psicología de la comunicación, Bogotá: Alfaomega.
- Lozano, F. (1996) Teoría e investigación en la comunicación de masas, México: Alambra.
- McLuhan, M. (1986) La galaxia Gutenberg, México: Planeta.
- MacQuail, D. (1982) Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Buenos Aires: Paidós.
- Moragas, M. (1982) Sociología de la comunicación de masas, Barcelona: Gustavo Gili.
- Serrano, M. (2007) Teoría de la comunicación. la comunicación, la vida y la sociedad, Madrid, McGrawHill,
- West, R. Turner (2005) Teoría de la comunicación. Análisis y aplicaciones., Madrid, McGrawHill,
- Wolf, M. (1988). La investigación de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós.

**1. Datos informativos**

a. Curso	: REDACCIÓN PERIODÍSTICA
b. Código	: COS 202
c. Prerrequisito	: No tiene
d. Número de horas	: Teóricas: 3    Prácticas: 2    Total: 5
e. Número de créditos	: 4.00
f. Nro de Horas virtuales/ unidad	: 1 hora
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo de plan de estudios	: III
i. Características del curso	:Responsabilidad social y compromiso ciudadano

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico - práctico, tiene como propósito promover el dominio de la redacción adecuada de textos periodísticos informativos, interpretativos y de opinión para los diferentes medios de comunicación.

El contenido se desarrolla en dos unidades:

I Unidad: Fundamentos teóricos de la redacción periodística. La noticia y la entrevista.

II Unidad: Genero interpretativo: El reportaje. Géneros periodísticos de comentario y opinión: Comentario, artículo, columna, editorial.

**3. Perfil de Egreso**

RCE2: Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.

**4. Competencia**

CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente sí:</p> <p>a. Aplica el estilo y género periodístico informativo en la redacción de noticias para los distintos medios de comunicación.</p> <p>b. Aplica el estilo y género periodístico interpretativo: y de opinión en la producción periodística para los distintos medios de comunicación.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. Estilo periodístico informativo para prensa escrita, radio, televisión e internet. Noticia y entrevista. Fuentes de información.</p> <p>2. Estilo y género periodístico interpretativo: El reportaje: elementos, tipos, características.</p> <p>3. Estilo y género periodístico de comentario y opinión: Comentario, artículo, columna, editorial.</p>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de la unidad	Evidencias Acción/ objeto/ producto
Al concluir el curso el estudiante, redacta textos periodísticos informativos, interpretativos y de opinión para prensa, radio, televisión e internet.	Al terminar la primera unidad el estudiante demuestra conocimiento del estilo periodístico en la redacción del género informativo.	Redacción de noticias para prensa escrita, radio, televisión e internet.  Realización y redacción de una entrevista para prensa escrita, radio, televisión e internet.
	Al terminar la segunda unidad el estudiante demuestra conocimiento de los géneros periodístico interpretativo y de opinión y los aplica en la redacción de textos periodísticos.	Un texto periodístico interpretativo.  Un texto periodístico de opinión.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bejarano, C. (2013). Redacción periodística. Perú: Fondo Editorial UAP.
- Blanco, A. (2005). El periodismo de Ortega y Gasset. España: B. Nueva
- Clauso, R. (2005). Como se construyen las noticias, secretos de las técnicas periodísticas. Argentina: Crujía S.A.
- Edo, C. (2009). Periodismo informativo e interpretativo, el impacto de internet en la noticia. México: Trillas.
- Hildebrant, C. (2008). Cambio de palabras. Perú: Tierra Nueva.
- López, A. (2009). Géneros periodísticos complementarios. México: Alfa Omega
- Martínez, J. L. (2012). Curso general de redacción periodística. España: Paraninfo.
- Mayoral, J. (2013). Redacción periodística, medios géneros y formatos. España: UJP

**1. Datos Informativos**

- a. Curso : PRODUCCIÓN EN AUDIO  
 b. Código : COS 301  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. N° de horas : Teóricas: 2; Prácticas: 4; Total: 6  
 e. N° de créditos : 4.00  
 f. N° Hrs. virtuales/unidad : 01  
 g. Área curricular : Estudios de Especialidad  
 h. Ciclo del plan de estudios : III  
 i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad. Es de carácter teórico-práctico. Tiene como propósito conocer el lenguaje sonoro para la producción de contenidos comunicacionales y elaborar guiones para la producción sonora y registro de audio. El contenido comprende dos unidades:

Primera unidad: narrativa sonora.

Segunda unidad: guionización y registro de audio.

**3. Perfil de egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

<b>Criterios de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce los elementos del lenguaje sonoro en la producción de formatos comunicacionales relacionados a la realidad regional.</p> <p>b. Investiga y elabora guiones de audio para los diferentes formatos comunicacionales.</p> <p>c. Realiza registros de audio.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos del lenguaje sonoro.</li> <li>2. Teoría de la producción en audio.</li> <li>3. Elaboración de guiones en producción en audio.</li> <li>4. Registro de audios.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante, conoce los procesos de producción de audio para distintos productos comunicacionales.	Al concluir la unidad, el estudiante identifica los elementos del lenguaje sonoro.	Reporte creativo de lenguaje sonoro.
	Al concluir la unidad, el estudiante elabora guiones y produce registros de audio con contenido comunicacional.	Guiones para producción radiofónica.  Archivos digitales de audio con registros sonoros.

## 6. Referencias bibliográficas

- AMARC, (1993). La locución en radio, Quito: AMARC.
- Ariza, J. (2003). Las imágenes del sonido. España: Universidad de Castilla – La Mancha, Cuenca.
- Aler, (2000). Manuales de capacitación. El lenguaje radiofónico. Quito: ALER.
- Balsebre, A. (1996). El lenguaje radiofónico. Madrid: Signo e Imagen.
- Barea, P. y Montalvillo, R. (1992). Redacción y guiones. Bilbao: SEUPV.
- Brady, J. (1995). El oficio del guionista. Barcelona: Gedisa.
- Caro, B. (2008). La tecnología del sonido cinematográfico: Evolución histórica. Andalucía.
- Chion, M. (1998). La audiovisión. Introducción al análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.
- Cuenca I. y Gómez E. (2011). Manual técnico de sonido. México: Paraninfo. S.A.
- Escalante, M. (2008). Comunicación radiofónica y el disco: análisis de la recepción y adquisición de la música popular en Uruguay. EBTRÉ.
- Escalante, M. (2008). Comunicación radiofónica. Quito. CIESPAL.
- Guarinos, V. (2000). Producción y programas de radio. El guion y la realización. Quito: CIESPAL.
- Kaplun, M. (2000). Producción y programas de radio. El guion y la realización. CIESPAL: Quito Siglo XXI.
- López, J., (1997). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito: Silva.
- Rodero, E. (2005). Producción radiofónica, Madrid: Cátedra.
- Ortiz, M. (1995). Diseño de programas en radio: guiones, género y fórmulas. Barcelona: Paidós.
- Reátegui, P. (2003). Manual de Creación sonora. Uso y aplicación del sonido en los medios audiovisuales. Lima: Fondo editorial de la Universidad de Lima.
- Rodero, A. (2001). Manual práctico para la realización de entrevistas y reportajes en la radio. España: Salamanca.
- Rodriguez, A. (1998). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona: Paidós.
- Storr, A. (2002). La música y la mente. Barcelona: Paidós.
- Vergara, V. (2007). Crear, editar y compartir música digital. Madrid: Multimedia.

## CUARTO CICLO

**1. Datos informativos**

- a. Curso: : FUNDAMENTOS DE MARKETING  
 b. Código: : ADM203  
 c. Prerrequisito: : No tiene  
 d. Nº de horas: : Teóricas: 2, Practicas:2, Total: 4  
 e. Nº de créditos: : 03 créditos  
 f. N° de horas virtuales/unidad : 1  
 g. Área curricular: : Estudios de especialidad  
 h. Ciclo del plan de estudios: : IV  
 i. Características del curso: : Formación ciudadana y responsabilidad social

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico – práctico, tiene como propósito de comprender y analizar enfoques y teorías en que se fundamenta el marketing, así como las tendencias mercadológicas. El curso tiene dos unidades:

Primera unidad: evolución y proceso de marketing

Segunda unidad: tendencias de marketing

**3. Perfil de Egreso**

RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad desde la perspectiva comunicacional, para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional.

**4. Competencia**

CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce enfoques y teorías de marketing considerando su filosofía y las normas de calidad.            b. Analiza el comportamiento del consumidor y segmentación de mercados con criterio holístico y responsabilidad social.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>a. Origen y evolución del concepto de marketing            b. Comunicación 360 grados y marketing            c. Marketing mix (de 4Ps a 7Ps)            d. Los mercados y comportamiento del consumidor            e. Teoría de segmentación y tipología de clientes            f. Brand Equity (valor de la marca)            g. Marketing holístico: integral, interno, relacional y social.</p>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al terminar el curso el estudiante comprende de forma crítica enfoques, teorías y tendencias de marketing demostrando creatividad.	El estudiante distingue los enfoques y teorías de marketing elaborando trabajos académicos.	Resúmenes de enfoques y teorías de marketing.
	El estudiante identifica el comportamiento del consumidor y segmentación de mercados con criterio holístico.	Monografía sobre el comportamiento del consumidor y/o segmentación de mercado objetivo.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Aaker, D. (1998). *Marcas- Brand Equity*. Rio de Janeiro: Campus.
- Águeda, E.T. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: ESICA,
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (1999). *Principios de marketing*. Rio de Janeiro: Prentice-Hall:
- Kotler, Philip y Keller, K. (2000). *Dirección de Marketing*. México: Prentice-Hall.
- García, Ma. D. ((2004). *Marketing multinivel*. Madrid: Esic.
- García, Ma. D. (2011). *Manual de marketing*. España: Esic. Deusto.
- Lambin, J. (1995). *Marketing Estratégico*. Chile: McGraw-Hill.
- Levitt, T. (2004). *Marketing Myopia*, Harvard Business Review, Top-Line Growth.
- Munuera, J. (2012). *Estrategia de marketing - Un enfoque basado en el proceso de dirección*. España: Esic.
- Pride, W. M. et al. (1997). *Marketing: Conceptos y Estrategias*. Santa Fe de Bogotá: McGraw-Hill.
- Regis M. (1994). *Marketing de relaciones - Como crear y mantener un vínculo permanente y sus clientes*. España.
- Rodríguez, I (2008). *Marketing. Comunicación y comercio electrónico en la sociedad de la información*. Madrid: Pirámide.
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Prentice\_ Hall.

**1. Datos informativos**

a. Curso	: COMUNICACIÓN VISUAL Y FOTOGRAFÍA
b. Código	: COS204
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas	: Teóricas: 04 Practicas: 02 Total: 06
e. N° de créditos	: 05
f. N° de Hrs. Virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo de estudios	: IV
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación.

**2. Sumilla.**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico - práctico; tiene el propósito de conocer la sintaxis visual y su aplicación en la composición visual. Comprende dos unidades:

Primera unidad: Teoría de la imagen y sintaxis visual.

Segunda unidad: Composición y narrativa visual.

**3. Perfil de egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: <ol style="list-style-type: none"> <li>Identifica la morfología, sintaxis y semántica visual.</li> <li>Interpreta la teoría y la psicología del color.</li> <li>Aplica técnicas y leyes de encuadre y composición.</li> </ol>	El estudiante debe saber: <ol style="list-style-type: none"> <li>Morfología y sintaxis de la imagen (Gestalt).</li> <li>Teoría del color.</li> <li>Composición visual.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante elabora un collage creativo aplicando las técnicas de la sintaxis de la imagen, teoría del color y la composición visual.	Al concluir la unidad, el estudiante producirá un informe de análisis visual aplicando principios teóricos y sintaxis.	Carpeta de trabajo
	Al concluir la unidad, el estudiante producirá montajes visuales.	Carpeta de trabajo

**6. Referencias bibliográficas**

Lujan, R. (2003). Fotografía. Lima: Jaime Bausate y Mesa.

- Muschia, V. (1995). Manual de Fotografía. Kodak. Barcelona
- Lente Visual (2000). Fotografía básica. Perú.:Océano.
- Faucher, F. (1988). Manual de Fotografía Popular. Lima: Tarea.
- Linder G. (1995). Fotografía para todos. México, Everest.
- Diaz, E. (1995). Iluminación: Fotografía, Cine y Video, México: Alhambra Mexicana.
- Holloway, A. (1981). Manual del equipo y técnicas fotográficas. Madrid: Blume.
- Pradera, A. (2002). El libro de la fotografía, España: Trillas.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
- b. Código : COS 205
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas : Teóricas 02, Prácticas 02; Total de Hrs.04
- e. N° de créditos : 03
- f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 01
- g. Área curricular : Estudios específicos
- h. Ciclo del plan de estudios : IV
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2. Sumilla**

El curso “Metodología de la investigación científica” corresponde al área curricular de estudios específicos, y es de naturaleza teórica y práctica. Tiene el propósito de conocer la epistemología de la ciencia y los métodos y técnicas de investigación científica. El curso está organizado en dos unidades:

Unidad I: Epistemología de la ciencia.

Unidad II: Métodos y técnicas de investigación científica.

**3. Perfil de Egreso**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4. Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Conoce la epistemología de la ciencia. b. Conoce los métodos y técnicas de investigación científica.	El estudiante debe saber: 1. Epistemología de la ciencia, el origen de la ciencia, la teoría del conocimiento, características del conocimiento. Tipos de conocimiento. 2. Los paradigmas de investigación científica. 3. El método, definición y características. Tipos de métodos. El método científico. 4. La investigación científica: tipos y niveles. El proceso de investigación científica. Formato APA.

**5. Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias Acción/objeto/producto</b>
Al finalizar el curso el estudiante conoce la epistemología de la ciencia y los métodos y técnicas de investigación científica.	Al concluir la primera unidad el estudiante: Distingue los diferentes tipos de conocimientos y los paradigmas de investigación.	Ensayo/informe sobre el proceso y paradigma de la investigación formativa.

	Al concluir la segunda unidad el estudiante:  Conoce el proceso, métodos y técnicas de la investigación científica.	Cuadro comparativo sobre las características de los distintos métodos y tipos de investigación.
--	---	---

## 6. Referencias Bibliográficas

- Ángeles, C. (2011), La monografía: investigación y elementos. Perú: A.F.A. Ed.
- Aquino, M. (2007). Proyectos y metodologías de investigación. Argentina: Maipue.
- Baena G. (2012). Metodología de la investigación científica, México: Limusa.
- Banks, M. (2010). Los datos visuales en investigación cualitativa. España: Morta.
- Bunge, M. (2009) ¿Qué es filosofar científicamente? Y otros ensayos. Perú: Fondo editorial U.I.G de la V.
- Ferreya, A. (2011). Metodología de la Investigación científica. Argentina: Encuentro.
- Gómez, M. (2009). Introducción a la metodología de la investigación científica (2da. Ed.). Argentina: Brujas.
- Hernández S., Fernández C. y Baptista P. (2010). Metodología de la Investigación (5ta. Ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kerlinger, F. y Lee, H.B. (2001). Investigación del comportamiento: Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Lerma, H. (2012). Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto (4ta. Ed.). Colombia: Ecoe.
- Portillo, M. y Claros, E. (2003). Metodología de la Investigación Científica. Lima, Perú: Juan Gutenberg editores.
- <http://es.slideshare.net/wbulege/qu-es-la-investigacin-cientfica>
- Murillo, W. La Investigación Científica. UNIR. Universidad Virtual. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml>
- Ramírez, A. Metodología de la Investigación Científica. Pontificia Universidad Javeriana. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/Albertoramirezmetodologiadelainvestigacioncientifica.pdf>

## 1. Datos informativos

a. CURSO	:COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL
b. Código	:ADM 206
c. Prerrequisito	:No tiene
d. N° de horas	:Teóricas: 02, Prácticas: 02, Total: 04
e. N° de créditos	:3
f. N° de horas virtuales/unidad	1
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	:IV
i. Características del curso	:Investigación, desarrollo e innovación y formación ciudadana

## 2. Sumilla

El curso de Comportamiento Organizacional corresponde al área curricular de estudios de especialidad; tiene como objetivo que los estudiantes sean competentes en entender el comportamiento de las personas, grupos y de la organización, y de la forma en que estos se comunican para conseguir sus objetivos en un entorno determinado. Los comunicadores sociales deben comprender la naturaleza humana de las organizaciones y cómo éstas interactúan entre sus miembros y con su entorno.

El contenido del curso comprende:

Primera unidad: introducción al comportamiento organizacional y el individuo. Segunda unidad: El grupo y el sistema social.

## 3. Perfil de egreso

RCE4: Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.

## 4. Competencia

CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer relaciones de confianza y de interés mutuo.

Crterios de desempeo	Conocimientos esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce los fundamentos teóricos de la naturaleza y dinámica del comportamiento humano en las organizaciones.</p> <p>b. Explica los elementos de la dinámica organizacional relacionándolos con la comunicación de manera crítica y reflexiva.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1. Los fundamentos teóricos del comportamiento humano en las organizaciones. Las actitudes: satisfacción laboral y compromiso organizacional. El clima organizacional. La motivación laboral.</p> <p>2. Dinámica organizacional: La comunicación organizacional y La cultura organizacional. Resolución de problemas y toma de decisiones. Conflicto y negociación. El liderazgo.</p>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso, el estudiante reconoce la importancia del comportamiento organizacional en la formación profesional del comunicador social.	Al finalizar la unidad el estudiante comprende y explica las nociones del comportamiento organizacional e individual.	Exposición de las nociones del comportamiento organizacional e individual.
	Al finalizar la unidad el estudiante comprende el comportamiento grupal y organizacional.	Monografía respecto al comportamiento grupal y organizacional.

## 6. Referencias bibliográficas

- Costumero, I. (2007). Relaciones en el entorno de trabajo. Madrid: Thomson/Paraninfo.
- Chiavenato, I. (2017). Comportamiento organizacional. México: McGraw Hill.
- Fernández, C.; Ibáñez, R.; Romero, P. (2016). Sociología de la empresa y las organizaciones. Madrid: Alfaomega.
- Furnham, A. (2001). Psicología organizacional. El comportamiento del individuo en las organizaciones. México. Oxford University Press.
- Hellriegel, D.; Slocum, J. (2009). Comportamiento organizacional. México. Cengage Learning.
- Hellriegel, D.; Jackson, S.; Slocum, J. (2010). Administración. Un enfoque basado en competencias. México. Cengage Learning.
- Ivancevich, J.; Konopaske, R.; Matteson, M. (2006). Comportamiento organizacional. México: McGraw Hill.
- Mababu, R. (2014). Comportamiento humano en el trabajo. Madrid: Centro de estudios Financieros.
- Melé, D.; González, C. (2015). Fundamentos antropológicos de la dirección de empresas. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Nayer, V. (2016). Primero los empleados los clientes después. Lima: Lupa/Punto; Coma.
- Nelson, D.; Quick, J. (2013). Comportamiento organizacional. México: Cengage Learning.
- Newstrom, J. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw Hill.
- Pintado, E. (2014). Comportamiento organizacional: Gerenciación y liderazgo conductivo del talento humano. Lima: Dennis Morzán.
- Robbins, S.; Judge, T. (2013). Comportamiento organizacional. México: Pearson.
- Ricky, G.; Van Fleet, D. (2016). Habilidades directivas. Evaluación y desarrollo. México: Cengage Learning.
- Zepeda, F. (2017). Psicología organizacional. México: Pearson.

**1. Datos informativos**

a. Curso	: TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA
b. Código	: COS 302
c. Prerrequisito	: Redacción Periodística.
d. Nº de horas	: Teóricas: 02, Practicas: 04, Total: 06
Nº de créditos	: 04
e. N° de horas virtuales/unidad	: 01
f. Área curricular	: Estudios de Especialidad.
g. Ciclo del plan de estudios	: IV
h. Características del curso	:Responsabilidad social y compromiso ciudadano

**2. Sumilla**

El curso Taller de Redacción Periodística corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico - práctico. Tiene como propósito que los estudiantes sean competentes en la producción de material periodístico. El contenido del curso se ha dividido en tres unidades.

Unidad I: Géneros periodísticos informativos para radio, tv, prensa escrita, internet

Unidad II: Géneros periodísticos interpretativos para radio, tv, prensa escrita, internet

Unidad III: Géneros periodísticos de opinión para radio, tv, prensa escrita, internet

**3. Perfil de Egreso**

RCE2: Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.

**4. Competencia**

CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente sí:</p> <p>a.- Selecciona, investiga y redacta textos periodísticos informativos para medios de comunicación.</p> <p>b.- Selecciona, investiga y redacta textos periodísticos interpretativos para medios de comunicación.</p> <p>c.- Produce textos periodísticos de comentario y opinión, para medios de comunicación.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Género periodística informativo. La producción de la noticia. Valores de noticiabilidad, estructura y técnicas de redacción de la noticia para los diferentes medios de comunicación.</li> <li>2. El género periodístico interpretativo. Su estructura: Hecho noticioso, antecedentes, análisis de los datos y su valoración. Técnicas de redacción de la crónica periodística, el reportaje interpretativo y el testimonio periodístico.</li> <li>3. El género periodístico de opinión. Juicios de valor sobre la problemática social, económica, política y cultural de la sociedad. Técnicas de redacción de editoriales, columnas y artículos para los medios de comunicación.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al terminar el curso, el estudiante redacta diversos textos periodísticos de género informativo, interpretativo y de opinión, para los distintos medios de comunicación.	Al terminar la unidad I, el estudiante redacta noticias periodísticas para los distintos medios de comunicación.	10 noticias.
	Al terminar la unidad II, el estudiante redacta textos periodísticos interpretativos: crónicas, reportajes interpretativos y testimonios periodísticos.	Una Crónica, un reportaje interpretativo y un testimonio periodístico.
	Al terminar la unidad III el estudiante redacta adecuadamente textos de comentario y opinión: editoriales, artículos y reseñas.	Un Editorial, una columna. un comentario y reseña periodística.  Difusión de una Revista impresa y/o digital.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Curtis, J. (2006). Manual de Periodismo de Investigación. Estados Unidos: Embajada.
- Grijelmo, A. (2008). El Estilo del Periodista. México: D.F. Santillana.
- Martin, G. (1998). Géneros Periodísticos. Paraninfo.
- Mayoral, J. (2008). Redacción Periodística en Televisión. Madrid: Síntesis.
- Núñez, L. (1995). Introducción al Periodismo Escrito. Barcelona: Ariel Comunicación.
- O'brien, P. (2006). Todo se sabe. Manual de Periodismo de Investigación. Lima, Perú: PUCP.
- Orbegozo, M. (2000). Periodismo. Texto de Teoría y Práctica. Lima: UNMSM.
- Peña, F. (2009). Teoría del Periodismo. México: Alfa omega.
- Quiroz, E.; Vera, R. y Gonzales, C. (2006). Manual de Redacción. Lima: UC
- Rivadeneira, R. (2002). Periodismo. La teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación. México: Trillas.
- Rojas, M. (2003). Redactar Titulares. México: Trillas.

## 1. Datos informativos

a. Curso	: TALLER DE PRODUCCIÓN DE AUDIO
b. Código	: COS 303
c. Prerrequisito	: Producción de audio
d. N° de horas	: Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total: 06
e. N° de créditos	: 04
f. N° de Hrs.virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: IV
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación.

## 2. Sumilla

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico - práctico; tiene como propósito producir contenidos sonoros para formatos radiofónicos, audiovisuales y multimedia. Comprende dos unidades:

Primera unidad: Producción radiofónica

Segunda unidad: Producción de contenidos sonoros audiovisuales y multimedia

## 3. Perfil de Egreso

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

## 4. Competencia

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Produce contenidos sonoros en formatos radiofónicos, aplicando la guionización.</p> <p>b. Aplica criterios de sonorización para la producción audiovisual y multimedia.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Géneros y formatos radiofónicos.</li> <li>Sonorización en la producción audiovisual y multimedia.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante produce contenidos sonoros en formatos radiofónicos;	Al concluir la unidad, el estudiante producirá adaptaciones literarias radiofónicas, spots y series radiofónicas.	Audios de adaptaciones literarias radiofónicas, spots y series radiofónicas.

y aplica la sonorización para la producción audiovisual y multimedia.	Al concluir la unidad, el estudiante producirá un podcast multimedia y una grabación sonora Foley y/o soundtrack.	Audios de podcast multimedia y una grabación sonora Foley o soundtrack.
---	---	---

## 6. Referencias Bibliográficas

- Ariza, J. (2003). Las imágenes del sonido. España: Universidad de Castilla – La Mancha, Cuenca.
- Barea, P. y Montalvillo, R. (1992). Redacción y guiones. Bilbao: SEUPV.
- Caro, B. (2008). La tecnología del sonido cinematográfico: Evolución histórica. Andalucía.
- Castells, M. (1998). Sociedad red. Madrid. Alianza.
- Chion, M. (1998). La audiovisión. Introducción al análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.
- Cuenca I. y Gómez E. (2011). Manual técnico de sonido. México: Paraninfo.
- Escalante, M. (2008). Comunicación radiofónica. Quito. CIESPAL.
- López, J., (1997). Manual urgente para radialistas apasionados. Quito. Silva.
- Matta, C. (2000). Lo que dicen las radios. ALER Quito.
- Negroponte, N. (1998). Ser digital. Atlántida, Buenos Aires.
- Rodero, E. (2005). Producción radiofónica, Madrid. Cátedra.
- Reátegui, P. (2003). Manual de Creación sonora. Uso y aplicación del sonido en los medios audiovisuales. Lima: Fondo editorial de la Universidad de Lima.
- Rodero, A. (2001). Manual práctico para la realización de entrevistas y reportajes en la radio. España: Salamanca.
- Rodriguez, A. (1998). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona: Paidós.
- Storr, A. (2002). La música y la mente. Barcelona: Paidós.
- Vergara, V. (2007). Crear, editar y compartir música digital. Madrid: Multimedia.

## QUINTO CICLO

**1) Datos informativos**

- a. Curso : INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- b. Código :ADM207
- c. Prerrequisito : Ninguno
- d. N° de horas : Teóricas: 02, Practicas: 02, Total: 04
- e. N° de créditos :03 créditos
- f. N° horas virtuales/unid :02
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : V
- i. Características del curso : Responsabilidad social, investigación.

**2) Sumilla**

El curso de investigación de mercado corresponde al área curricular de estudios de especialidad relacionada con marketing y comunicación publicitaria, es de naturaleza es teórico - práctica. Su propósito es investigar los diversos mercados a través de investigaciones cualitativas y cuantitativas. El curso comprende dos unidades:

I Unidad: investigación cuantitativa y cualitativa

II Unidad: técnicas e instrumentos de investigación

**3) Perfil de egresado**

RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad desde la perspectiva comunicacional, para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional

**4) Competencia**

CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente, si:</p> <p>a. Diferencia y aplica creativamente los diversos tipos de investigación de mercados con enfoques cuantitativas y cualitativas</p> <p>b. Analiza críticamente los segmentos, la población y decide el muestreo.</p> <p>c. Propone un diseño de investigación de mercado para identificar preferencia de productos o servicios.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación de mercados y tipos</li> <li>2. Diseño de investigación de mercados</li> <li>3. Métodos de recolección de datos.</li> <li>4. Diseño muestral</li> <li>5. Diseño de instrumentos.</li> <li>6. Determinación de segmento de mercado y/o</li> </ol>

identificación de producto para el mercado.

**5) Evaluación del aprendizaje**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias
Al terminar el curso el estudiante reconocerá las fuentes de datos sobre productos y servicios aplicando de las técnicas e instrumentos cualitativos o cuantitativos para la investigación de mercados.	Al culminar la unidad, el estudiante recopila y analiza información cualitativa y/o cuantitativa.	Rúbrica de informe de análisis de información cualitativa y/o cuantitativa.
	Aplica instrumento de estudios de mercado y reconoce los segmentos del mercado.	Resultados de la investigación de mercado.

**6) Bibliografía y/o web grafía.**

Aragón, I. y otros (2011). *Innovación en la investigación de mercados*, Colombia. Ed. Alfa y Omega.

Arellano, R. (2000). *Marketing Enfoque América Latina*. México: Mc Graw Hill.

Chan, L. (2012). *Marketing en social media para fotógrafos*. Madrid España: Anaya.

Guerra-García (2011). *La investigación de mercados en el Perú. Un proceso por consolidar*. <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2011/11/08/la-investigacion-de-mercados-en-el-peru-un-proceso-por-consolidar/>

Grande, I. (2006). *conducta real del consumidor y marketing efectivo* España: Ed. ESIC.

Hair, J. (2009). *Investigación de mercados*. México: Mc Graw Hill,

Han, Byung-Chul (2018). *En el enjambre*. España: Herder, 8va impresión.

La Rosa, A. (2013). *Construcción de la agenda mediática*. Lima: Fondo USMP

Perla, J. (2018). *Ética de la comunicación en internet móvil*. Lima Fondo Editorial Universidad de Lima,

Pipoli, G. (2003). *Apuntes de mercadotecnia aplicado a la realidad peruana* <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/58/APUNT10%20Casos%20de%20mercadotecnia%20aplicados%20a%20la%20realidad%20peruana.pdf?sequence=1>

Plazas, F. (2011). *Investigación de Mercado, enfoque gerencial*, - Colombia: De la U.

Prieto H., J. (2015). *Investigación de mercados*, Ed. Macro, Lima.

Stanton, W. y otros (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Mc Graw Hill.

Valderrey S., P. (2011). *Investigación comercial, métodos y aplicaciones*. Madrid: Starwood.

Vera, R. (2016). *Prospectiva al 2030 sobre las dimensiones de desarrollo sostenible en Puno*. Alemania: Publicia.

**1) Datos informativos**

a. Curso	: OPINIÓN PÚBLICA
b. Código	: COS 208
c. Prerrequisito	: Ninguno
d. N° de horas	: Teóricas: 3, Prácticas: 2, Total: 5
e. N° de créditos	: 3.00
f. N° de Hrs.virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo de Plan de Estudios	:V
i. Características del curso	:Responsabilidad Social y Compromiso ciudadano.

**2) Sumilla**

El curso de Opinión Pública corresponde al área curricular de estudios específicos; es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito diseñar planes de incidencia en la opinión pública, aplicando mediciones de la opinión pública sobre temas controversiales. El curso está organizado en dos unidades:

Primera unidad: Incidencia de la opinión pública.

Segunda unidad: Medición de la opinión pública.

**3) Perfil de Egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4) Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterios de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Desarrolla temas sobre el proceso de la incidencia en la opinión pública.</li> <li>Diseña sondeos de medición de la opinión pública bajo estándares metodológicos.</li> <li>Trata temas de opinión pública controversiales de interés público y de relevancia social y actualidad periodística.</li> </ol>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Bases psicosociales de la opinión</li> <li>Génesis de la opinión pública</li> <li>Proceso de formación de la opinión pública</li> <li>Elementos y funciones de la opinión pública</li> <li>Configuración de las corrientes de opinión</li> <li>Medición de la opinión pública</li> <li>Intermediación de los medios de comunicación y los líderes de opinión</li> <li>Esfera pública y ciudadanía.</li> <li>Proceso de incidencia en la opinión pública.</li> <li>Rol de las Políticas de Comunicación.</li> <li>Diseño de Políticas de Comunicación.</li> </ol>

5) **Evaluación** del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Diseña planes de incidencia en la opinión pública, aplicando mediciones de la opinión pública sobre temas controversiales.	Al finalizar la unidad el estudiante: Elabora, ejecuta y analiza sondeos de opinión pública, empleando los instrumentos metodológicos pertinentes.	-Cuestionario de sondeo de opinión pública. -Informe de aplicación de sondeo. -Análisis e interpretación de sondeo de opinión.
	Al finalizar la unidad el estudiante: Elabora planes de incidencia en la opinión pública sobre temas y problemas referidos a democracia, desarrollo y ciudadanía.	-Plan de incidencia en la opinión pública. -Materiales para la incidencia. -Política de Comunicación.

6) **Referencias bibliográficas**

Alfaro, R., (2006). De lo estatal a lo público. Medios ¿de quién y para qué?, Lima: Calandria.

Ballón E. (2007). Prácticas y métodos para el diálogo público y la incidencia política en América Latina. Lima: Rimisp y Fidamerica.

Alonso, F. (2012). Las políticas de comunicación. Madrid: El Cid Editor.

Cáceres E. (2013). Incidencia política para la Gobernabilidad Democrática Local. InWent, Lima. Disponible en: <http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0363/manual-incidencia-politica.pdf>

Clares J. (2013). Políticas culturales y de comunicación: la intervención pública en cine, televisión y prensa. Madrid: Ed UOC.

Díaz J. (2006). Guía de Incidencia política. Curso de Formación Política para Líderes. Lima: Red Perú, IDP, Ideas y Calandria.

Fowks, J. (2017). Mecanismos de la posverdad. Lima: FCE.

García, V. y D'Adamo. (2012). Propaganda y opinión pública. Lima: JNE.

Hentschel, H. (2002). Encuestas y opinión pública. Aspectos metodológicos. Un manual para políticos y periodistas. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer y Edivern.

Participa Perú, (2019). Manual de Incidencia Política. En: <http://www.bvsde.paho.org/cursomcc/e/pdf/lectura3.pdf>

Salazar D. (2018). No hemos entendido nada. Qué ocurre cuando dejamos el futuro de la prensa a merced de un algoritmo. Lima: Debate.

Sel S. (2010). Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. Buenos Aires: Clacso.

Torres A. (2010) Opinión pública 1921-2021 Un viaje en el tiempo para descubrir cómo somos y qué queremos los peruanos. Lima: Aguilar.

Vera E. (2010) Centralismo opinativo de las encuestadoras y colonialidad interna del saber, Comunicación, I, 22, Puno: EPCCS.

**1) Datos informativos:**

a. Curso	: TEORÍAS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
b. Código	: COS 209
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas: Teóricas	:Teóricas 02 prácticas: 02Total: 04
e. N° de créditos	: 3
f. N° de horas virtuales/unidad	:2
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: V Ciclo
i. Características del curso	:Investigación, desarrollo e innovación

**2) Sumilla:**

El curso se ubica dentro del área de Estudios de especialidad, es de carácter teórico-práctico. Su propósito es desarrollar el rol fundamental de las relaciones públicas en las organizaciones, comunicando quiénes son y qué hacen; a la vez que sirven para crear nuevos vínculos con su entorno y fortalecer los ya existentes. Los contenidos del curso están incluidos en dos unidades:

Primera Unidad: la naturaleza de las relaciones públicas.

Segunda Unidad: el proceso de las relaciones públicas.

**3) Perfil de Egreso:**

RCE4: Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.

**4) Competencia:**

CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer relaciones de confianza y de interés mutuo.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Describe y explica la naturaleza esencial de las relaciones públicas.</li> <li>Relaciona adecuadamente los conceptos de identidad, imagen y reputación corporativas.</li> <li>Comprende y explica las fases del proceso de las relaciones públicas.</li> </ol>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Definición, antecedentes, historia y elementos de las relaciones públicas.</li> <li>Identidad, imagen y reputación corporativas.</li> <li>El proceso de las relaciones públicas.</li> </ol>

**5) Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al finalizar el curso, el estudiante comprende y explica el rol de las	Al finalizar la unidad el estudiante asimila los fundamentos teóricos de las Relaciones Públicas.	Exposición de los aspectos más relevantes de la teoría de las relaciones públicas.

relaciones públicas en las organizaciones.	Al finalizar la unidad el estudiante comprende cada una de las fases del proceso de las relaciones públicas.	Ensayo sobre el proceso de las relaciones públicas en una institución u organización.
--	--	---

## 6) Referencias Bibliográficas

Amado, A. (2016). La prensa de la prensa. Periodismo y relaciones públicas. Buenos Aires: Biblos.

Aparecida, M.; Franca, F. (2012). Gestión de relaciones públicas para el éxito de las organizaciones. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Botero, L. (2014). Teoría de los públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación. Medellín: Universidad de Medellín.

Cervera, Á. (2012). Comunicación total. Madrid: ESIC.

Matilla, K. (2008). Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas. Barcelona: UOC.

Matilla, K. (2009). Conceptos fundamentales en la planificación estratégica de las relaciones públicas. Barcelona: UOC.

Palencia, M. (2011). 90 técnicas de comunicación y relaciones públicas. Madrid: Profit.

Preciado, Á. (2013). Usos y prácticas de la comunicación estratégica en las organizaciones. Bogotá: ECOE.

Pucheta, M. Coord. (2010). Información y comunicación de la RSC. La Coruña: Netbiblo.

Rojas, O. (2012). Relaciones públicas. La eficacia de la influencia. Madrid: ESIC.

Sánchez, J.; Pintado, T. Coords (2013). Imagen corporativa. Influencia. Madrid: ESIC.

Tapia, A. (2015) Fundamentos de las relaciones públicas. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J. (2011). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Pirámide.

Villafañe, J. (2012). La buena empresa. Propuesta para una teoría de la reputación corporativa. Madrid: Pearson.

Xifra, J. (2007). Técnicas de las relaciones públicas. Barcelona: UOC.

Xifra, J., Lalueza, F. (2009). Casos de relaciones públicas y comunicación corporativa. Madrid: Pearson/Prentice Hall.

**1. Datos informativos**

a. Curso	:TALLER DE PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA
b. Código	: COS 304
c. Prerrequisito	: Comunicación visual y fotografía
d. N° de horas	: Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total: 06
e. N° de créditos	: 04
f. N° de horas virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: V
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico - práctico; tiene el propósito de ejecutar proyectos fotográficos aplicando técnicas fotográficas. Comprende dos unidades: Técnicas y proyecto fotográfico. Producción y post producción fotográfica.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Aplica las técnicas fotográficas</li> <li>Elabora y ejecuta el proyecto fotográfico</li> <li>Registra y revela fotografías</li> </ol>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Técnicas de registro fotográfico</li> <li>Producción y post producción fotográfica</li> <li>Revelado digital y muestra fotográfica</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al concluir el curso, el estudiante presentará sus proyectos fotográficos a través de una muestra fotográfica.	Al concluir la unidad, el estudiante ejecutará: Técnicas de registro fotográfico. Presentará un proyecto fotográfico.	Fotografías logradas en salidas de campo. Proyecto fotográfico.
	Al concluir la unidad, el estudiante ejecutará: Revelado de registro fotográfico.	Muestra fotográfica.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Alejandro, P. (2002). El libro de la fotografía. Madrid. Edit.
- Costa, J. (2006). La Fotografía: Entre Sumisión y Subversión. México, D.F. Trillas.
- Coviella C. (2006). Fotografía Digital y Photoshop. México, D.F. Alfaomega Grupo Editor.
- Kodak, (1995) Manual de fotografía. Edit. Barcelona. España.
- Langford, M. (2000). Fotografía Básica. Barcelona. Omega.
- Lente visual, (2000). Fotografía básica (revista). Perú. Edit. Océano.
- Machiavello O. (1999). Manual de Fotografía. Lima – Perú. Cicosul.
- Sorsky J. (1999). Importancia de la fotografía en el Periodismo. Lima - Perú, Universo.
- Strandberg C. H. (1990). Manual de fotografía aérea. Traducido al inglés americano por David Serrat Congost. Barcelona. España., OMEGA.
- Strizinec, G. (2005). Fotografía Digital. Madrid, Alfaomega Ra-Ma.
- Frاند, G. (2011). La fotografía como documento social. Ed. Gustavo G. España.
- Martinez, L. (2011). Fotografía digital – Manual imprescindible de la comunicación visual. España. Ed. Grupo Anaya.
- Martos R. (2011). Fotografía digital. Ed. Grupo Anaya. España.
- Mendez S. (2000). Fotografía digital. Pequeños secretos de un profesional. Madrid. Ed. Dossat.
- Navarro R. (2011). Fotografía 3D. España. Edit. Grupo Anaya.
- Orwig, C. Fotografía creativa – la poesía de la imagen. España. Ed. Grupo Anaya.
- Pacheco A. (2010). Curso de fotografía y cine. Perú. Edit. UNI.
- Strizinec, G. (2006). Fotografía digital. México. Ed. Alfa.
- Eguizabal, R. (2006). Fotografía publicitaria. España. Ed. Catedra.

**1. Datos informativos**

- a) Curso : **PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**
- b) Código : COS 305
- c) Prerrequisito : Ninguno
- d) N° de horas : Teóricas 02; Prácticas 04; Total 06
- e) N° de créditos : 04
- f) N° Hrs. virtuales/unidad : 02
- g) Área curricular : Estudios de Especialidad
- h) Ciclo del plan de estudios : V
- i) Característica del curso : Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso de Producción Audiovisual corresponde al área de estudios de especialidad. Es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito conocer el lenguaje y la narrativa audiovisual para la producción de contenidos comunicacionales. Está organizada en dos unidades de trabajo:

Primera unidad: Principios del lenguaje y narrativa audiovisual.

Segunda unidad: Fundamentos y técnicas de guionización y etapas de producción de contenido audiovisual.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimientos y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Identifica y adapta contenidos sociales al lenguaje audiovisual.</p> <p>b. Aplica principios del lenguaje y narrativa audiovisual.</p> <p>c. Produce contenido audiovisual.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación y diagnóstico de temas sociales.</li> <li>2. Lenguaje y narrativa audiovisual.</li> <li>3. Fundamentos y técnicas de guionización.</li> <li><b>4.</b> Etapas de producción de contenido audiovisual.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (acción/ objeto/producto)</b>
<p>Al concluir el curso el estudiante:</p> <p>Reconoce los principios de la narrativa y las etapas de producción audiovisual para</p>	<p>Al concluir la unidad, el estudiante:</p> <p>Adapta su investigación de temas sociales al lenguaje audiovisual.</p>	<p>Reporte de investigación.</p> <p>Pitch audiovisual</p>

los distintos productos comunicacionales.	Conoce los principios del lenguaje y narrativa audiovisual.	
	Al concluir la unidad, el estudiante: Guioniza y registra contenido audiovisual.	Guión audiovisual Registro de tomas y escenas

## 6. Referencias Bibliográficas

- Barroso, J. (2008). *Realización audiovisual*. Madrid. Edit. Síntesis. S.A.
- Barroso, J. (2009). *Realización de documentales y reportajes*. Madrid. Edit. Síntesis.
- Canet, F. (2009). *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid. Edit. Síntesis.
- Hunt, R. (2011). *El Lenguaje cinematográfico*. España. Edit. Parramón. S.A.
- Lancaster, K. (2012). *Cine DSLR. Calidad cinematográfica con tu cámara de fotos*. España. Edit. Anaya. S.A.
- Molano, M. (2009). *Elementos Estéticos del Cine. Manual de Dirección Cinematográfica*. Madrid: Edit. Fragua.
- Morales, F. (2001). *Teoría y práctica de la edición de video*. Lima: Edit. San Marcos.
- Nichols, B. (1997). *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*. Buenos Aires: Paidós.
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. Argentina. Ediciones La Crujia S.A.
- Palomiato, A. (2011). *Cine y comunicación*. México: Edit. Trillas S.A.
- Perez, H. (2010). *El guión audiovisual, su estructura en género de ficción y no ficción*. México: Edit. Trillas S.A.
- Rabiger, M. (2009). *Dirección cinematográfica. Técnica y estética*. Barcelona. Omega.
- Rabiger, M. (2005). *Dirección de documentales*. Madrid. RTVE.
- Reátegui P. (2003). *Manual de creación sonora*. Lima: Edit. Universidad de Lima.
- Sebasti, M. (2011). *Documentación audiovisual. Nuevas tendencias*. Madrid. Edit. Síntesis.
- Sejer, L. (2004). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. España: Edit. Rialp.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Colombia: Edit. Norma.

**1. Datos Informativos**

- a.- Curso : PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN  
 b.- Código : COS306  
 c.- Prerrequisito : No tiene  
 d.- N° de horas : Teóricas: 03, Practicas: 02, Total: 05  
 e.- N° de créditos : 04  
 f.- N° horas virtuales/unidad : 01  
 g.- Área curricular : Estudios de Especialidad  
 h.- Ciclo del plan de estudios : V  
 i.- Características del Curso : Responsabilidad Social.

**2. Sumilla**

El curso, corresponde al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico - práctico, tiene como propósito de involucrar al estudiante en el uso de estrategias y técnicas del Periodismo de Investigación y en conocer la importancia del uso adecuado de las fuentes de información. El contenido consta de dos unidades:

I Unidad: Estrategias y técnicas de investigación periodística.

II Unidad: Administración de fuentes de información y ética periodística.

**3. Perfil de Egreso**

RCE2: Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.

**4. Competencia/Elementos de competencia**

CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Aplica estrategias de periodismo de investigación con criterio y responsabilidad. b. Recurre a técnicas de investigación periodística adecuadas. c. Administra coherentemente las Fuentes de Información Periodística. d. Se apoya en la ética del periodismo de investigación para realizar coherentemente su trabajo.	El estudiante debe saber: 1. Estrategias de periodismo de investigación. 2. Técnicas de periodismo de investigación: La entrevista, La observación, Estudio de caso, Planeación. 3. La Fuente periodística: Tipos de fuentes: documentales, orales, digitales. Oficiales, otras. 4. La Ética del periodismo de investigación.

## 5. Evaluación del Aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias
Al concluir el curso el estudiante investiga un hecho social utilizando diversas estrategias y tácticas de recolección de datos y valora las fuentes de información demostrando responsabilidad y compromiso ético.	Al concluir la primera unidad el estudiante presenta un proyecto de investigación y un plan de recolección de datos.	Proyecto de investigación periodística. Dosier de clasificación de datos.
	Al concluir la segunda unidad el estudiante producirá un reportaje con los elementos de la investigación periodística.	Redacta y edita un reportaje como resultado de la investigación.

## 6. Referencia Bibliográfica

- Avalos, A. (2014). Reportaje al Periodismo. Perú: Fondo UIGV.
- Gaines, W. (1996). Periodismo Investigativo para prensa y televisión. Colombia: TM.
- Benítez O. (2007). Periodismo Ética y Paz. Colombia: Universidad del Valle.
- Martínez, G. (2004). Periodismo de Investigación. Argentina: Ciencia y Cultura.
- Quesada, M. (1987). La investigación periodística. Barcelona: Ariel.
- Reyes, G. (2012). Periodismo de Investigación. México: Trillas S.A.
- Reynaga, J. (2005). Periodismo Interpretativo: El Reportaje. México: Trillas S.A.
- Rodríguez, P. (1994). Periodismo de investigación, técnicas y estrategias. Barcelona: Paidós.
- Torres, A. (2010). Opinión pública 1921-2021. Un viaje en el tiempo para descubrir cómo somos y qué queremos los peruanos. Lima: Aguilar.
- Tuesta, F. (1997). No sabe/ No opina: encuestas políticas y medios. Perú: Universidad de Lima.
- Sánchez, A. (2006). Manual de periodismo de investigación. Lima, PERÚ: PUCP.

## SEXTO CICLO

**1) Datos informativos**

a. Curso	:TEORÍAS Y MODELOS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
b. Código	: COS 209
c. Prerrequisito	: No tiene
d. Nº de horas	: Teóricas 02, Prácticas 02, Total: 04
e. Nº de créditos	: 3
f. N° de horas virtuales/unidad	: 1
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: VI
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación,

**2) Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica y tiene el propósito de comprender y aplicar la comunicación en el logro del desarrollo y el cambio social.

El contenido comprende:

I Unidad: pobreza y exclusión, problemática socioeconómica, enfoques del desarrollo

II Unidad: comunicación y desarrollo y los modelos de comunicación para el desarrollo y el modelo participativo

**3) Perfil de Egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

**4) Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Analiza pobreza y exclusión, diferencia los indicadores económicos, sociales, políticos; compara diversos enfoques de desarrollo y con la finalidad de cambiar la situación del país, con pertinencia y rigurosidad.</p> <p>b. Comprende la vinculación entre desarrollo y comunicación La conceptualiza, analiza comunicativamente un colectivo; diferencia los modelos: de la comunicación para el desarrollo. Desde un modelo participativo interviene un colectivo empleando estrategias de comunicación para con pertinencia y rigurosidad.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <p>1.Comunicación y desarrollo. La pobreza y la exclusión. Caracterización del país: Los indicadores económicos, sociales, políticos. Los enfoques de desarrollo. El desarrollo humano sostenible</p> <p>2.La relación de comunicación con el desarrollo. La conceptualización Enfoques. Modelos de comunicación para el desarrollo. El modelo participativo, estrategias de comunicación y planificación para la intervención de un colectivo</p>

**5) Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso, el estudiante caracteriza a una población, desde la perspectiva del enfoque de desarrollo humano y sostenible; analizando comunicativamente un colectivo, desde el modelo participativo.	Al terminar la unidad, el estudiante caracteriza al país examinado los indicadores: económicos, sociales, políticos y culturales aplicando los enfoques para el desarrollo.	Monografía sobre la realidad nacional con indicadores de las estructuras: económica, social, cultural y política.  Ensayo sobre los enfoques de desarrollo aplicados a la realidad peruana
	Al terminar la unidad, el estudiante analiza comunicativamente un colectivo, desde el modelo participativo, planificando la intervención de un colectivo empleando estrategias de comunicación para el desarrollo.	Elabora una intervención de proyecto de comunicación para el desarrollo de un colectivo social aplicando estrategias.

**6) Referencias Bibliográficas**

Alfaro, R. (2005). Una comunicación para otro desarrollo. Lima: CALANDRIA

Beltrán, L. (2005). La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un Recuento de medio Siglo. Tercer Congreso Panamericano de la Comunicación. Argentina: Buenos Aires.

Escobar, J.; Saavedra, J; y Vakis, R. (2012). ¿Está el piso parejo para los niños en el Perú? Lima: Banco Mundial

Iniciativa de Comunicación para el Desarrollo Sostenible (2010). La Comunicación para el Desarrollo ante los desafíos del Cambio Climático, Manejo de Recursos Naturales, Gestión del Riesgo y Seguridad Alimentaria. FAO: Roma.

PNUD (2012). Perú: la oportunidad de un nuevo ciclo de desarrollo. Escenarios prospectivos 2012-2016. Bolivia: Plural

Sen, A. (2000). Desarrollo y Libertad. Barcelona: Planeta

Sen, A. (2007). Primero la Gente. Barcelona: Deusto

UNESCO (2011). Comunicación para el Desarrollo. New York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

**1) Datos informativos**

a. Curso	: MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN
b. Código	: COM-501
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas	: Teóricas 02; Prácticas 02; Total: 04
e. N° de créditos	: 03
f. N° de Hrs. virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: VI
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2) Sumilla**

El curso de Métodos Cuantitativos de Investigación corresponde al área curricular de estudios específicos; es de naturaleza teórica y práctica; y tiene como propósito distinguir los fundamentos teóricos y científicos de la investigación cuantitativa y aplicar las técnicas de investigación cuantitativa. El curso está dividido en dos unidades:

I. Fundamentos teóricos y científicos de la investigación cuantitativa

II. Técnicas de investigación cuantitativa

**3) Perfil de egreso**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4) Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Distingue los fundamentos teóricos y científicos de la investigación cuantitativa y aplica las técnicas de investigación cuantitativa.	El estudiante debe saber: 1. Proceso de investigación cuantitativa en las ciencias de la comunicación. 2. Métodos cuantitativos de investigación (encuesta por muestreo, análisis de contenido, la observación, escalas de medición). 3. Estudios cuantitativos correlacionales y experimentales.

**5) Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al finalizar el curso el estudiante:	Al concluir la unidad, es estudiante: Distingue los fundamentos teóricos y científicos de la investigación cuantitativa.	Informe de planteamiento metodológico de investigación cuantitativa.

Utiliza los fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa.	Al concluir la unidad, el estudiante: Aplica métodos cuantitativos de investigación en estudios cuantitativos, correlacionales y experimentales.	Informe de diseño de estudios cuantitativos correlacionales y/o experimentales.
--	---	---

## 6) Referencias bibliográficas

- Aquino, M. (2007). *Proyectos y metodologías de investigación*. Argentina: Maipue.
- Barbie, E. (2000). *Fundamentos de la investigación social*. México: International Thomson editores.
- Coolican, H. (2005). *Métodos de investigación y estadística en psicología*. México: El manual moderno.
- Festinger, L. y Katz, D. (1975). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Argentina: Brujas.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista L. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ta. Ed.). México: McGraw-Hill.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2001). *Investigación del comportamiento: Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. México: McGraw-Hill.
- Sánchez H. y Reyes C. (2002). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Sierra R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. (5ta. Ed.). España: EUNSA.
- Tamayo M. (2012). *Metodología formal de la investigación científica*. México: Limusa S.A.

**1. Datos informativos**

- a. **Curso** : TALLER DE DISEÑO GRAFICO
- b. **Código** : COS 307
- c. **Prerrequisito** : No tiene.
- d. **Nº de horas** : Teóricas: 02, Prácticas: 04, Total: 06
- e. **Nº de créditos** : 04
- f. **Nº de horas virtuales** : 01
- g. **Área curricular** : Estudios de especialidad
- h. **Ciclo del plan de estudios** : VI
- i. **Características del curso** : Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórica y práctica; tiene el propósito de planificar y producir proyectos gráficos. Comprende dos unidades: técnicas de diseño y diagramación. Producción de material de soporte corporativo.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. aplica las técnicas de diseño gráfico y diagramación. b. Elabora proyecto de branding.	El estudiante debe saber: 1. Técnicas de diseño gráfico y diagramación. 2. Teorías de branding.

**5. Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante presentará bocetos aplicando técnicas de diseño y diagramación.	Al concluir la unidad, el estudiante diseñará bocetos	Elaboración de proyectos editoriales: tríptico, afiche, folleto calendario, revista y periódico.
	Al concluir la unidad, el estudiante producirá un branding.	Desarrollo de proyectos de Presentación de branding.

**6. Referencias bibliográficas**

Donis, D. (1999). La sintaxis de la imagen. México. Edic. G. Gili.,

- Jullier, L. (2004). La imagen digital, de la tecnología a la estética. Buenos Aires, La Marca.
- Scott R. (2004). Fundamentos de diseño. México D.F.: Limusa Noriega.
- Soto, R. (2003). Diseñando con Corel Draw. Lima. Palma Edit.
- Aprile, O. (2000). La publicidad puesta al día. Argentina. Ediciones Crujía.
- Arens, W. (2000). Publicidad. Editorial. México. McGraw-Hill.
- Goñi, J. (2000). Publicidad: mensaje, motivación y medios publicitarios. Madrid. F&G Editores.
- Goñi, J. (2008). Publicidad: investigación y efectos de las campañas de publicidad. Madrid: F&G Editores.
- Ortega, E. (2000). La Dirección Publicitaria. Madrid. Editorial ESIC.
- Bustos, G. (2012). Teorías *del diseño gráfico*. Red Tercer Milenio. México.

**1) Datos informativos.**

a. Curso	PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS RELACIONES PUBLICAS
b. Código	:COS308
c. Prerrequisito	:Teoría de las relaciones públicas
d. N° de horas	:Teóricas: 04, Practicas: 02, Total: 6
e. N° de créditos	:05
f. N° de horas virtuales/unidad	:01
g. Área curricular	:Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	:VI
i. Características del curso	: Investigación, Responsabilidad Social

**2) Sumilla.**

El curso de Programación de las Relaciones Publicas pertenece al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico – práctico. Tiene como propósito el fortalecimiento de capacidades para la formulación de planes: programas, campañas y actividades de Relaciones Públicas, considerando las fases del proceso: investigación, planificación, ejecución y evaluación. El curso se divide en dos unidades:

Primera Unidad: Investigación y diagnóstico comunicacional.

Segunda Unidad: planificación y programación.

**3) Perfil de egreso,**

RCE4: Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.

**4) Competencia**

CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer relaciones de confianza y de interés mutuo.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Diseña el proceso de investigación para el diagnóstico. b. Desarrolla el proceso de investigación c. Formula el diagnostico comunicacional d. Propone el plan e. Propone programas, actividades y campañas	El estudiante debe saber: 1. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación diagnóstica. 2. Análisis situacional 3. Estructura y tipología del diagnóstico 4. Instrumentos para la planificación: Árbol de problemas, marco lógico, zoop, foda.

**5) Evaluación del aprendizaje**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante	Al finalizar la unidad, el estudiante diseña, y ejecuta la investigación y el diagnóstico comunicacional.	Diagnostico comunicacional.

Elabora una propuesta de programa o plan de Relaciones Publicas	Al finalizar la unidad, el estudiante formula una propuesta de programa o plan de relaciones públicas.	Propuesta de Programa o Plan en relaciones públicas.
---	--	--

## 6) **Bibliografía.**

- Avellaneda, J (1983). Relaciones Públicas. Perú: El Hombre y el Trabajo.
- Black, S (1994). Abc de las relaciones públicas. Barcelona: Gestión 2000.
- Boyett Y Boyett (1999). Hablan los Gurús. Perú: Grupo norma.
- Donald G. K. (1997). El arte de la guerra para ejecutivos. Madrid: EDAF S.A.
- Flores García Rada, J. (1992). El comportamiento humano en las organizaciones. Perú: Universidad del Pacifico.
- Mamani, J. (2003). Compendio de técnicas de comunicación grupal Tomo I y II. Perú: G&D.
- Noguero, A. (2000). Las relaciones públicas e industria de la persuasión. Barcelona: FUERP.
- Noguero, A. (2000). Programación y técnicas de las relaciones públicas. Barcelona: FUERP.
- Philip, L. (1981). Nuevo Manual de Relaciones Públicas. Barcelona: Martínez Roca.
- Raymond, S. (1986). Relaciones Públicas Teoría y Práctica. Mexico: Limusa.
- Reinares, P. (1999). Gestión de la comunicación comercial. España: Victoria Peralba Ruiz.
- Solano, L. (1995). Fundamentos de las Relaciones Públicas. España: Síntesis.
- Tello, M. (1994). Empresa y Comunicación. Perú: U. de Lima.
- Voros, J. (1988). Qué sucede en Relaciones Públicas. México: CECSA.
- Xifra, J. (2003). Teoría y estructura de las relaciones públicas. España: MacGraw-Hill.

**1) Datos informativos**

Curso	:ESTRATEGIAS DE MARKETING
Código	: COS309
Prerrequisito	:Fundamentos de marketing
N° de horas	:Teóricas: 02      Practicas: 02      Total: 04
N° de créditos	:03
N° de horas virtuales/unidad	:01
Área curricular	:Estudios de especialidad
Ciclo del plan de estudios	:VI
Características del curso	:Innovación, Desarrollo e Investigación.

**2) Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad; es de carácter teórico - práctico. Tiene como propósito conocer e identificar escenarios mercadológicos, así como planes de marketing y sus estrategias. El curso tiene dos unidades:

Primera unidad: enfoque de escenarios mercadológicos.

Segunda unidad: diseño de estrategias de marketing comunicacional

**3) Perfil de Egreso**

RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad desde la perspectiva comunicacional, para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional.

**4) Competencia**

CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce los enfoques de escenarios mercadológicos identificando la relación empresa – consumidor.</p> <p>b. Propone estrategias de marketing para posicionar el producto y marca.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fundamentos las estrategias de marketing, estrategias de crecimiento; estrategias competitivas; plan de comunicación.</li> <li>2. Plan de marketing.</li> <li>3. Estrategias funcionales comunicacionales para el posicionamiento.</li> <li>4. Herramientas comunicacionales de posicionamiento.</li> </ol>

**5) Evaluación del aprendizaje.**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al terminar el curso el estudiante diseña estrategias y plan de marketing mediante técnicas comunicacionales.	Al concluir la unidad el estudiante identifica y analiza los escenarios mercadológicos diseñando estrategias de marketing.	Informe de diagnóstico de escenario mercadológico.
	Al concluir la unidad, el estudiante propone plan de marketing.	Plan de marketing y técnicas comunicacionales.

**6) Referencia Bibliográficas**

- Kotler, P. y Keller, Kevin L. (2006). Dirección de Marketing. México: PEARSON: Prentice-Hall.
- Lambin, Jean-Jacques. (1995). Marketing Estratégico. McGraw-Hill: Chile.
- Levaggi, G. (2009). Herramientas para Análisis de Marketing Estratégico. Buenos Aires: Ugerman.
- Levitt, T. (2004). Marketing Myopia. Harvard Business Review, Top-Line Growth.
- MEF (2019). Marco Macroeconómico Multianual. Lima: El Peruano.
- Monteferrer, D. (2013). Fundamentos de Marketing. España: Universitat Jaume I.
- Muñiz, R. (2018). Marketing en el siglo XXI. (5ª Ed.). Madrid: Ediciones CEF.
- Rodríguez, A. (2008). Inma Marketing. Com. y Comercio Electrónico en la Sociedad de la Información. Madrid: Pirámide.
- Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del consumidor. México: PEARSON – Prentice\_Hall.
- Treviño M. R. (2004). Publicidad Comunicación Integral e Marketing. México: Lingramex

**1) Datos informativos**

a. Curso	:TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
b. Código	: COS310
c. Prerrequisito	: Producción audiovisual
d. N° de horas:	: Teóricas: 02; Prácticas: 04; Total: 06 horas
e. N° de créditos	: 04
f. N° Hrs. virtuales/unidad	: 02
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: VI
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación

**2) Sumilla**

El curso de Taller de Producción Audiovisual corresponde a estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica, tiene como propósito aplicar el lenguaje y narrativa audiovisuales, creando contenido comunicacional y respetando las etapas de la producción audiovisual. Comprende dos unidades:

Primera unidad: Investigación y guionización

Segunda unidad: producción, posproducción y distribución.

**3) Perfil de egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4) Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Produce guiones para diversos géneros audiovisuales como resultado de la investigación de temática social. b. Planifica y ejecuta la producción, posproducción y distribución de los contenidos audiovisuales producidos	El estudiante debe saber: 1. El proyecto audiovisual 2. guionización. 3. Proceso de producción audiovisual. 4. Estrategias de distribución.

**5) Evaluación del aprendizaje.**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias</b>
Al concluir el curso el estudiante produce contenido comunicacional en diversos géneros audiovisuales,	Al concluir la unidad, el estudiante: Investiga sobre una temática social y elaboración un guion audiovisual. Diseño de mix de medios	Plan de Investigación Proyecto audiovisual Guión final

distribuyéndolo en canales de comunicación.	Al concluir la unidad, el estudiante: Diseño de plan de realización Realización y edición de videos en formatos diversos. Selección de equipo de producción Elaboración de plan de distribución Diseñar criterios de validación y control de calidad	Video realizado y editado en formatos: (documental, cortometraje, semblanza, docudrama)
---	---	---

## 6) Referencias bibliográficas

- Beceyro, R. (2011). El guión y la luz en el cine. Argentina: Litoral.
- Bedoya, R. (2003). Ojos bien abiertos. Lima: Fdi.
- Feldman, S. (2013). La Composición de la Imagen en Movimiento. España: Gedis.
- García C. (2012). La isla de la televisión. España: Palabra.
- Galán, E (2011). El guión de ficción en televisión. España: Síntesis.
- García S. (1996). Lenguaje audiovisual. México: Alhambra.
- Inmaculada, G. (2009). Manual de narrativa televisiva. España: Síntesis.
- Nichols, B. (1997). La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental. Buenos Aires: Paidós.
- Pérez, H. (2007). El guión audiovisual. México: Trillas.
- Rabiger, M. (2009). Dirección cinematográfica. Técnica y estética. Barcelona: Omega.
- Rabiger, M. (2005). Dirección de documentales. Madrid: RTVE.
- Soto, J. (2015). Manual de producción audiovisual. Chile: Ediciones UC.
- Tamayo, A. (2000). El guion y la ficción. Lima: Universidad de Lima.

## SÉPTIMO CICLO

### 1) Datos Informativos

a. Curso	:ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
b. Código	: COS212
c. Prerrequisito	: Teorías y modelos de la comunicación para el desarrollo
d. N° de horas	: Teóricas: 03 Practicas: 02 Total: 05
e. N° de créditos	:04
f. N° de horas virtuales/unidad	: 1
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: VII
i. Características del curso	:Desarrollo e innovación, responsabilidad social.

### 2) Sumilla

El curso pertenece al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico y práctico, tiene como propósito diseño e implementación de estrategias de comunicación en diversos contextos o para diferentes entornos mediáticos y sociales con el fin de educar, informar, persuadir a un público objetivo u otro. La práctica de la comunicación estratégica desarrolla posicionamiento de mensajes persuasivos; uso de medios de comunicación masiva y soportes interactivos, investigación de audiencias y públicos, así como habilidades comunicativas.

El contenido comprende:

I Unidad: Estrategias de comunicación

II Unidad: Diseño e implementación de estrategias comunicacionales.

### 3) Perfil de Egreso

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

### 4) Competencia

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Elabora y utiliza las estrategias de comunicación para el desarrollo para su contribución al cambio con principios éticos.	El estudiante debe saber: 1. Modelos de comunicación estratégica y diseño de estrategias de comunicación para el desarrollo en organizaciones. Organización y el público, imagen y realidad.

<p>b. Crea mensajes de comunicación estratégica para utilizar como recursos persuasivos y creativos, además de principios éticos.</p> <p>c. Diseñar planes de comunicación estratégica incluyendo la pre-producción de material y recursos audiovisuales.</p>	<p>2. Diseño de campañas de comunicación. Planificación e implementación de estrategias de comunicación para el desarrollo social. Evaluación de estrategias y gestión de crisis.</p>
---	---

### 5) Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (accion/objeto/producto)
<p>Al terminar el semestre el estudiante utiliza estrategias de comunicación para el desarrollo diseñando campañas como recursos persuasivos y creativos, para el cambio social, principios éticos y trabajo en equipo.</p>	<p>Al terminar la unidad el estudiante realizará sistematización de mensajes persuasivos para medios y soportes interactivos considerando consistencia y capacidad estratégica.</p>	<p>Informe del estudio de audiencia e identificación de público objetivo.</p>
	<p>Al terminar la unidad el estudiante diseña plan de campaña, plan de medios y estrategias de difusión con criterios de responsabilidad.</p>	<p>Diseño de campañas Plan de medios Plan de comunicación. Evaluación de campañas</p>

### 6) Referencias Bibliográficas

- Armas, S. (1995). Imaginándonos el futuro. La comunicación como estrategia para el desarrollo. Lima, Perú: Illa
- Castañeda, M. (2005). Comunicación y desarrollo local. Lima, Perú: Calandría
- Cooper, A. (2006). Planning: cómo hacer el planeamiento estratégico de las comunicaciones. Argentina: Thomson,
- Daft, R. (2009). Diseño y teoría de la Organización. Cambridge: Press.
- Ferran, L. (2012). La comunicación persuasiva y el paradigma comunicativo de la sociedad del conocimiento. UOC Press.
- Kotler, P. (1996). Fundamentos de Marketing. US: McMillan.
- Lozada, J. C. (2010). Gestión de la comunicación en las organizaciones. Comunicación interna, corporative y de marketing. Barcelona: Ariel.
- Machaca, P. (2012). Dirección de campañas, estrategias y medios, Puno, Perú: Editorial UNA
- Porter, M. (1994). Ventaja Competitiva. Londres: OUP.
- PNUD, Perú, La oportunidad de un nuevo ciclo de desarrollo. Escenarios prospectivos 2012-2016. Bolivia: Plural
- Shipack, M. (2001). Estrategias de comunicación para el desarrollo. Venezuela: TRIO.
- Scheinsohn, D. (2015). Comunicación estratégica, management y fundamentos de la imagen corporativa. Buenos Aires: Macchi.

Scanell, P. (2006). Comunicar para persuadir. Londres: OUP.

Izurieta, R., Arterton, Chr., Perina, R. (2009). Estrategias de comunicación para gobiernos. Argentina: La crujía.

Tironi, E. (2011). Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales. México: Santillana.

Yanez, R. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. España: Ámbitos.

**1) Datos informativos**

a. Curso	: MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN
b. Código	: COS 213
c. Prerrequisito	: Ninguno
d. N° de horas	: Teóricas: 2; Prácticas: 2; Total: 4
e. N° de créditos	: 3.00
f. N° de Hrs. virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: VII
i. Características del curso	: Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2) Sumilla**

El curso pertenece al área curricular de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica, tiene como propósito identificar y aplicar las estrategias, técnicas, procesos y métodos de la investigación cualitativa en problemas socio-comunicacionales. El curso está dividido en dos unidades:

- 1) Fundamentos teóricos y científicos de la investigación cualitativa
- 2) Técnicas de investigación cualitativa

**3) Perfil de egreso**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4) Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Identifica y aplica estrategias, técnicas, procesos y métodos de investigación cualitativa en problemas socio-comunicacionales.	El estudiante debe saber: 1. Proceso de investigación cualitativa en las ciencias de la comunicación. 2. Métodos cualitativos de investigación (hermenéuticos, fenomenológicos, etnográficos e investigación-acción). 3. Técnicas de investigación cualitativa (la observación cualitativa, la entrevista en profundidad, el grupo focal, la historia de vida, el estudio de casos).

**5) Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Utiliza estrategias, técnicas y métodos de la investigación cualitativa en problemas socio-comunicacionales.	Al concluir la primera unidad el estudiante: Identifica y analiza los métodos y proceso de investigación cualitativa.	Exposición de un problema de investigación cualitativa.

	<p>Al concluir la segunda unidad estudiante:</p> <p>Aplica técnicas cualitativas durante investigación.</p>	<p>Reporte de técnicas cualitativas.</p>
--	---	--

## 6) Bibliografía

- Álvarez, J.L. (2011). *Cómo hacer Investigación Cualitativa*. Barcelona: Paidós.
- Balcázar, P. (2013). *Investigación Cualitativa*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Berganza, R. (2005). *Investigar en Comunicación*. México: Mc Graw Hill
- Martinez M. (2015) *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México: Trillas
- Flick U. (2004) *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata
- Hernandez R. (2014) *Metodología de la investigación*. 6ta edición. México: McGraw Hill
- Minayo M.C.S. (2013) *La artesanía de la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- Portocarrero J (2016) *Diseño y técnicas de la investigación en estudios cualitativos*. Lima: CISEPA-PUCP.
- Torres, A. (2009). *Estrategias y Técnicas de la Investigación Cualitativa*. Madrid: Morata.
- Vasalachis, I. (2009). *Estrategia de Investigación Cualitativa*. Barcelona: Gedisa

**1. Datos informativos**

a. Curso	:GESTIÓN DE EMPRESAS COMUNICACIONALES
b. Código	: COS-214
c. Prerrequisito	: Ninguno
d. N° de horas	: Teóricas: 03 Prácticas: 02 Total: 05
e. N° de créditos	: 4
f. N° Hrs. virtuales/unidad	: 1
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	:VII
i. Características del curso	: Capacidad para formular, gestionar y ejecutar proyectos

**2. Sumilla.**

El curso gestión de empresas comunicacionales corresponde al área de estudios específicos, y es de naturaleza teórico - práctica. Su propósito es gestionar empresas comunicativas reconociendo aspectos básicos, metodologías, técnicas, procesos y dirección de la gestión empresarial. El curso está organizado en dos unidades:

Primera Unidad: Principios básicos de gestión y competitividad empresarial

Segunda Unidad: Constitución y formalización de empresa comunicacional

**3. Perfil de egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conceptualiza nociones básicas, propósito y ámbito de gestión de empresas comunicativas empleando metodologías y técnicas apropiadas.</p> <p>b. Planifica procesos de constitución y formalización de empresas comunicacionales.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Principios básicos de gestión y competitividad empresarial.</li> <li>2. Nociones básicas, tipos y procesos de gestión empresarial.</li> <li>3. Metodología y técnica de generación empresarial (Canvas) para la administración de empresas comunicacionales: Audiovisuales (productoras: radio, televisión, fotografía, redes sociales); impresas (editoras: periódicos, semanarios y revistas); consultoras (consultorio: protocolos y eventos, marketing y publicidad).</li> <li>4. Constitución y formalización de empresa comunicacional.</li> <li>5. Proceso de constitución y formalización de empresa comunicacional, Sociedades de empresas (Ley general de sociedades).</li> </ol>

	6. Plan de empresa comunicacional y Experiencias exitosas de empresas de comunicación.
--	--

### 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante, comprende y asume una postura trascendental de la empresa comunicacional y su importancia en la sociedad local, regional y nacional	Al terminar la unidad el alumno, conoce principios básicos de gestión y competitividad empresarial.	Presenta informe de generación empresarial (Canvas).
	Al terminar la unidad el alumno, planifica procesos de Constitución y formalización de empresa comunicacional	Propuesta de constitución y formalización de empresa comunicacional. Propuestas de plan de empresa comunicacional.

### 6. Referencias Bibliográficas.

- Amstrong, G. (2013). Fundamentos del Marketing. México: Pearson Edu. S.A.
- Boquera, P. (2015) Gestión de empresas España: Universitaria Politécnica de Valencia.
- Chiavenato, I (2012). Introducción a la Teoría General de la Administración. México: Mc. Graw-Hill.
- Fernández (2012). Cómo crear y dirigir la nueva empresa. Colombia: Digiprint.
- Galán. R. (2013). Ejemplo para un negocio que va a arrancar. Agencia de comunicación. Disponible en: <https://www.emprendedores.es/>
- Galindo. R. (2003). Innovación de Productos - Desarrollo, Investigación y Estrategias de Mercado. México: Trillas S.A.
- González, H. (2008). La Nueva Ley General de Sociedades. Lima: Rodhas S.A.C
- Lipa R. (2016). Uso del muro de la red social Facebook de los periodistas de Juliaca, 2014. Puno: UNAP.
- Louis P.J. (2003). Gestión de Empresas de Telecomunicación. Madrid: Mc. Graw-Hill.
- Porter, M. (2002). Ventaja Competitiva. México: Alay Ediciones.
- Reynolds, M (2011). Etnografía para Marcas y Nuevos Negocios. Argentina: La Crujía.
- Robbins, P. (2009). Comportamiento Organizacional. México: Pearson.
- MEF, (2019). Constitución y formalización, consultado el 22 de agosto 2019 en: [https://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEF\\_Guia\\_Constitucion\\_y\\_Formalizacion.pdf](https://www.mep.pe/intranetmiembromep/Formalizacion/MEF_Guia_Constitucion_y_Formalizacion.pdf)
- PYME (2019). Plan de comunicación. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/plan-de-comunicacion>

**1. Datos informativos**

a. Curso	: ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
b. Código	: COS 215
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas	: Teóricas: 02; Prácticas: 02; Total: 04
e. N° de créditos	: 03
f. N° de Hrs.virtuales/unidad	: 02
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: VII
i. Características del curso	: Responsabilidad social y compromiso ciudadano

**2. Sumilla**

El curso de Ética y Deontología de la Comunicación corresponde al área curricular de estudios específicos y es de carácter teórico – práctico; tiene como propósito conocer las bases teóricas de la ética y deontología profesional de las ciencias de la comunicación social. El curso está organizado en dos unidades:

Primera unidad: Base filosófica y conceptualización de la Ética y Deontología.

Segunda unidad: la ética y deontología en las ciencias de la comunicación social.

**3. Perfil de Egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Conoce las bases filosóficas de la Ética y Deontología.</li> <li>Identifica las características y alcances de la ética y deontología en las ciencias de la comunicación social.</li> <li>Reconoce la importancia de la ética y deontología en su quehacer profesional.</li> </ol>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ética y la Deontología (Filosofía, conceptualización, Problemas, axiomas y principios éticos).</li> <li>Análisis y comprensión del Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú y de los colegios profesionales.</li> <li>Deberes y principios éticos del periodista.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al culminar el curso, el estudiante reconoce y aplica los diferentes aspectos de la Ética y la Deontología de las ciencias de la comunicación social en su desarrollo personal y profesional.	Al finalizar la unidad, el estudiante conoce los enfoques teóricos de la Ética y la Deontología.	Trabajos académicos sobre ética y deontología.
	Al finalizar la unidad, el estudiante analiza los diferentes aspectos de la Ética y la Deontología de las ciencias de la comunicación social.	Exposición sobre análisis de los códigos de ética de los colegios profesionales y el colegio de periodistas.

## 6. Referencias bibliográficas

Blackburn, P. (2006) La Ética: Fundamentos y problemáticas contemporáneas. México: Fondo de Cultura Económica.

Balmes, J. (2015). Tratado General de Ética. Lima: Chirre.

Barroso, P. (1985), Fundamentos Deontológicos de las Ciencias de Información. Barcelona: Mitre.

Echaniz, A y Pagola, J. (2004). Ética del Profesional de la Comunicación. Bilbao: Centros Universitarios de la Compañía de Jesús.

Garza, R. (2008). Bioética: la toma de decisiones en situaciones difíciles. México: E. Trillas.

Gil, M. (2001). Bioética. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Lambeth, E. (1990). Periodismo Comprometido: Un código de Ética para la profesión. México: Limusa.

Merril, J. y Barney, R. (1981). La Prensa y la Ética. Buenos Aires: Universitaria.

Santillán, L. (2003). Ética General. Perú: Fondo Editorial Ciencias de la Comunicación.

Valdés, V. (2007). Ética y Valores: Un enfoque constructivista. México: Prentice Hall.

Vélez, J. (2003). Bioética para el siglo XXI. Bilbao: Universidad de Deusto.

**1. Datos informativos**

Curso:	: TALLER DE PRODUCCIÓN MULTIMEDIA Y WEB
Código	: COS311
Prerrequisito	: No tiene
Nº de horas:	: Teóricas: 02, Practicas: 04, Total: 06
Nº de créditos	: 04
Nº Hrs. Virtuales/unidad	: 2 Hrs.
Área curricular	: estudios de especialidad
Ciclo del plan de estudios	: VII
Características del curso	: Innovación, Desarrollo e Investigación.

**2. Sumilla.**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad y es de carácter teórico-práctico. Tiene como propósito elaborar mensajes comunicacionales multimedia para su publicación en plataformas web. El contenido está dividido en dos unidades:

Primera unidad: preproducción y producción de contenidos multimedia.

Segunda unidad: post producción, gestión y distribución de los contenidos multimedia.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Elabora un briefing para la producción de contenidos multimedia b. Gestiona y distribuye los contenidos multimedia.	El estudiante debe saber: 1. Elaboración de un briefing multimedia. 2. Organización de contenido multimedia. 3. Gestiona y distribuye los contenidos multimedia en los diversos canales digitales.

**5. Evaluación del aprendizaje.**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante demostrará mediante un portafolio digital la distribución de los contenidos realizados	Al concluir la unidad el estudiante ejecutará: Briefing para la producción de contenido multimedia.	Presentación de briefing y exposición de portafolio digital

	Al concluir la unidad el estudiante ejecutará:  Gestión y Publicación de contenido multimedia.	Publicación de contenidos multimedia a través de diversas plataformas digitales.
--	--	--

## 6. Referencias bibliográficas

Cortés, M. (2009). Nanoblogging. Los usos de las nuevas plataformas de comunicación en la red. Barcelona: UOC.

Curtichs, J. y Fuentes, M. (2011). Sentido Social. La comunicación y el sentido común en la era de la internet social. Barcelona: Profit.

Effy, O. (2009). Administración de los sistemas de información. México: Cengage Learning.

García, J. (2003). Tecnología de la comunicación e informática escrita. Madrid: Síntesis.

Laudon, K. y Guercio, C. (2010). E-commerce, negocios, tecnología, sociedad. México: Prentice Hall.

Laudon, K. & Laudon, J. (2008). Sistemas de información gerencial. Administración de la empresa digital. México: Prentice Hall.

Pettit, C. (2009). Medios y tecnologías de la información y la comunicación. Colombia: Brujas.

Quirós, C. (2010). Lengua y tecnologías de la información y las comunicaciones. Barcelona: Ariel S.A.

Rodríguez, I. (2007). Estrategias y técnicas de comunicación. México: UOC.

**1. Datos Informativos**

a. Curso ESPECIALIZADO	:TALLER DE PERIODISMO
b. Código	: COS312
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas	: Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total: 06
e. N° de créditos	: 04
f. N° de horas virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: VII
i. Características del curso ciudadano.	:Responsabilidad social y compromiso

**2. Sumilla**

El curso de Periodismo Especializado corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico - práctico. Tiene como propósito que los estudiantes sean competentes en la producción de material periodístico sobre ámbitos temáticos autónomos permitiendo el desempeño a profundidad en un campo informativo, lo que redundará en la especialización profesional y en la difusión temática de calidad. El curso tendrá dos unidades:

I unidad: Conceptos básicos de la especialización periodística.

II unidad: Aplicación práctica y edición periodística de UNA Columna.

**3. Perfil del Egreso**

RCE2: Capacidad para producir, difundir y evaluar mensajes periodísticos en los diferentes medios de comunicación social para generar corrientes de opinión que promuevan el desarrollo, la ciudadanía y la democracia.

**4. Competencia**

CE2: Investiga y analiza hechos relevantes y produce información periodística especializada en diferentes géneros para los medios de comunicación social con estilo, objetividad y responsabilidad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Determina los temas periodísticos especializados y relevantes con fuentes periodísticas especializadas de interés público.</p> <p>b. Redacta notas periodísticas especializadas considerando el medio, género y naturaleza del tema.</p> <p>c. Diseña el periódico con las notas periodísticas para su publicación y difusión pública de modo colectivo y rotatorio.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La especialización en Comunicación y Periodismo especializado.</li> <li>2. Las fuentes especializadas</li> <li>3. Géneros y medios para el mensaje periodístico especializado: Periodismo científico, ambiental, cultural y turístico, político, económico, deportivo. Importancia, fuentes, redacción.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias: Acción/objeto/producto</b>
Al finalizar el curso taller el estudiante debe editar, gestionar y distribuir la publicación periodística UNA Columna con creatividad y responsabilidad.	Al finalizar la primera unidad el estudiante redactará formatos periodísticos, utilizando técnicas periodísticas, demostrando creatividad y responsabilidad.	Redacción de informes, reportajes periodísticos y de opinión en torno a temas ambientales y políticos.
	Al finalizar la segunda unidad el estudiante realizará dos reportajes periodísticos con creatividad y responsabilidad y los publicará en la revista UNA COLUMNA.	Publicación de la revista UNA Columna con los reportajes investigados.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Arrese, A. (2006). Periodismo económico: Entre la simplificación y el rigor. Cuadernos de Comunicación Nro. 19. Chile: UCCH.
- Calvo, M. (2001). Divulgación y periodismo científico. México: UNAM
- Elías, C. (2002). Periodistas especializados en ciencia, formación, reconocimiento e influencia. Mediatika Nro. 8. Madrid: Universidad Carlos III.
- Fernández, F. (2004). Periodismo especializado. Barcelona: Ariel
- Fernández, R. (2003). En torno al debate sobre la definición de periodismo ambiental. Ámbitos Nro. 9-10. España: Sevilla.
- Fernández, J. (2008). Prensa especializada actual: doce calas. España: McGraw Hill.
- Gargurevich, J. (1987). Géneros Periodísticos. Ecuador: Belén.
- Hildebrandt, C. (2008). Cambio de palabras. Iquitos. Perú: Tierra Nueva.
- Rodríguez, F. (2006). Periodismo cultural. Madrid: Síntesis.
- Odriozola, J. (2008). Información de crisis y periodismo ambiental. Vasco: Universidad del País.
- Torres, A. (2010). Opinión pública 1921-2021. Lima: Aguilar.

## OCTAVO CICLO

**1. Datos informativos**

a. Curso	:PROYECTOS	SOCIALES	Y
CONSULTORÍA			
b. Código	: COS216		
c. Prerrequisito	: No tiene		
d. N° de horas	: Teóricas 03, Practicas 02, Total: 05		
e. N° de créditos	: 4		
f. N° de horas virtuales/unidad	: 1		
g. Área curricular	: Estudios específicos		
h. Ciclo del plan de estudios	: VIII		
i. Características del curso	:Investigación, desarrollo e innovación.		

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica y tiene el propósito de brindar los conocimientos básicos para el desarrollo de actividades de identificación, formulación y planificación de proyectos sociales. Además, se orienta a la resolución de problemas prácticos a través del proceso de la consultoría.

El contenido comprende:

I Unidad: Formulación y planificación de proyectos sociales.

II Unidad: Consultoría comunicacional en las organizaciones.

**3. Perfil de Egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

**4. Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Elabora un proyecto respondiendo a las necesidades de los beneficiarios, aplica la metodología del EML con responsabilidad y compromiso. b. Elabora un proyecto de consultoría para la solución de problemas en organizaciones públicas y privadas con sentido crítico.	El estudiante debe saber: 1. Ciclo de vida del proyecto. 2. Proceso de diseño del proyecto. 3. Enfoque del Marco lógico: Diagnóstico, matriz del marco lógico y lógica del proyecto. 4. La consultoría, definiciones, características, formas de consultoría. El proceso de consultoría.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso, el estudiante elabora un proyecto social, con metodología del enfoque del marco lógico y elabora una propuesta de consultoría, con sentido crítico, reflexivo, y responsabilidad social.	Al terminar la unidad, el estudiante aplica las herramientas del enfoque del marco lógico y diseña un proyecto social demostrando sentido crítico	Análisis de involucrados. Árbol de problemas. Análisis de objetivos, fines y medios. Matriz del marco lógico. Expone el Proyecto de desarrollo
	Al terminar la unidad, el estudiante elabora una propuesta de consultoría, aplica las técnicas y herramientas con responsabilidad	Expone propuesta de consultoría

**6. Referencias Bibliográficas**

- Andia, W. (2016) Gerencia social. Lima, Perú: Arte y Pluma
- Aranibar, J y Aguilar, M. (2001). Gestión de Programas y Proyectos en Salud, SEPASS. Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.
- Candamil, M. y López, M. (2004). Los proyectos sociales, una herramienta de la gestión social. Manizales, Colombia: Universidad de Caldas.
- Cohen, E. y Martínez, R. (2019). Formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales. Recuperado de: <http://files.ujghpee.webnode.com/200000191-c6b90c7b32/Manual%20Formulacion%20Evaluacion%20y%20Monitoreo%20de%20proyectos.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2019). Gestión de programas sociales en América Latina. Recuperado de: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6255/S9800061\\_es.pdf?sequence=1](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6255/S9800061_es.pdf?sequence=1)
- Coronado, M. (2008). Competencias sociales y convivencia: herramientas de análisis y proyectos de intervención. Buenos Aires, Argentina: Noveduc.
- Cuba, V. (2002). Diseño de proyectos y programas sociales. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Fontaine, E. (2008). Evaluación Social de proyectos. México, México: Pearson
- Gonzales, I. (2008). Proyecto de consultoría: el coaching y la comunicación (Tesis para optar el título de periodista y grado académico de Licenciado en Comunicación Social). Santiago de Chile: Universidad Academia de Humanismo Cristiano.
- Medina, D. (2012). Diseño de proyectos sociales. Lima, Perú: Fondo Editorial UNMSM.
- Pérez, G. (2016). Diseño de proyectos sociales. Madrid, España: Narcea.
- Vásquez, E. y Aramburu, C. (2000). Gerencia Social. Diseño Monitoreo y Evaluación de los Proyectos Sociales. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Vásquez, E. et al, (2006). Gerencia social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales. Lima, Perú: CIU

**1. Datos informativos**

a. Curso:	: LEGISLACIÓN DE LA COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA
b. Código	: COS 217
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas:	: Teóricas: 02: Prácticas: 02; Total: 04
e. N° de créditos	: 03
f. N° de Hrs. virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: VIII
i. Características del curso	: Responsabilidad social y compromiso ciudadano.

**2. Sumilla**

El curso de Legislación de la Comunicación y Ciudadanía corresponde al área de estudios específicos. Es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito conocer aspectos de la Legislación Peruana vinculada al ejercicio de la comunicación y la ciudadanía. Está organizada en dos unidades de trabajo: Primera: Legislación de la comunicación en el Perú. Segunda: Ciudadanía y comunicación.

**3. Perfil de egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Reconoce la Legislación Nacional vigente vinculada a la comunicación social. b. Utiliza la comunicación social para promover y fortalecer el ejercicio de la ciudadanía.	El estudiante debe saber: 1. Teoría del Estado. 2. La comunicación en la Constitución Política del Perú vigente. 3. Libertad de expresión y derechos de la comunicación. 4. Legislación de la Producción Audiovisual. 5. Legislación de la publicidad, derechos de autor y propiedad intelectual. 6. Ley de Transparencia y acceso a la información pública. 7. Legislación de las Relaciones Públicas. 8. Ciudadanía y democracia. 9. Sociedad Civil y Participación ciudadana.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción, objeto, producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante:	Investiga e identifica la legislación nacional vigente	Ensayo/Informe/Reporte/ sobre un caso de estudios

Identifica la legislación nacional vigente, vinculada a las actividades de la comunicación social, reconociendo los límites jurídicos del ejercicio de la comunicación, para promover procesos de información y cambio social, que fortalezcan el ejercicio de la ciudadanía responsable y el desarrollo social.	vinculada a las actividades de la comunicación social.	vinculado a la Legislación y comunicación en el Perú.
	Evalúa actividades de comunicación para promover y fortalecer el ejercicio de la ciudadanía y el cambio social.	Exposición sobre un caso de estudios vinculado al fortalecimiento de la ciudadanía desde la comunicación.

## 6. Referencias bibliográficas

- Alzamora, M. (1994). *Introducción a la ciencia del derecho*. Lima Perú: Sesator.
- Alcocer, P. (2011). El caso Quimper: comentarios a la STC EXP. N° 0655-2010-PHC/TC. *Análisis desde una perspectiva penal*. *Gaceta Penal y Procesal Penal*, 19: 357-365.
- Ávila, J (2008). *Introducción al Derecho*. Lima: Fondo Editorial.
- Bustamante, R. (2011). *El problema de la prueba ilícita*. Lima: ARA Editores
- Caro, H. (2001). *Marco Jurídico de la libertad de prensa en el Perú*. Perú: Editorial IPYS.
- Curtis, J. (2006). *Manual de periodismo de investigación*. US: Embajada de Estados Unidos.
- Díaz, R. (2007). *El derecho fundamental al secreto de las comunicaciones*. Lima: Derecho PUCP.
- Jurista Editores (2019). *Código Civil*. Lima: Jurista Editores.
- Jurista Editores (2019). *Código Penal* Lima: Jurista Editores.
- Jurista Editores (2019). *Código Procesal Constitucional*. Lima: Jurista Editores.
- Llanos, H. (2004). *Los Periodistas de la Libertad*. Trujillo: Impresiones Peruanas.
- Martínez, J. (1993). *El derecho a la intimidad en la jurisprudencia constitucional*. Madrid: Civitas.
- Morales, J. (2003). Control de la divulgación de la correspondencia epistolar, grabaciones de la voz y otras de cualquier género. En *Código Civil Comentado, Tomo I*. Lima: Gaceta Jurídica.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : COMUNICACIÓN PUBLICITARIA (E)  
 b. Código : COS218  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. N° de horas : Teóricas: 03, Practicas: 02, Total: 05  
 e. N° de créditos: :04  
 f. N° de horas virtuales/unidad :02  
 g. Área curricular :Estudios de Especialidad  
 h. Ciclo del plan de estudios :VIII  
 i. Características del curso: :Innovación, Desarrollo e Investigación.

**2. Sumilla.**

El curso de Comunicación Publicitaria (e) corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico – práctico. Su propósito es aplicar un mix de comunicación integral de una empresa, producto o servicio, teniendo en cuenta las herramientas que conectan al mensaje con el consumidor crea, planifica campañas de publicidad y otras acciones comunicacionales concretas. Comprende dos unidades:

Primera unidad: Comunicación Publicitaria

Segunda unidad: Creatividad Publicitaria y la campaña publicitaria

**3. Perfil del Egresado**

RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad desde la perspectiva comunicacional, para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional

**4. Competencia.**

CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: <ol style="list-style-type: none"> <li>Conoce los tipos de publicidad y los procesos de comunicación para diseñar planes publicitarios.</li> <li>Construye mensajes innovadores en la estructura publicitaria.</li> <li>Utiliza Técnicas para determinar con efectividad una propuesta publicitaria.</li> </ol>	El estudiante debe saber: <ol style="list-style-type: none"> <li>Comunicación Publicitaria: concepto; elementos y procesos.</li> <li>Comunicación del producto.</li> <li>La marca. Identidad e Imagen.</li> <li>Mix Marketing y Marketing Digital</li> <li>Creatividad Publicitaria y la campaña publicitaria.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje.**

Logro del Curso	Logro de la unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante propone y planificación campañas publicitarias integrales coherentes y adaptadas a los casos pertinentes de estudio: comunicación de productos, servicios o empresas.	Al concluir la unidad el estudiante:  Elabora estrategias Publicitarias.	Un brief publicitario
	Al concluir la unidad el estudiante Elabora campaña publicitaria.	Una campaña publicitaria

**6. Referencias bibliográficas**

- Beltrán y Cruces, Raúl. (2006). *Publicidad en medios impresos*. México: Trillas.
- Beckwith, Sandra. (2004). *Planes completos de publicidad*. España: Deusto S.A.
- Bigne J. Enrique. (2000). *Temas de Investigación de Medios Publicitarios*. Madrid: Esic.
- Bolio, Antonio Paolo. (1993). *Comunicación publicitaria*. México: Trillas.
- Caridad H. Martín. (2010). *Manual de Creatividad Publicitaria*. España: Síntesis
- Fernández V. Ricardo. (2004). *Publicidad un Enfoque Latino Americano*. México: Thompson
- Landa R. (2011). *Diseño Gráfico y Publicidad Fundamentos y Soluciones*. España: Anaya S.A.
- O'Guinn Th., Allen C., Semenik R. (2006). *Publicidad y comunicación integral de marca*. (4ª.Edición). México: Thompson
- Ortega, Enrique. (2004). *La Comunicación Publicitaria*. 2da Edición España: Pirámide
- Sánchez C. Luis. (1997). *Seometica de la Publicidad Narración y Discurso*. Madrid Edit. Síntesis
- Saavedra G. Álvaro. (2008). *Cómo se hace un Spot Publicitario*. España: Uni P. Vasco
- Tamayo San Román, A. (2000). *El spot publicitario. Realización y producción*. Fondo de Desarrollo. Lima, Perú: Universidad de Lima.
- Towusley María. (2004). *Publicidad - Serie Business México*: Thompson.

**1. Datos informativos**

- a. Curso :GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA Y COMUNIDADES VIRTUALES (E)
- b. Código : COS219
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. N° de horas : Teóricas: 03; Prácticas: 02; Total: 05.
- e. N° de créditos : 04
- f. N° Hrs. virtuales/unidad : 02
- g. Área curricular : Área de estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : VIII
- i. Características del curso : Innovación, desarrollo e investigación.

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área de estudios específicos y es de carácter teórico-práctico. Tiene como propósito organizar y gestionar estrategias de community management para la difusión de contenido comunicacional multimedia en las plataformas digitales, para establecer vínculos interactivos con las audiencias virtuales, monitoreando resultados de las estrategias aplicadas. Comprende dos unidades. Primera: Organización y gestión de estrategias de community management para difusión de contenido comunicacional multimedia en plataformas digitales. Segunda: Publicación y monitoreo de contenido comunicacional multimedia.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Organiza y gestiona estrategias de community management para la difusión de contenido comunicacional multimedia en las plataformas digitales</p> <p>b. Establecer vínculos interactivos con las audiencias virtuales, monitoreando resultados de las estrategias aplicadas.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estrategias de community management.</li> <li>2. Plan de social media.</li> <li>3. Medir el rendimiento de las páginas y plataformas a través de la métrica de las publicaciones.</li> </ol>

## 5. Evaluación del Aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/ objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante: Presentará un portafolio de contenidos comunicacionales multimedia.	Al concluir la unidad el estudiante aplicará estrategias de community management.	Portafolio digital de propuestas comunicacionales.
	Al concluir la unidad del estudiante difundirá y evaluará el impacto del monitoreo de las interacciones con las audiencias virtuales.	Informe de medición de rendimiento de las páginas y plataformas.

## 6. Referencias bibliográficas

- Berganza, R. (2005). Investigar en Comunicación. México Edit. Mc Graw Hill.
- Bigné, E., y Küster, I. (2013). Las redes sociales virtuales y las marcas. Revista Española de Investigación de Marketing ESIC Volume 17, Issue 2. 2013
- Cabero, J. (2012). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. España, Comunicar.
- Cabero, J. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. España, Comunicar.
- Castelló A (2013). Estrategias empresariales en la Web 2.0. Las redes sociales online. España: universitario.
- Crow, C. (2004). Sociedad de la Información y el Conocimiento. Entre lo Falaz y lo Posible. Argentina. Edit. La Crujía.
- Cortés, M. (2009). Nanoblogging. Los Usos de las Nuevas Plataformas de Comunicación en la Red. Barcelona -Edt. UOC. S.A.
- Gallegos, J. (2011) Todo lo que hay que saber de Comunidades virtuales y redes sociales. Valencia: WoltersKluwer.
- García, F. (2014). Conectados por redes sociales. Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC.
- Gómez, A. (2013) Redes sociales en la empresa. La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional. Bogotá: Ediciones de la U.
- Guilayn, G. (2016). Aspectos legales de las redes sociales. Bosch.Wolters Kluwer.
- Louis, P. (2003). Gestión de Empresas de Telecomunicación. España Edit. Mc Gran Hill.
- Martinez, P. (2012) Quiero ser Community Manager. 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad social. Madrid: ESIC.
- Pettit, C. (2014). Medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Colombia. Edit. Brujas.
- Ros, V.(2012) eBranding verde y redes sociales. Madrid: Dikinson.
- Sánchez, A. (2017). Educación, privacidad y redes sociales: Una Reflexión Arendtiana. Foro de Educación.
- Valero, J. (2012) Infografía digital. La visualización sintáctica. Barcelona: Bosch

**1. Datos informativos**

- a. Curso : TALLER DE RELACIONES PÚBLICAS  
 b. Código : COS313  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. Nº de horas : Teóricas: 02, Practicas: 04, Total: 06  
 e. Nº de créditos : 04  
 f. N° de horas virtuales/unidad : 1 hora  
 g. Área curricular : Estudios de especialidad  
 h. Ciclo del plan de estudios : VIII  
 i. Características del curso : Desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso de Taller de Relaciones Públicas corresponde al área de estudios de especialidad y es de naturaleza teórico – práctico, tiene el propósito de desarrollar la capacidades de los estudiantes para concebir propuestas creativas eficaces y eficientes como respuesta al diagnóstico comunicacional de la organización, ejecutarlas y evaluarlas como contribución al logro de los objetivos institucionales. El contenido del curso está dividido en dos unidades: I.-El diagnóstico comunicacional en organizaciones reales y el plan de relaciones públicas, II.- Ejecución y evaluación del plan.

**3. Perfil de Egreso**

RCE4: Capacidad para Investigar, dirigir, asesorar, elaborar, ejecutar y evaluar planes y proyectos de relaciones públicas y comunicación organizacional para el posicionamiento estratégico.

**4. Competencia**

CE4: Dirige procesos de comunicación entre las organizaciones y los públicos para establecer relaciones de confianza y de interés mutuo.

criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Realiza un diagnóstico comunicacional en una organización real. b. Propone programas y actividades en respuesta al diagnóstico. c. Ejecuta y evalúa los programas y actividades realizadas.	El estudiante debe saber: 1. Métodos, técnicas e instrumentos de diagnóstico. 2. Planificación de relaciones públicas. (Instrumentos para la planificación) 3. Estrategias, técnicas, medios e instrumentos de las relaciones públicas. 4. Técnica de evaluación

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso, el estudiante podrá realizar el diagnóstico comunicacional y formular un plan o programa de relaciones públicas, ejecutarlo y evaluarlo.	Al finalizar la unidad, el estudiante realiza un diagnóstico comunicacional en una organización.	Presentación de un diagnóstico comunicacional de una organización.
	Al finalizar la unidad, el estudiante propone, ejecuta y evalúa un plan o programa de relaciones públicas.	Informe de la presentación, ejecución y evaluación de un plan o programa de relaciones públicas.

## 6. Referencias Bibliográficas

- Aced, C. (2013). *Relaciones Públicas 2.0 - Cómo Gestionar la Comunicación Comparativa en el Entorno Digital*. Barcelona: U.O.C
- Aparcida, M. (2011). *Relaciones Públicas -Naturaleza, Función y Gestión en las Organizaciones Contemporáneas*. Argentina: La Crujía.
- Barquero, J. *El Libro de Oro de las Relaciones Públicas y el Marketing-"Think tank" en Acción para mantener y Obtener Nuevos Clientes*. España: Deusto
- Blanco, L. (2000). *El Planeamiento Práctica de Relaciones Públicas*. Buenos Aires: Ugerman
- Blak, S. (2000). *ABC de las Relaciones Publicas*. Barcelona: Océano.
- Bel, J. (2005). *La comunicación en las Organizaciones*. Euna
- Carson, R. (2002). *Curso de Relaciones Públicas*. Lima: A.F.A.
- Gorpe, S. (2010). *Las Nuevas Relaciones Públicas*. Perú: U. San M. de Porres
- Latimore, D. y Otros. (2008). *Relaciones Públicas*. México: Mc Graw Hill
- Mantilla, K. (2008). *Modelos de Planificación Estratégica en la teoría de relaciones públicas*. Argentina: Plural
- Muñoz, S. (2014). *Protocolo y Relaciones Públicas*. España: Paraninfo S.A.
- Pérez, E. (2002). *Las Relaciones Públicas*. España: Océano.
- Philippe, B. (2000.) *Relaciones Públicas o la estrategia de la confianza*. Barcelona: Gestión
- Raymond, S. (2013). *Relaciones Públicas - Teoría y Práctica*. México: LIMUSA S.A
- Rojas, O. (2012). *Relaciones Públicas - La Eficacia de la Influencia*. España: ESIC.

**1. Datos informativos**

a. Curso	:PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN PERIODISMO
b. Código	: COS 401
c. Prerrequisito	: Taller de periodismo especializado.
d. N° de horas	: Teóricas: 02, Practicas: 04, Total: 06
e. N° de créditos	: 04
f. N° de horas virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	:VIII
i. Características del curso social	: Investigación e innovación y responsabilidad social

**2. Sumilla**

El curso de Prácticas pre-profesionales en periodismo corresponde al área de estudios de especialidad; es de naturaleza teórico- práctica; tiene como propósito que el estudiante aplique en el centro de prácticas, los lineamientos teóricos sobre el periodismo, redacción periodística, producto periodístico dependiendo si el medio de comunicación es convencional y/o digital; demostrando ética y responsabilidad. El curso tiene tres unidades:

Unidad I: Diagnóstico y plan de prácticas

Unidad II: Ejecución del plan de prácticas, monitoreo y evaluación de actividades.

Unidad III: Redacción del informe de prácticas documentado, presentación y sustentación ante los jurados.

**3. Perfil de Egreso**

RCE8: Capacidad para diagnosticar, planificar, evaluar y ejecutar actividades de comunicación en sus centros de prácticas pre profesionales, llevando la teoría a la práctica.

**4. Competencia**

CE8: Aplica los conocimientos adquiridos durante su formación académica en el diagnóstico, planificación, evaluación y ejecución de actividades en medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, ONGs y otras organizaciones.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Diagnostica y elabora el plan de prácticas pre-profesionales en periodismo de acuerdo al formato establecido.</p> <p>b. Ejecuta las diferentes actividades propuestas en el plan de prácticas pre-profesionales con responsabilidad y ética.</p> <p>c. Presenta, sustenta y defiende el informe final de las prácticas pre- profesionales.</p>	<p>. El estudiante debe saber:</p> <p>1. Periodismo, géneros periodísticos, redacción periodística, periodismo informativo, interpretativo y de opinión. Periodismo en prensa, radio televisión, internet.</p> <p>2. Plan, diagnóstico institucional y periodístico. Elaborar el Plan de prácticas pre profesionales.</p> <p>3. Elaboración, presentación y sustentación el informe final de prácticas pre profesionales.</p>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante presenta, sustenta y defiende el informe final de sus prácticas pre-profesionales.	Al término de la unidad el estudiante presenta el diagnóstico periodístico e institucional del centro de prácticas y el plan de prácticas para su aprobación y ejecución.	Presentación del diagnóstico periodístico e institucional Presentación del plan de prácticas.
	Al término de la unidad el estudiante ejecuta el plan de prácticas aprobado, identifica logros y limitaciones, implementa medidas producto del monitoreo y evaluación de actividades.	Ejecuta y pone en práctica el plan aprobado. Recibe visitas programadas e inopinadas del docente supervisor.
	Al término de la unidad el estudiante redacta el informe final, sustenta y defiende el informe de las prácticas pre-profesionales.	Presenta y sustenta el informe final ante el jurado de prácticas pre-profesionales.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Vivaldi, M. ( ). *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo
- Hersh, C. (1995). *Producción televisiva*. México: Trillas.
- Fagoaga, C. (1982) *Periodismo interpretativo*. Mitre. Barcelona
- Gargurevich, J.( ). *Nuevo Manual de periodismo*. Lima: Causachun.
- García L.( ). *Cómo escribir artículos periodísticos y los géneros de opinión*. Lima: Causachun.
- Prado, E. (1982). *Estructura de la información periodística radiofónica*. Barcelona: Mitre.
- Álvarez, M. (1998). *El estilo periodístico. Aprenda a redactar correctamente*. Panamá: Ed. América.
- Bobadilla, P. (1997) *Manual de redacción periodística. La pizarra*. Lima: Calandria
- Martínez J. (1984). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.

**1. Datos Informativos**

a. Curso	: TEATRO Y ESCENOGRAFÍA (e)
b. Código	: COS402
c. Prerrequisito	: No tiene
d. N° de horas horas	: Teóricas: 02; Prácticas: 02; Total 04
e. N° de créditos	: 03
f. N° de Hrs. virtuales/unidad	: 01
g. Área curricular	: Estudios específicos
h. Ciclo del plan de estudios	: VIII
i. Características del curso	: Capacidad creativa, crítica y autocrítica

**2. Sumilla.**

El curso de Teatro y Escenografía corresponde al área de estudios específicos; es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito conocer los recursos del Teatro y Escenografía vinculados a procesos de producción en comunicación. Está organizada en dos unidades de trabajo:

Primera unidad: Recursos del teatro para casting y audiciones para productos comunicacionales.

Segunda unidad: Escenografía y puesta en escena para proyectos de comunicación.

**3. Perfil del Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Conoce los recursos de teatro y desarrolla castings y audiciones para productos comunicacionales. b. Adapta escenografías y puestas en escena a procesos de proyectos de comunicación.	El estudiante debe saber. 1. Fundamentos del Teatro. 2. Dramatización. 3. Etapas del casting y audiciones para televisión, cine y publicidad. 4. Selección de locaciones, atrezzo y puesta en escena; estética, composición y fotografía escénica. 5. Diseño de escenografías en cine, publicidad y televisión.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante conoce los recursos del teatro y los procesos de realización de casting y audiciones,	Al concluir la unidad, el estudiante organiza los recursos del teatro y los procesos de realización de casting y audiciones para personajes en proyectos de	Proyecto de casting, audición y puesta en escena teatral para comunicación.

adaptando escenografías y puestas en escena a proyectos de comunicación.	comunicación en las áreas de televisión, cine y publicidad.	
	Al concluir la unidad el estudiante diseña y adapta escenografías para las necesidades de producción de la comunicación en las áreas de televisión, cine y publicidad.	Exposición visual de propuesta de escenografía para proyecto de comunicación (televisión, publicidad y/o, cinematografía).

## 6. Referencias bibliográficas

- Barba, E. (1992). *La canoa de papel*. México: Gaceta.
- Barba, E. (1988). *Anatomía del actor*. México: Gaceta.
- Barba, E. y Nicola S. (1990). *El arte secreto del actor: diccionario de Antropología teatral*. México: Gaceta.
- Cánepa, G. (1998) *Máscaras, Transformación e Identidad en los Andes*. Lima: Fondo Editorial P.U.C.P.
- Casa de las Américas, (1989). *Teatro Latinoamericano*. La Habana.
- Dueñas, B. (2011). *De Cicerón a Obama: Arte de comunicar con eficacia*. España: Netbiblo.
- Tamayo, M. y, Botero M. (2014). *Estética e imagen visual*. Bogotá: Xpress Estudio gráfico y digital S.A.
- Tesson, C. (2012) *Teatro y Cine*. Barcelona, España: Paidós.
- Valer, C. (2011). *Cómo enseñar teatro*. Lima: San Marcos.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : MÚSICA Y CANTO  
 b. Código : COS403  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. N° de horas : Teóricas: 02; Prácticas: 02; Total 04 horas  
 e. N° de créditos : 03  
 f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 01  
 g. Área curricular : Estudios específicos  
 h. Ciclo del plan de estudios : VIII  
 i. Características del curso : Capacidad creativa, crítica y autocrítica

**2. Sumilla**

El curso de Música y Canto corresponde al área de estudios específicos. Es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito conocer procesos de musicalización y sonorización para comunicación. Está organizada en dos unidades de trabajo:

Primera unidad: Musicalización y sonorización de mensajes comunicacionales. Segunda unidad: Canto y vocalización para puesta en escena en comunicación.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Investiga y analiza la musicalización y sonorización de mensajes comunicacionales.</p> <p>b. Canta y vocaliza en puestas en escena en vivo para radio, redes sociales, televisión y publicidad.</p>	<p>El estudiante debe saber.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Musicalización y sonido para dramatización.</li> <li>2. Fuentes sonoras y sonorización de mensajes comunicacionales.</li> <li>3. Canto en vivo en escena para televisión, radio y redes sociales.</li> <li>4. Vocalización y locución para televisión, radio y redes sociales.</li> <li>5. Vocalización y doblaje.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante, conoce los procesos de musicalización, sonorización y vocalización, y mediante el canto produce	Al concluir la unidad, el estudiante analiza la musicalización y sonorización de productos comunicacionales (radio, redes sociales, televisión y/o publicidad).	Reporte de musicalización y sonorización de producto comunicacional (radio, redes sociales, televisión y/o publicidad).

mensajes comunicacionales (publicidad, redes sociales, radio y/o televisión).	Al concluir la unidad, el estudiante interpreta mediante el canto mensajes comunicacionales.	Interpreta públicamente mensajes comunicacionales a través del canto.
---	--	---

## 6. Referencias Bibliográficas

- Abroman, C. (2015). *Teoría de la música, una guía*. México: Fondo de la Cultura.
- Bolaños, C. (2007). *La música en el Perú*: Perú: Fondo editorial filarmónica.
- Chion, M. (1999). *El sonido; música, cine, literatura*. Barcelona: Paidós.
- Danhaus, A. (1998). *Teoría de la música*. México: Trillas.
- Gallegos, A. (1997). *Historia de la Música II*. Madrid: Historia 16.
- González, M. (2006). *Materiales didácticos para el estudio de la Historia de la Música*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Reátegui, P. (2003). *Manual de Creación sonora. Uso y aplicación del sonido en los medios audiovisuales*. Lima: Fondo editorial de la Universidad de Lima.
- Rodriguez, A. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- Storr, A. (2002). *La música y la mente*. Barcelona: Paidós.

## NOVENO CICLO

**1. Datos informativos**

- a. Curso : LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
- b. Código : COS220
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. Número de horas : Teóricas: 03 Prácticas: 02 Total 05 horas
- e. Número de créditos : 04
- f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 04
- g. Área curricular : Estudios específicos
- h. Ciclo del plan de estudios : IX ciclo
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2. Sumilla**

El curso pertenece al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico - práctica, tiene como propósito analizar las líneas de investigación en las áreas de periodismo, relaciones públicas, comunicación para el desarrollo, producción en medios, marketing y publicidad. Tiene dos unidades:

Primera unidad: Investigación y comunicación social.

Segunda unidad: Líneas de investigación en comunicación social.

**3. Perfil de egreso**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4. Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente si: a. Identifica y analiza temas y problemas dentro de las líneas de investigación en comunicación social.	El estudiante debe saber: 1. Área de Comunicación para el desarrollo – comunicación y desarrollo. 2. Área de Relaciones Públicas-comunicación organizacional. 3. Área de Publicidad y marketing-gestión de marketing y comunicación. 4. Área de Periodismo-Periodismo y nuevas culturas informativas. 5. Área de Producción Audiovisual-comunicación audiovisual y nuevos medios.

**5. Evaluación del aprendizaje**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al terminar el curso el estudiante: Adecua temas y problemas de investigación en el ámbito de las líneas de la comunicación social	Al concluir la unidad, el estudiante: Conoce las áreas de la investigación de las ciencias de la comunicación social.	Reporte de análisis de investigaciones ejecutadas.

orientadas al proyecto de investigación.	Al concluir la unidad, el estudiante:  Delimita y aplica líneas de investigación en su trabajo de investigación.	Expone la relación de la línea de investigación con su trabajo de investigación.
--	--	--

## 6. Referencias bibliográficas

Alarcón, R. (2013). *Métodos y diseños de investigación del comportamiento*. Perú: Univ. Ricardo Palma.

Berganza, C. y Ruiz S. (2005) *Investigar en Comunicación, guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. España: McGraw-hill.

Briones, G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Composición electrónica: Colombia: Arfo.

Chiroque, C. (2018). *Manual para el desarrollo de competencias de investigación formativa*. Lima: Universidad Nacional del Altiplano.

Copi, I. (2006). *Introducción a la Lógica*. Argentina: Eudeba.

Delgado, M. (1995). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. España.

Díaz, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México: Trillas S.A.

Escobedo, R. (2006). *Investigación cuantitativa y cualitativa. Paradigmas epistemológicos para conocer la realidad*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.

Scribano, A. (2012). *Metodología de la investigación social, Una indagación sobre las prácticas del enseñar y aprender*. Argentina: Universitat.

Sierra B., R. (2001). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Décimo cuarta edición. España: Paraninfo.

Tamayo, M. (2012). *El proceso de investigación científica*. México: Limusa.

Valeriano, E. (2012). *Metodología de la investigación paso a paso*. México: Trillas.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : COMUNICACIÓN POLÍTICA (E)  
 b. Código : COS221  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. N° de horas : Teóricas: 02; Prácticas: 02; Total: 04 horas  
 e. N° de créditos : 03  
 f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 01  
 g. Área curricular : Estudios específicos  
 h. Ciclo del plan de estudios : IX  
 i. Características del curso : Responsabilidad social y compromiso ciudadano

**2. Sumilla**

El curso de comunicación política pertenece al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito conocer las implicancias de la comunicación política en la ciudadanía. El curso está dividido en dos unidades.

Unidad I: Comunicación y participación política.

Unidad II: Medios de comunicación y nuevos escenarios de la política.

**3. Perfil de Egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Comprende la política como ejercicio de poder y su relación con la comunicación dentro de contextos socio políticos.</p> <p>b. Reconoce la incidencia de la comunicación política en los asuntos públicos.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Política como ciencia del poder.</li> <li>2. La comunicación y su relación con la política.</li> <li>3. Comunicación Política, procesos y elementos.</li> <li>4. La participación política.</li> <li>5. Los medios de comunicación, y los nuevos escenarios de la política.</li> <li>6. El plan de comunicación política.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante conoce las implicancias de la comunicación política en la	Al finalizar la unidad el estudiante identifica y analiza la comunicación y participación política.	Reporte de mensajes de comunicación política dirigidas a públicos específicos y ámbitos concretos.

ciudadanía y el entorno de las ciencias de la comunicación social.	Al finalizar la unidad el estudiante reconoce el alcance de los medios de comunicación en los nuevos escenarios de la política.	Plan de Comunicación Política.
--	---	--------------------------------

## 6. Referencias Bibliográficas

Arellano, R. (2010). *Los estilos de vida en el Perú*. Perú.

Alonso, M. (2011). *Marketing Político 2.0. Lo que todo candidato necesita saber para ganar las elecciones*. España: PAFP.

Bartlett, F. (1994). *La propaganda política*. México: Fondo de Cultura Económica.

Bassat, L. (2000). *El libro rojo de las marcas*. España: Espasa Calpe.

Davalos, A. y Polanco, V. (2012). *Cómo diseñar políticas exitosas*. Quito -Ecuador: Ciespal.

Canel, M. (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.

Canel, M. y Sander, K. (2010). *Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión, en Comunicación y Sociedad Vol. XXIII, N° 1, (2010), pp. 7 – 48.*

Canel, M. y Sander, K. (2010). *Introduction: Mapping the fields of government*. US.

CEPAL, (2014). *Panorama de la gestión pública en América Latina y el Caribe*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

**1. Datos Informativos**

Curso	: GESTIÓN PÚBLICA (e)
Código	: COS222
Prerrequisito	: No tiene
Nº de horas	: Teóricas (02) Practicas (02) Total: 04
Nº de créditos	: 03
Nº de horas virtuales	: 2 horas
Área curricular	: Estudios Específicos
Ciclo del plan de estudios	: IX
Características del curso	: Responsabilidad social y compromiso ciudadano

**2. Sumilla**

El curso de Gestión Pública pertenece al área de estudios específicos; es de naturaleza teórico-práctica, y tiene como propósito conocer la organización, objetivos, características y alcance de la gestión pública en el Perú; y su relación con actividades vinculadas a las ciencias de la comunicación social. El curso se organiza en dos unidades aprendizajes:

Primera unidad: Principios de la gestión pública.

Segunda unidad: Elementos de la comunicación social en los sistemas administrativos.

**3. Perfil de egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterios de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Identifica los principios de la gestión pública considerando la normatividad sobre la organización, estructura y funcionamiento del Estado peruano.</p> <p>b. Vincula elementos de la comunicación social en los sistemas administrativos de forma estratégica.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado y gestión pública; organización, estructura y funcionamiento del Estado.</li> <li>2. Los sistemas administrativos y el sistema de planeamiento estratégico en la gestión pública.</li> <li>3. Transparencia y acceso a la información.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de la unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante:  Conocer la organización, objetivos, características y alcance de la gestión pública en el Perú; y su relación con actividades vinculadas a las ciencias de la comunicación social.	Al finalizar la unidad el estudiante reconoce importancia de la gestión pública para el desarrollo nacional.	Estudio sobre la organización, objetivos e importancia de la gestión pública.
	Al finalizar la unidad el estudiante identifica espacios estratégicos de la gestión pública vinculadas a las ciencias de la comunicación social.	Documento académico sobre espacios estratégicos de la gestión pública vinculados a la comunicación social.

## 6. Referencias bibliográficas

- Aguilar, L. (2015) *Gobernanza y Gestión Pública*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Andia, W. (2012) *Manual de Gestión Pública*. Loma. Librería Editorial.
- Alvarado, J. (2004) *Administración Gubernamental*. México: Grijley-Centro Interamericano de Asesoría Técnica: UPP.
- Ballart, X. *Gestión Pública, análisis y evaluación de políticas*. Gestión pública, análisis y evaluación de políticas-27460
- Beltrán, B. (2007) *Evaluación social de proyectos para países en desarrollo*. Perú: Universidad del Pacífico.
- Bozman, B. (1998) *La gestión pública, Su situación actual*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Congreso del Perú, (1993). *Constitución Política del Perú*. Perú: El Peruano.
- Escalante, P. (2015). *Introducción a la Administración y Gestión Pública*. Huancayo: Fondo Editorial de la Universidad Continental.
- Gastón, A. (2011). *El gobierno electrónico en la Gestión Pública*. Santiago de Chile: CEPAL Impreso en Naciones Unidas,
- Guerra, G. (1999). *La reforma del Estado en el Perú*. Lima: Edición gráfica.
- León, B. (2007). *La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar*. Revista sociológica.
- Medianero, L. (2008) *Proyectos de inversión pública. Teoría e instrumentos de identificación, Formulación y evaluación*. Lima: UPC.
- Ramírez, L. (2015) *Administración Estratégica en el Sector Público*. Editorial Vallejiana. Trujillo. Perú.
- Retamozo, A. (2016) *Contrataciones del Estado*. Lima. Gaceta Jurídica.
- Rodríguez, D. (2002) *Gestión organizacional*. Universidad Católica de Chile.
- Tanaka, M. (2007) *La Participación Ciudadana y el Sistema Representativo*. Programa Pro-
- Descentralización PRODES - USAID. Biblioteca Nacional del Perú, Miraflores. Perú.

**1. Datos informativos**

- a. Curso :TALLER DE PUBLICIDAD
- b. Código :COS 314
- c. Prerrequisito :No tiene
- d. Nº de horas :Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total: 06
- e. Nº de créditos :04
- f. N° de horas virtuales/unidad : 01
- g. Área curricular :Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios :IX
- i. Características del curso :Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área curricular de Estudios de especialidad, es de carácter teórico - práctico; tiene el propósito de desarrollar y ejecutar campañas publicitarias. Comprende dos unidades:

I Unidad: Estrategias y piezas publicitarias.

II Unidad: Campañas publicitarias.

**3. Perfil de Egreso**

RCE6: Capacidad para diseñar campañas de marketing y publicidad desde la perspectiva comunicacional, para posicionar productos y servicios en el mercado, a través de la interacción creativa con su público objetivo en el marco de las políticas de desarrollo nacional

**4. Competencia**

CE6: Desarrolla investigaciones de mercadeo de productos y servicios para mejorar los índices de consumo a través de campañas de marketing; y crea contenidos publicitarios de bienes y servicios de acuerdo al público objetivo para posicionarlos en campañas de publicidad, a través de la implementación de estrategias publicitarias y creativas.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a. Desarrolla estrategias y piezas publicitarias con creatividad. b. Ejecuta campañas publicitarias para dar a conocer y/o posicionar el producto.	El estudiante debe saber: 1. Estrategias publicitarias. 2. Pre producción, producción y post producción de piezas publicitarias. 3. Campaña publicitaria.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias (Acción/objeto/producto)</b>
Al concluir el curso el estudiante es capaz de elaborar y ejecutar proyectos y	Al concluir la unidad el estudiante presenta proyecto de campaña publicitaria.	Proyecto de campaña publicitaria.

campañas publicitarias para su muestra y difusión.	Al concluir la unidad el estudiante ejecuta una campaña publicitaria.	Carpeta de campaña publicitaria ejecutada.
--	---	--

## 6. Referencias Bibliográficas

Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: enfoque América Latina*. México: McGraw-Hill.

Aaker, D. A. Y Myers, J. G. (1993). *Management de la Publicidad*. Barcelona: Hispano Europea.

Diez, E C. Martin, E. (1993). *Planificación publicitaria*. Caps. 6,7 y 8. Madrid: Pirámide.

Diez, E C. Martin, E. y Sánchez, M.M. (2002). *Comunicación de marketing: Planificación y control*. Caps. 2, 3, 4, 5, 8, 9,10 y 11. Madrid: Pirámide.

González, M.A. y Carrero, E. (2003). *Manual de planificación de medios. Todo lo que hay que saber para planificar correctamente los medios*. 2º edición revisada y ampliada, Caps. 3, 4 y 5. Madrid: ESIC.

García, M. (2001). *Las claves de la publicidad*. 5º edición revisada, Caps.2, 5, 6 y 7. Madrid: ESIC.

Ortega, E. (2004). *La comunicación publicitaria*. Caps. 1, 3, 4, 5, 6 y 7. Madrid: Pirámide.

Rodríguez, I, A. de la Ballina, J y Santos, L. (1998). *Comunicación comercial: conceptos y aplicaciones*. 2º Edición, Cap.2 y 4. Madrid: Civitas.

González, M.<sup>a</sup> A. (1994). *Curso de Publicidad*. Madrid: Eresma y Celeste.

O'Quinn, Th. C. O.; Allen, Ch. T. y Semenik, R.J. (2003). *Publicidad y Promoción*. (3ª Ed.), México: Thomson.

Ortega, E. (2004): *La Comunicación Publicitaria*. Madrid: Pirámide (en prensa).

**1. Datos informativos**

- a. Curso :GESTIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO.
- b. Código :COS 315
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. Nº de horas : Teóricas: 3, Practicas: 2 y Total de horas: 5
- e. Nº de créditos : 4
- f. Nº de horas virtuales/unidad : 1
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : IX ciclo
- i. Características del curso : Capacidad para formular, gestionar y ejecutar proyectos

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área curricular de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctico, tiene como propósito promover el dominio de la gestión de proyectos, comprender los procesos sociales y plantear aportes desde la comunicación con la finalidad de lograr cambios de comportamientos en la población objetivo que se enfatiza en la dirección y liderazgo en la implementación de proyectos de comunicación para el desarrollo.

El contenido comprende:

I Unidad: Enfoques de gestión y desarrollo,

I Unidad: Fundamentos, estrategias y planificación en la gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo.

**3. Perfil de Egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

**4. Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Formula un proyecto de desarrollo identificando el proceso de un proyecto las etapas al aplicando las aplicando adecuadamente las etapas. Elabora y gestiona proyectos del componente comunicacional en el proyecto ..</p> <p>b. Gestiona, dirige y monitorea la implementación de proyecto de manera eficaz y con resultados esperados.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica problemas en poblaciones. Para su solución mediante proyectos de desarrollo y situaciones de comunicación para implementar la comunicación para el desarrollo.</li> <li>2. La gestión de proyectos. Procesos y principios aplicados a la gestión de proyectos.</li> <li>3. Formulación de proyectos del componente comunicacional.</li> </ol>

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al concluir el curso el estudiante, formula y gestiona proyectos de desarrollo y/ o del componente comunicacional, demostrando creatividad y responsabilidad.	Al concluir la unidad el estudiante, realiza estudio para la formulación y diseño de un proyecto. De desarrollo Identificando el proceso del proyecto y del componente comunicacional demostrando idoneidad y conocimiento.	Formula un proyecto de desarrollo y del componente comunicacional
	Al concluir la unidad, dirige con liderazgo los proyectos del componente comunicacionales, respetando las normas y condiciones con responsabilidad	Dirige e implementa proyectos de comunicación para el desarrollo.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Ajenjo, A.D. (2005). *Dirección y gestión de proyectos: un enfoque práctico*. Madrid: RAMA.
- Blackman, R. (2013). *Gestión del ciclo de proyectos*. Inglaterra: Recursos Roots Tearfund.
- Encalada, M. (s.f.) *Comunicación sobre el cambio climático: Manual para su planificación y práctica en América Latina*. PNUMA
- FAO (2008). *Manual Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*. 2da Edición. Roma. FAO.
- FAO (2008). *Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación*. 2da Edición. Roma: FAO:
- Fundación Luis Vives (2005). *Manual de ayuda para la formulación de proyectos sociales*. Madrid.
- García, G (2015). *Propuesta de bases teórico – metodológicas que relacionen en la gestión del conocimiento y de comunicación con la gestión empresarial en organizaciones cubanas* (Tesis doctorado). Universidad de La Habana, Cuba.
- Igarza, R. (2002). *Gestión de Proyectos: Proyectos de Comunicación y Educación*. Barcelona: UAB.
- Ministerio de Administraciones Públicas (2001). *Técnicas de desarrollo y gestión de proyectos*. Madrid: IMAP.
- Montoya, P. (2012). *Manual para la gestión de proyectos*. Universidad de Almería.
- Nirenberg, O., Brawerman, J. y Ruiz, V. (2000). *Evaluar para la transformación*. Buenos Aires: Paidós.
- Palacio, J., (2006). *Origen de la gestión de proyectos*. Recuperado de <http://www.navegapolis.net>.
- Petit, A. (2004). *El plan de comunicación: génesis y desarrollo*, En Bel Mallén (coord.), *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*, Pamplona: Eunsa, (pp. 171-196).
- Pérez, G. (2004). *Elaboración de proyectos sociales. Casos prácticos*. Madrid: Narcea.

Rueda, J.M. (2013). *Programar, implementar proyectos, evaluar*. Zaragoza. Certera.

Santiago, J., et al. (2013). Gestión de Comunicaciones en los Proyectos, Revista Tecnológicas, Edición Especial, pp. 465-479

Solano, D. (2007). *Estrategias de Comunicación y Educación para el Desarrollo Sostenible*. Santiago de Chile: UNESCO.

UNICEF (2016). *Elaborando Proyectos de Comunicación para el Desarrollo*. Argentina: UNICEF:

Universidad Politécnica de Cataluña-UPC. (2005). *Guía docente teórica de la metodología para la elaboración de proyectos*. Barcelona.

Uranga, W., Bruno, D. (2015). *Planificación desde la comunicación*. Argentina: Mimeo.

Waisbord, S. (s.f.). *Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo*. Argentina: Mimeo.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : INGLÉS
- b. Código : COS 404
- c. Prerrequisito : Ninguno
- d. N° de horas : Teóricas 02, Prácticas 02, Total 04
- e. N° de créditos : 04
- f. N° Hrs. virtuales/unidad : 02
- g. Área curricular : Estudios generales
- h. Ciclo del plan de estudios : IX
- i. Característica del curso : Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla**

El curso de inglés corresponde al área de estudios generales, es de naturaleza teórico-práctica y tiene como propósito desarrollar en el estudiante habilidades de comunicación en idioma inglés dentro de su entorno profesional; reconociendo y entendiendo terminología especializada orientada al campo social, tecnológico y científico de las ciencias de la comunicación social. Está organizada en dos unidades de trabajo:

Gramática básica y terminología tecnológica de la comunicación

Terminología científica y social de la comunicación

**3. Perfil de Egreso**

RCG3: Capacidad de comunicación oral y escrita.

**4. Competencia**

CG3: Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas o gráficas para un adecuado desenvolvimiento personal.

Criterios de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Se expresa en idioma inglés a nivel básico, dentro del entorno profesional de las ciencias de la comunicación social.</li> <li>b. Reconoce y entiende terminología social, tecnológica y científica de las ciencias de la comunicación social.</li> </ul>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gramática básica del idioma inglés.</li> <li>2. Terminología informativa y periodística.</li> <li>3. Terminología de comunicación para el desarrollo, relaciones públicas y comunicación organizacional.</li> <li>4. Terminología para script, pitch y casting audiovisual, cinematografía, televisión (TV switch, anchor and news presenter), radio (audio recording, podcast and news broadcasting), y plataformas digitales (over the top-OTT and social media).</li> <li>5. Terminología de marketing, comunicación publicitaria, diseño gráfico y fotografía (project briefing).</li> <li>6. Inglés para investigación científica en las ciencias de la comunicación (research and development).</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/ objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante se comunica a un nivel básico en idioma inglés, reconociendo terminología especializada de las ciencias de la comunicación social.	Crea y expresa ideas y mensajes, vinculados a su entorno profesional.	Presentación personal en inglés. Pitch audiovisual, televisivo y/o radiofónico en inglés.
	Identifica y comprende terminología especializada de las ciencias de la comunicación social.	Brief de marketing y/o comunicación publicitaria en inglés. Redacción de resúmenes de tesis (abstracts) para tesis y artículos de Ciencias de la Comunicación Social.

## 6. Referencias Bibliográficas

Hennessy, B. (2002). *Writing Essays. Simple Techniques to Transform Your Coursework and Examinations*. United Kingdom: How to Books.

Longman, (2004). *Active Study Dictionary. Helps You Build Your Vocabulary*. England: Pearson Education Limited.

Jenatsch, T. y Bauer, R. (2016: 20). *Communication for Development. A Practical Guide*. Swiss Agency for Development and Cooperation SDC. Suiza: SDC.

Macey, D. (2000). *Critical Theory*. England: Penguin Books.

Oepen, M. (2000). *Environmental Communication for Sustainable Development*. Frankfurt: GTZ.

Pérez, A. (2005). *Oxford de Phrasal Verbs. Inglés, Español*. Oxford: Oxford University Press.

Rodriguez, L. (2017). *Inglés. Método de Aprendizaje del Idioma Inglés para Estudiantes Universitarios*. Puno: Editorial Altiplano.

Sam, S. (2015). *Institutionalising Social Mobilization as a Social Change Process*. In *Media Development*. World Association for Christian Communication. Toronto: WACC.

Seely, J. (2005). *Oxford Guide to Effective Writing and Speaking*. Oxford: Oxford University Press.

Spooner, A. (2005). *Dictionary of Synonyms and Antonyms*. Oxford: Oxford University Press.

Seale, C. (2009). *Researching Society and Culture*. London: Sage Publications.

Swan, M. (2005). *Practical English Usage. Easier, Faster Reference*. Oxford: Oxford University Press.

Swetnam, D. (2004). *Writing Your Dissertation*. United Kingdom: How to Books.

The economist, (2013). *English Style Guide*. London: Profile Books.

Thomas, P. y Van de Fliert, E. (2015). *Interrogating the Theory and Practice of Communication for Social Change. The Basis for a Renewal*. UK: Palgrave.

Watson, J. y Hill, A. (2003). *Dictionary of Media and Communication Studies*. Londres: Arnold.

Weil, M. (2005). *The Handbook of Community Practice*. US:

**1. Datos informativos**

a. Curso	:PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN RELACIONES PÚBLICAS.
b. Código	:COS405
c. Prerrequisito	:Taller de relaciones públicas
d. N° de horas	:Teóricas: 02    Practicas: 04    Total: 06
e. N° de créditos	:04
f. N° de horas virtuales/unid	:1
g. Área curricular	:Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	: IX
i. Características del curso	:Investigación, desarrollo e innovación

**2. Sumilla:**

El curso de Prácticas Pre-profesionales en Relaciones Públicas forma parte del área curricular de estudios de especialidad; es de naturaleza teórico-práctica; tiene como propósito que el estudiante aplique en el centro de prácticas, los lineamientos teóricos sobre el proceso de las relaciones públicas: investigación y diagnóstico, programación, comunicación y evaluación.

La asignatura se organiza en tres unidades de aprendizaje:

Unidad I: Diagnóstico y plan de prácticas

Unidad II: Ejecución del plan de prácticas, monitoreo y evaluación de actividades.

Unidad III: Redacción del informe de prácticas documentado, presentación y sustentación ante los jurados.

**3. Perfil del egreso:**

RCE8: Capacidad para diagnosticar, planificar, evaluar y ejecutar actividades de comunicación en sus centros de prácticas pre profesionales, llevando la teoría a la práctica.

**4. Competencia:**

CE8: Aplica los conocimientos adquiridos durante su formación académica en el diagnóstico, planificación, evaluación y ejecución de actividades en medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, ONGs y otras organizaciones.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si:	El estudiante debe saber :
a. Investiga, diagnostica y elabora el plan de prácticas pre-profesionales en relaciones públicas.	1. Técnicas de investigación en relaciones públicas, estrategias, técnicas y medios de relaciones públicas, protocolo institucional y organización de eventos, planificación y programación de las relaciones públicas.
b. Ejecuta las diferentes actividades propuestas en el plan de prácticas pre -profesionales con responsabilidad y ética.	2. El diagnóstico comunicacional, plan de prácticas pre-profesionales en relaciones públicas y ejecución de actividades.
c. Presenta, sustenta y defiende el informe final de las prácticas pre- profesionales.	3. Presentación y sustentación de las prácticas pre-profesionales.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias: Acción/objeto/producto
Al finalizar el curso el estudiante presenta, sustenta y defiende el Informe final de sus prácticas pre-profesionales.	Al finalizar la unidad el estudiante presenta el diagnóstico comunicacional del centro de prácticas y el plan de prácticas para su aprobación y ejecución.	Presentación del diagnóstico comunicacional.  Presentación del plan de prácticas pre-profesionales.
	Al finalizar la unidad el estudiante ejecuta el plan de prácticas aprobado, identifica logros y limitaciones, implementa medidas producto del monitoreo y evaluación de actividades.	Ejecuta y pone en práctica el plan aprobado.  Recibe visitas programadas e inopinadas del docente supervisor.
	Al finalizar la unidad el estudiante desarrolla e implementa programas y actividades de comunicación y relaciones públicas y presenta, sustenta y defiende el informe final de practicas	Presenta y sustenta el informe final ante el jurado de prácticas pre-profesionales.

**6) Referencias bibliográficas**

Aparecida, M. (2011) *Relaciones públicas para el éxito de las organizaciones*. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Botero, L. (2014) *Teoría de los públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. Medellín: Universidad de Medellín.

Capriotti, P. (2009) *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago (Chile): Colección Libros de la Empresa.

Cervera, Á. (2012) *Comunicación total*. Madrid: ESIC.

Jiménez, A.- Coord. (2011) *Comunicación e imagen corporativa*. Barcelona: UOC.

Losada, J. (2010) *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Madrid: Planeta.

Otero, M; Pulido, M. (2018) *Planificación y técnicas de relaciones públicas*. Madrid: Síntesis.

Palencia, M. (2011) *90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas*. Madrid, Profit.

Preciado, Á. (2013) *Usos y prácticas de la comunicación estratégica en las organizaciones*. Bogotá: ECOE.

Rojas, O. (2012) *Relaciones públicas. La eficacia de la influencia*. Madrid: ESIC.

Soria, M. (2017) *La gestión estratégica de las relaciones públicas en organizaciones sociales*. Barcelona: UOC.

Tapia, A. (2015) *Fundamentos de las relaciones públicas*. Madrid: Pirámide.

Túñez, M. (2012) *La gestión de la comunicación en las organizaciones*. Zamora. Comunicación Social.

Túñez, M. (2015) *Comunicación corporativa. Claves y escenarios*. Barcelona: UOC.

Xifra, J. (2007) *Técnicas de las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.

## DÉCIMO CICLO

**1. Datos informativos**

- a. Curso : SEMINARIO DE TESIS
- b. Código : COS223
- c. Prerrequisito : Líneas de Investigación en Ciencias de la Comunicación
- d. N° de horas : Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total: 06 horas
- e. N° de créditos : 04
- f. N° Hrs. virtuales/unidad : 02
- g. Área curricular : Estudios específicos
- h. Ciclo del plan de estudios : X ciclo
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I)

**2. Sumilla**

El curso de Seminario de Tesis pertenece al área de estudios específicos, es de naturaleza teórico-práctica, y tiene como propósito formular el proyecto de investigación de tesis en las áreas de las ciencias de la comunicación social. El curso está dividido en dos unidades:

Unidad I: Formulación del problema de investigación.

Unidad II: Diseño metodológico del proyecto de investigación.

**3. Perfil del egresado**

RCE7: Capacidad para diseñar, formular y ejecutar actividades de investigación científica en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

**4. Competencia**

CE7: Diseña, formula y ejecuta actividades de investigación científica con teoría y metodología cuantitativa, cualitativa y mixta en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si: a.- Formula el proyecto de investigación de tesis en las áreas de las ciencias de la comunicación social	El estudiante debe saber: 1. Delimitación del tema de investigación. 2. Formulación del problema. 3. Revisión de antecedentes y marco teórico. 4. Formulación de objetivos e hipótesis. 5. Operacionalización de variables. 6. Diseño metodológico (población y muestra, técnicas e instrumentos de acopio y análisis) 7. Redacción en sistema APA.

**5. Evaluación del aprendizaje**

<b>Logro del curso</b>	<b>Logro de unidad</b>	<b>Evidencias</b>
Al finalizar el curso, el estudiante:	Al concluir la unidad, el estudiante:	Matriz de consistencia.

Presenta un proyecto de investigación de tesis coherente en las áreas de las ciencias de la comunicación social.	Formula un problema de investigación sistematizado en una matriz de consistencia.	
	Al concluir la unidad, el estudiante: Propone un proyecto de tesis de investigación en concordancia a la normativa vigente.	Perfil de proyecto de tesis.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bernedo, F.P. (2012). *La Investigación en Comunicación Social en América Latina, 1970-2000*. Lima: Fondo Ed. UNMSM.
- Callejo, J (2002). *Investigar las Audiencias - Un Análisis Cualitativo*. España: Paidós.
- Ferreira, A. (2011). *Metodología de la Investigación I*. Argentina: Encuentro.
- Ferreira, A. (2010). *Metodología de la Investigación II*. Argentina: Encuentro.
- Gómez, P. (2012) *Percepciones sobre la participación ciudadana en los medios de comunicación radial*. Puno: Revista Comuni@cción.
- Hernández, S. (2010). *Metodología de la Investigación Científica I*. 5ta. Edición, México: McGraw Hill S.A.
- Koberski, M. (2012). *Cómo iniciar a los jóvenes a la investigación científica, reflexiones y propuestas*. Argentina: Brujas.
- Lerma, H. (2012). *Metodología de la investigación: propuesta proyecto y anteproyecto*. 4ta, Edic. Colombia: Ecoe.
- Lozano J. (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, México: Pearson Educ.
- Scribano, A. (2012) *Metodología de la Investigación Social: Una indagación sobre las Prácticas del Enseñar y Aprender*. Argentina: Universitas.
- Serrano, F. (2009) *El Investigador en su Laberinto - La Tesis, un Desafío Posible*, España: Comunicación Social.
- Sierra, R. (2007). *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*. España: Thomson.
- Tamayo, M. (2012). *Metodología formal de la investigación científica*. México: Limus.
- Tapia, M. (2016). *El capital intelectual factor elemental para la calidad de servicios y la satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Puno*. Puno: Revista Comuni@cción, Vol. 7, Nro. 1.
- Tapia, M. (2018). *Estrategias comunicativas y su relación con la formación de hábitos del programa de segregación en la fuente y recolección selectiva de residuos sólidos de la Municipalidad Provincial de Puno*. Puno: Revista Comuni@cción Vol. 9 Nro. 2
- Vasilachis, I. 2009. *Estrategias de investigación cualitativa*. España: Gedisa S.A.

**1. Datos informativos**

- a. Curso :RELACIONES COMUNITARIAS Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIALES
- b. Código : COS 316
- c. Prerrequisito : Sin requerimientos
- d. Nº de horas : Teóricas: 03 Prácticas: 02 Total horas: 05
- e. Nº de créditos : 04
- f. Nº de horas virtuales / unidad : 01
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : X
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo, innovación

**2. Sumilla**

El curso corresponde al área curricular de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica; tiene como propósito que el estudiante desarrolle habilidades en gestión social para la generación de condiciones favorables para una empresa, institución u organización pública o privada; así como en la resolución de conflictos sociales. El curso estará dividido en dos unidades:

Unidad I: Relaciones comunitarias.

Unidad II: Resolución de conflictos sociales.

**3. Perfil de Egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

**4. Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
<p>El estudiante es competente si:</p> <p>a. Conoce los aspectos teóricos de las relaciones comunitarias.</p> <p>b. Propone un plan de relaciones comunitarias a partir de un diagnóstico.</p> <p>c. Conoce los aspectos teóricos para la resolución de conflictos sociales.</p> <p>d. Propone un plan de intervención para la resolución de un conflicto social a partir de su identificación.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Las relaciones comunitarias: creación de valor, la Interculturalidad y gestión socio ambiental-</li> <li>2. El diagnóstico de la zona de intervención y la preparación del plan de relaciones comunitarias</li> <li>3. Situación e Identificación de conflictos: Causas del conflicto, identificación de actores, contexto biogeográfico, contexto social, evolución del conflicto.</li> <li>4. Determinación del modelo de resolución de conflictos: situación, riesgos y posibles escenarios.</li> <li>5. Preparación del Plan de intervención temprana.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje:

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al terminar el curso el estudiante presenta un plan de relaciones comunitarias y un plan de intervención para la resolución de un conflicto para su presentación e implementación en los sectores involucrados cumpliendo los procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos para su realización.	Al terminar la unidad, el estudiante presenta un plan de relaciones comunitarias que cumpla procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos para su realización.	Elaboración de un plan de relaciones comunitarias que cumpla los procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos
	Al terminar la unidad, el estudiante presenta un plan de intervención para la resolución de un conflicto social, que cumpla procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos para su realización.	Propuesta de un plan de intervención para la resolución de un conflicto social que cumpla los procedimientos, normas y criterios técnicos establecidos.

## 6. Referencias Bibliográficas

Abarca, F. (2015). *Relaciones Comunitarias: Una perspectiva teórico – metodológica*. Puno, Perú: Altiplano

Ander Egg, S. (2015). *Instrumento de negociación en el contexto de la minería*. Perú: Corporación gráfica familiar SAC.

Castillo A. y Ponce D. (2015). *Comunicación de crisis 2.0*. Madrid: Fragua

Cottyn, H., Jahncke, J., Montoya, L. y otros (2016). *Las luchas sociales por la tierra en América Latina. Un análisis histórico, comparativo y global*. Lima, Perú: UNMSM.

Instituto de Estudios Peruanos (2009). *Minería y conflicto social*. Lima. Disponible en: <http://archivo.iep.pe/textos/DDT/mineriayconflictosocial.pdf>

León, C. (2011). *Guía de Relaciones Comunitarias. Ministerio de Energía y Minas*. Lima, Perú. Disponible en: <http://www.minem.gob.pe/minem/archivos/file/dgaam/guias/guiaelectricai.pdf>

Macassi, S. (2013). *Manual de cobertura periodística de conflictos socio ambiental. Comunicaciones aliadas*. Perú. Disponible en: <http://www.noticiasaliadas.org/manuales/manual-cobertura-periodistica.pdf>

Mora, C. (2006). *Manual de Relaciones comunitarias*, Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Lima. Disponible en: [https://www.mtc.gob.pe/portal/consultas/cid/Boletines\\_CID/17\\_DICIEMBRE/ARCHIVO/manual.pdf](https://www.mtc.gob.pe/portal/consultas/cid/Boletines_CID/17_DICIEMBRE/ARCHIVO/manual.pdf)

Onofre L. Terán J., Tintaya, O. y otros (2019). *Minería, conflicto y peritaje antropológico del “Aymarazo” en Puno*. Perú: Meru.

Ponce G., Chura C., Espinosa M. y otros (2018). *La idea de justicia en la resolución de conflictos en la central única distrital de la ronda campesina de Acora*. Puno, Perú: Zela

PRODIALOGO (2010). *Guía para la transformación de conflictos socio-ambientales*. Lima. Disponible en: <http://www.pnuma.org/gobernanza/documentos/PC%20Peru/Guia%20para%20la%20Transformacion%20de%20Conflictos%20Socioambientales.pdf>

**1. Datos informativos**

- a. Curso :EVALUACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE PROYECTOS
- b. Código : COS317
- c. Prerrequisito : No tiene
- d. Número de horas: : Teóricas: 03 Practicas: 02 Total 05 horas
- e. Número de créditos : 4
- f. N° de horas virtuales/unidad :1
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : X
- i. Características del componente :Capacidad para reflexionar sobre su cosmovisión y la del entorno

**2. Sumilla.**

El curso corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico – práctico, tiene como propósito adquirir conocimiento para identificar, analizar y describir la viabilidad de un proyecto social y sistematizar las experiencias, logros y limitaciones al evaluar y sistematizar un proyecto. El contenido comprende: importancia de la evaluación de los proyectos sociales, conceptos, tipos y metodologías de la evaluación, asimismo, los conceptos básicos, etapas, modelos, eje de sistematización.

Su estudio comprende las unidades:

I Unidad: Evaluación de proyectos sociales

II Unidad: Sistematización de experiencias de los proyectos.

**3. Perfil de egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible

**4. Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Evalúa proyectos sociales considerando los rasgos socioculturales y el contexto.</li> <li>Elabora análisis de costo, beneficio y efectividad en la evaluación de proyectos.</li> <li>Aplica los modelos y técnicas en los procesos de sistematización de experiencias de los proyectos.</li> <li>Realiza informes de sistematización de proyectos sociales considerando los parámetros establecidos.</li> </ol>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Conceptos básicos de la evaluación de proyectos sociales. Clases y tipos de la evaluación de proyectos.</li> <li>Metodología para la evaluación de proyectos.</li> <li>Diseño de evaluación y monitoreo del proyecto.</li> <li>Análisis costo, beneficio y efectividad.</li> <li>Elaboración del informe de evaluación de proyectos sociales</li> <li>Enfoques metodológicos, elementos, tipos, actores y etapas de la sistematización.</li> <li>Informe final de la sistematización.</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje.

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencia Acción/objeto/producto
Al concluir el curso el estudiante investiga, evalúa y sistematiza proyectos sociales y comunicacionales con esmero y responsabilidad.	Al terminar la unidad el estudiante demuestra habilidades para la evaluación de proyectos sociales con eficiencia y responsabilidad.	Presenta y expone el Informe de evaluación de un proyecto.
	Al terminar la unidad el estudiante demuestra habilidades para la sistematización de experiencias en proyecto sociales con eficiencia y responsabilidad.	Presenta y expone el Informe de sistematización.

## 6. Referencias bibliográficas

Abdón, M. (2000). *Guía Metodológica para la sistematización Participativo de Experiencias en Agricultura Sostenible*. El Salvador: PASOLAC,

Abarca, F. (2014). *Sistematización de experiencias Puno*, Perú: UNAP.

Aranibar, J y Aguilar, M. (2001). *Gestión de Programas y Proyectos en Salud, SEPASS*. Puno, Perú: Universidad Nacional del Altiplano.

Barnechea G. (1998), *Elementos epistemológicos y conceptuales sobres sistematización*. Lima – Perú: CEAL.

Berdegú, J. (2007). *Sistematización de Experiencias Locales de Desarrollo Rural*. FIDAMERICA Y PREVAL.

Colectivo IOE (2003). *Investigación-acción participativa: propuesta para un ejercicio activo de la ciudadanía*. Disponible en:

<http://www.investigaccio.org/www.investigaccio.org/ponencias/IAP.pdf>

Coronado, M. (2008). *Competencias sociales y convivencia: herramientas de análisis y proyectos de intervención*. Buenos Aires, Argentina: Noveduc.

Cohen, E. y Martínez, R. (2019). *Formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales*. Recuperado de:

<http://files.ujghpee.webnode.com/200000191-c6b90c7b32/Manual%20Formulacion%20Evaluacion%20y%20Monitoreo%20de%20Proyectos.pdf>

FAO (2004). *Guía Metodológica de Sistematización*. Tegucigalpa – Guatemala. PESA en Centroamérica.

Fontaine, E. (2008). *Evaluación Social de proyectos*. México, México: Pearson.

Jara, O. (2000). *Para sistematizar experiencias*. San José: Centro de Estudios y publicaciones ALFORJA.

Santibañez, E. y Alvares, C. (2001). *Sistematización y producción de Conocimiento para la Acción*. Santiago de Chile: CIDE.

ONU (2011). *Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Nueva York. Disponible en:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication\\_forum\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_forum_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)

Vásquez, E. y Aramburu, C. (2000). *Gerencia Social. Diseño Monitoreo y Evaluación de los Proyectos Sociales*. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.

Vásquez, E. et al, (2006). *Gerencia social. Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos sociales*. Lima, Perú: CIUP.

Cristina, A. *Como elabora un Plan de comunicación*. Disponible en: [http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion\\_BIC%20Galicia.pdf](http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf)

**1. Datos informativos.**

a. Curso	: DISCAPACIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL
b. Código	:COS406
c. Prerrequisito	: No tiene
d. Número de horas	: Teóricas: 02 Prácticas: 02 Total 04 horas
e. Número de créditos	:3
f. N° de horas virtuales/unidad	: 1
g. Área curricular	: Estudios de especialidad
h. Ciclo del plan de estudios	:X
i. Características del Cursos	:Responsabilidad social y compromiso ciudadano.

**2. Sumilla.**

El curso de Discapacidad e Inclusión Social pertenece al área curricular de estudios de especialidad es de naturaleza teórico – práctica, tiene como propósito contribuir a crear conciencia entre los diversos actores sociales de la sociedad civil y en particular a los estudiantes universitarios, respecto de la necesidad de contribuir esfuerzos para disminuir y eliminar las barreras de todo índole que imposibilitan la integración de las personas con discapacidad, personas vulnerables y con habilidades diferentes en la sociedad.

El contenido comprende:

I Unidad: Las políticas públicas sobre equidad y justicia social y promoción de la igualdad de oportunidades sin discriminación,

II Unidad: Acceso universal a servicios de Públicos; educación, cultura, deporte, salud y a la seguridad social.

**3. Perfil de egreso**

RCE3: Capacidad para investigar, dirigir, planificar y evaluar proyectos en el campo de la comunicación para el desarrollo desde una perspectiva del desarrollo humano sostenible.

**4. Competencia**

CE3: Investiga la problemática socioeconómica de la población, formulando y gestionando proyectos de desarrollo y/o con el componente comunicacional desde la perspectiva del desarrollo humano sostenible, a través de modelos participativos y estrategias de comunicación para el desarrollo.

<b>Criterio de desempeño</b>	<b>Conocimiento y comprensión esenciales</b>
El estudiante es competente si:	El estudiante debe saber:
a. Analiza la Ley de personas con discapacidad permitiendo la toma de conciencia y la valoración de las personas con discapacidad, personas vulnerables y habilidades diferentes para su inclusión social.	1. Personas con discapacidad. Ley sobre personas con discapacidad. El Acuerdo Nacional y el objetivo sobre Equidad y Justicia Social.
b. Identifica las políticas públicas sobre la promoción de la igualdad de oportunidades sin discriminación y de CONADIS permitirán sensibilizar para que las personas con discapacidad se inserten en la sociedad y con responsabilidad.	2. Políticas públicas. La promoción de la igualdad de oportunidades sin discriminación. Expresiones de discriminación contra los discapacitados. La reducción y posterior erradicación de estas expresiones de desigualdad. 3. Políticas públicas de acceso universal a una educación pública gratuita y de calidad y promoción y defensa de la cultura y del deporte

<p>c. Analiza las políticas públicas sobre el acceso universal a una educación pública gratuita y de calidad, la promoción y defensa de la cultura y del deporte y el acceso universal a los servicios de salud y a la seguridad social de las personas con discapacidad, personas vulnerables y con habilidades diferentes con compromiso y solidaridad para impulsar su inclusión social.</p>	<p>para su incorporación activa a la vida social. La educación peruana y los valores éticos, sociales y culturales, la incorporación de las personas con discapacidad a la educación, cultura y deportes.</p> <p>4. Los servicios de salud y a la seguridad social para personas con discapacidad.</p>
---	--

## 5. Evaluación del Aprendizaje.

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/Producto)
<p>Al concluir el curso el estudiante conoce y practica las políticas públicas de igualdad de oportunidades y la normatividad de las personas con discapacidad.</p>	<p>Al terminar la primera unidad el estudiante elabora y expone el informe sobre los derechos de las personas con discapacidad.</p>	<p>Trabajos académicos (Monografía) sobre la aplicación de la Ley de personas con discapacidad.</p>
	<p>Al terminar la segunda unidad conoce sobre las políticas públicas y su aplicación con las personas discapacitadas.</p>	<p>Trabajos académicos (Ensayo) sobre la aplicación de las políticas públicas sobre las personas con discapacidad.</p>

## 6. Referencias bibliográficas

Beltrán, C. (2014). *Políticas públicas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres: análisis de la viabilidad de diecisiete planes regionales de igualdad de oportunidades en el Perú, en el periodo 2006-2010.*

Defensoría del Pueblo del Perú (2011). Cuarto Reporte de la Defensoría del Pueblo sobre el cumplimiento de la Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.

FONCODES (2002). Desafíos de las políticas sociales superación de la pobreza e integración social en América Latina. Lima.

CEPAL (2019). Programas sociales, superación de la pobreza e inclusión laboral.

Hurtado, M., Aguilar, J., Mora, A. et al. (2012). Identificación de las barreras del entorno que afectan la inclusión social de las personas con discapacidad motriz de miembros inferiores.

Congreso de la República del Perú (13 diciembre 2012). Ley 29973. Ley General de las personas con discapacidad en el Perú.

MIDIS (2019). Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030, documento de trabajo.

MIMDES (2003). Políticas públicas sobre discapacidad Decreto Supremo N° 009-2003-MIMDES.

Torres, J. y C. Salinas (2016). Impacto laboral potencial del acceso a Pensión 65: Un primer análisis. Lima: Universidad del Pacífico [en línea] [http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/informe\\_final\\_impacto\\_laboral\\_pension\\_65\\_up\\_2016.pdf](http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/informe_final_impacto_laboral_pension_65_up_2016.pdf).

**1. Datos informativos**

- a. Curso : ANÁLISIS DE CINE (E)
- b. Código : COS 407
- c. Prerrequisito : Ninguno
- d. N° de horas : Teóricas: 2, Prácticas: 2; Total: 4
- e. N° de créditos : 3.00
- f. N° de Hrs. virtuales/unidad : 01
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : X
- i. Características del curso : Capacidad creativa, crítica y autocrítica.

**2. Sumilla**

El curso análisis de cine corresponde al área curricular de estudios de especialidad; y es de naturaleza teórico-práctico. El propósito es otorgar al estudiante las herramientas metodológicas necesarias para el análisis de contenido cinematográfico internacional y nacional, desde una perspectiva pluricultural, elevando su compromiso social. El curso está organizado en dos unidades:

Primera unidad: Historia, géneros y temática de obras cinematográficas.

Segunda unidad: Análisis de obras cinematográficas.

**3. Perfil de Egreso**

RCE5: Capacidad para Investigar, planificar, producir y evalúa proyectos de producción en medio que contribuyan al desarrollo de los ámbitos estratégicos de la sociedad.

**4. Competencia**

CE5: Investiga, planifica, elabora, valida, ejecuta y publica proyectos visuales, audiovisuales, de audio y de contenidos digitales para contribuir al desarrollo de la sociedad.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente si:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Aplica herramientas metodológicas para analizar obras cinematográficas internacionales y nacionales.</li> <li>b. Distingue las dimensiones estéticas, ideológicas, éticas y sociales del contexto de las obras, analizándolas de forma crítica, con apertura mental y tolerancia.</li> </ul>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El cine como vehículo de cultura, entretenimiento, industria, expresión artística y medio de comunicación.</li> <li>2. Historia del cine- De los hermanos Lumiere al cine en 3D</li> <li>3. Géneros cinematográficos: Drama, comedia, musical, western, thriller, biopic, histórico, acción, policial y animación.</li> <li>4. Análisis cinematográfico. Texto y subtexto. Niveles del análisis: el lenguaje, la representación, la narración y la comunicación.</li> <li>5. Temas controversiales en el cine: sociedad, sexo, género, ideología, cultura, identidad, situaciones límite.</li> <li>6. Cine latinoamericano, peruano y regional: temática, directores, perspectivas. El cine puneño</li> </ol>

## 5. Evaluación del aprendizaje

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (acción/objeto/producto)
Al concluir el curso, el estudiante: Analiza el contenido cinematográfico de obras internacionales y nacionales desde una perspectiva pluricultural, elevando su compromiso social, permitiendo una comprensión cultural, estética y ética del fenómeno cinematográfico.	Al finalizar la unidad, el estudiante: Identifica el proceso histórico, géneros y temática de las obras cinematográficas	-Exposición sobre el proceso histórico y géneros del cine. -Monografía sobre los aspectos temáticos, éticos, estéticos y culturales del cine
	Al finalizar la unidad, el estudiante: Analiza obras cinematográficas empleando metodología adecuada	-Trabajo de análisis sobre obra mundial o latinoamericana. -Trabajo de análisis sobre obra nacional o internacional vinculada a ámbito estratégico de la sociedad.

## 6. Referencias bibliográficas

- Bustamante, E. (2017). *Las miradas múltiples. El cine regional peruano*. Lima: Universidad de Lima.
- Cassetti, F. (1996). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Código Cine, (2019). *Revista de análisis, ensayo y reflexión sobre cine*. Disponible en: <https://codigocine.com>
- Heritage, A. (2012), *Grandes películas. 100 años de cine*, Londres, Parragón. Londres: Pinguin.
- Huayhuaca, J. (2012). *Elogio de la luz y otros ensayos*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.
- Imbert, G. (2010). *Cine e imaginarios sociales. El cine postmoderno como experiencia de los límites*. Madrid: Cátedra.
- León, I. y Cárdenas, F. (2017). *Hablemos de cine (Antología) Volumen 1*. Lima: PUCP.
- Llosa, C. (2010), *La teta asustada*. Lima: Norma.
- Muller, R. y Thomas, W. (2013). *Cine y regímenes autoritarios del siglo XX*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Noriega, J. y Morales, J. (2015). *Cine andino*. Lima: UNMSM.
- Peñuelo, E. y Ambretta, M. (1995). *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs.
- Sánchez, J. (2018). *Historia del cine. Teorías, estéticas, géneros*. Madrid: Alianza Editorial.
- Schmidt, M. (2008). *Análisis de la realización cinematográfica*. Madrid: Síntesis.
- Ubilluz, J. (2012). *La pantalla detrás del mundo. Las ficciones fundamentales de Hollywood*. Lima: Red para el desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

**1. Datos informativos**

- a. Curso : PROTOCOLO Y ETIQUETA SOCIAL (E)  
 b. Código : COS- 408  
 c. Prerrequisito : No tiene  
 d. Número de horas : Teóricas: 2 Prácticas: 2 Total: 4  
 horas  
 e. Número de créditos : 3.00  
 f. Número de horas virtuales /unidad : 2  
 g. Área curricular : Estudios de especialidad  
 h. Ciclo de plan de estudios : X  
 i. Características del curso :Asesoramiento de comunicación interna y externa Capacidad de liderazgo y dirección.

**2. Sumilla.**

El curso pertenece al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico práctica, tiene como propósito fortalecer las capacidades para el desarrollo del protocolo, ceremonial y etiqueta social en las organizaciones públicas y privadas. El contenido del curso comprende dos unidades:

- 1.- El protocolo y ceremonial
- 2.- Etiqueta social.

**3. Perfil de egreso**

RCE1: Capacidad para diseñar, adaptar y planificar recursos estratégicos de la comunicación para fortalecer procesos de interacción entre población, organización y sociedad con responsabilidad y creatividad.

**4. Competencia**

CE1: Utiliza la comunicación para producir mensajes creativos y persuasivos; organizando y gestionando actividades de comunicación generadoras de opinión; reconociendo los límites legales, éticos y deontológicos del ejercicio de las Ciencias de la Comunicación Social.

Criterios de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
<p>El estudiante es competente sí:</p> <p>a. Aplica de modo pertinente las normas de protocolo y ceremonial,</p> <p>b. Establece el orden de precedencias para los actos y ceremonias protocolares.</p> <p>c. Redacta y diseña documentos de información institucional y protocolares.</p> <p>b. d) Aplica las normas de etiqueta social acuerdo a la naturaleza de los eventos.</p>	<p>El estudiante debe saber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planificación de eventos.</li> <li>2. Normas de protocolo y ceremonial del Estado según tipo de evento.</li> <li>3. Redacción y flujo de documentos protocolares e institucionales.</li> <li>4. Precedencias en mesa y palco de honor.</li> <li>5. Normas de etiqueta social, valores y comportamiento.</li> <li>6. Protocolo, normas y ceremonial del estado</li> <li>7. Cuadro de precedencias, mesa de honor, honores militares y civiles</li> <li>8. Boletín y nota de prensa, comunicado oficial, tarjetas, oficios y condecoraciones</li> <li>9. Etiqueta social, presentaciones, saludos, invitado y huésped.</li> </ol>

## 5. Evaluación de aprendizaje

Logro del curso	Logro de la unidad	Evidencias Acción/objeto/producto
Al terminar el curso el estudiante organiza eventos y actos protocolares en los ámbitos públicos y privados.	Al terminar la unidad, el estudiante organiza y ejecuta eventos protocolares y sociales.	Organiza un evento protocolar.
	Al terminar la unidad, el estudiante elabora documentos protocolares e institucionales y aplica normas de etiqueta social y urbanidad.	Evidencia de documentos protocolares elaborados. Evidencia de desempeño de etiqueta social en una reunión.

## 6. Referencias bibliográficas

- Aries, J. (2002). *Posicionamiento la batalla por su mente*. México: Ofcloma.
- Cabero, C. (2012). *Organización de reuniones y eventos*. España: Paraninfo.
- Canciceanes, D. (2008) *Etiqueta y marketing personal*. Perú: Palomino
- Constitución Política del Perú, (1993) Perú: Congreso de la Republica
- Gruning, J. (2005). *Relaciones públicas*. México: Limusa,
- Jinjena, R. (2011). *Organización de eventos, Problemas e imprevistos*. Ecuador: Edarsi
- Mccloskey, M. (2001). *Etiqueta para profesionales*. Colombia: Norma.
- Muñoz, S. (2011). *Protocolo y relaciones públicas*. España: Paraninfo.
- Olivera, D. (2009). *Organización de Eventos*. Cuba: Félix Varela
- Pereira, M. (2011). *Desarrollo personal y autoestima*. Colombia: U.
- Ucu Ediciones (2018). *Protocolo y etiqueta*. Colombia: DGP SAS.

## 1. Datos informativos

- a. Curso : PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO
- b. Código : COS409
- c. Prerrequisito : Gestión de proyectos de comunicación para el desarrollo
- d. N° de horas : Teóricas: 02 Prácticas: 04 Total de horas: 06
- e. N° de créditos : 04
- f. N° de horas virtuales/unidad : 01
- g. Área curricular : Estudios de especialidad
- h. Ciclo del plan de estudios : X ciclo
- i. Características del curso : Investigación, desarrollo e innovación.

## 2. Sumilla

El curso de Prácticas Pre-profesionales en Comunicación para el Desarrollo, corresponde al área de estudios de especialidad, es de carácter teórico-práctico, el propósito es promover la participación directa y activa en organizaciones sociales, entidades gubernamentales y no gubernamentales y se caracteriza por diseñar planes y proyectos de desarrollo en concordancia a las ODS 2030, Plan Nacional 2021, planes sectoriales, regionales, locales, considerando para el sector público el *invierte.pe* y el marco lógico en el caso de instituciones privadas, o los que la organización cuente.

El curso tiene tres unidades:

Unidad I: Diagnóstico y plan de prácticas

Unidad II: Ejecución del plan de prácticas, monitoreo y evaluación de actividades.

Unidad III: Redacción del informe de prácticas documentado, presentación y sustentación ante los jurados.

## 3. Perfil de Egreso

RCE8: Capacidad para diagnosticar, planificar, evaluar y ejecutar actividades de comunicación en sus centros de prácticas pre profesionales, llevando la teoría a la práctica.

## 4. Competencia

CE8: Aplica los conocimientos adquiridos durante su formación académica en el diagnóstico, planificación, evaluación y ejecución de actividades en medios de comunicación, instituciones públicas y/o privadas, ONGs y otras organizaciones.

Criterio de desempeño	Conocimiento y comprensión esenciales
El estudiante es competente sí: a. Diagnostica y elabora el plan de prácticas pre-profesionales en comunicación para el desarrollo. b. Ejecuta las diferentes campañas, proyectos, programas u otros propuestos en el plan de prácticas pre-profesionales, con responsabilidad y ética. c. Presenta, sustenta y defiende el informe final de las prácticas pre- profesionales, así mismo da cuenta de experiencias, procesos y metodologías en comunicación para el desarrollo, que ejecutó de manera exitosa.	El estudiante debe saber: 1. Enfoque, modelos y proyectos de comunicación para el desarrollo, ODS 2030, Plan Nacional 2021, planes sectoriales, regionales, locales, el <i>invierte.pe</i> y el marco lógico. 2. Diagnóstico, plan de prácticas e Implementación de estrategias de comunicación e intervención social. 3. Sistematización e Informe final y sustentación de prácticas pre-profesionales.

**5. Evaluación del aprendizaje:**

Logro del curso	Logro de unidad	Evidencias (Acción/objeto/producto)
Al finalizar el curso el estudiante presenta, sustenta y defiende el informe final de sus prácticas pre-profesionales.	Al término de la unidad el estudiante presenta el diagnóstico comunicacional del centro de prácticas y el plan de prácticas para su aprobación y ejecución.	Presentación del diagnóstico comunicacional. Presentación del plan de prácticas.
	Al término de la unidad el estudiante ejecuta el plan de prácticas aprobado, identifica logros y limitaciones, implementa medidas producto del monitoreo y evaluación de los proyectos, programas, campañas u otros.	Ejecuta y pone en práctica el plan aprobado. Recibe visitas programadas e inopinadas del docente supervisor.
	Al término de la unidad el estudiante redacta el informe final, sustenta y defiende el informe de las prácticas pre-profesionales.	Presenta y sustenta el informe final ante el jurado de prácticas pre-profesionales.

**6. Referencias Bibliográficas**

- Lozada, J. C. (2010). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. España: Planeta S.A.
- Castañeda, M. (2005). *Comunicación y desarrollo local*. Perú: Calandria.
- Izurieta R., y Rubén C. (2009). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: Crujía.
- Gonzales, L. (2016). *Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo*. España: Cideal.
- Machaca, P. (2012). *Dirección de campañas, estrategias y medios*. Perú: UNA-P.

**VII. ADMINISTRACIÓN DEL CURRÍCULO****7.1. Plana docente**

	Apellidos Y Nombres	Categoría	Condición	Especialidad	Grado Académico
1	Vargas Irure, René Jesús	Principal	Nombrado	Dr. En Ciencias Sociales. Mg. en Comunicación Social - Mención en Investigación en Comunicación	Dr.
2	Apaza Quispe, Javier Arturo	Principal	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales	Dr.
3	Flores Mamani, Emilio	Principal	Nombrado	Dr. en Ciencias, Programa Administración	Dr.
4	Vera Vera, Eland Dick	Principal	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales - Especialidad Sociología	Dr.
5	Vera Del Carpio, María Del Rosario	Principal	Nombrado	Dra. en Administración	Dra.
6	Tapia Cruz, Mauro Octavio	Principal	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales	Dr.
7	García Tejada, Mario Luis	Principal	Nombrado	Dr. en Comunicación Y Desarrollo.	Dr.
8	Machaca Ari, Paulino	Principal	Nombrado	Dr. en Comunicación Y Desarrollo	Dr.
9	Huanca Rojas, Félix	Principal	Nombrado	Dr. en Educación	Dr.
10	Del Carpio Flores, Cesar Eleodoro	Principal	Nombrado	M. Sc. en Desarrollo Rural	M. Sc.
11	Gómez Pineda, Fermín Edgar	Asociado	Nombrado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach.

12	Montesinos Condo, Romel Alfredo	Asociado	Nombrado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach.
13	Alemán Cruz, Leoncio Efraín	Asociado	Nombrado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach
14	Abarca Macedo, Flavio Demetrio	Auxiliar	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales	Dr.
15	Yucra Mamani, Yudi Janeth	Auxiliar	Nombrado	Dr. En Ciencias Sociales	Dra.
16	Mamani Gamarra, Javier Elías	Auxiliar	Nombrado	Dr. En Ciencias Sociales	Dr.
17	Peñarrieta Bedoya, Liceli Gabriela	Auxiliar	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales. Mg. en Comunicación Social, Mención en Comunicación y Educación	Dra.
18	Rodríguez Rocha, Luigi Hedrik	Auxiliar	Nombrado	Dr. en Ciencias Sociales. Maestro en Periodismo. (Revalidado)	Dr.
19	Gómez Bailón, Percy	Auxiliar	Nombrado	M.Sc. en Ciencias Sociales, Mención Comunicación para el Desarrollo	M. Sc.
20	Aragón Cruz, Walker Ernesto	Auxiliar	Contratado	Dr. en Ciencias Sociales	Dr.
21	Vilca Cutipa, Gilberto	Auxiliar	Contratado	Dr. en Ciencias Sociales	Dr.
22	Torres Pacheco, Edward Hipólito	Auxiliar	Contratado	Dr. en Administración de la Educación	Dr.
23	Bobadilla Quispe, María	Auxiliar	Contratado	M.Sc. en Ciencias Mención Psicología Clínica Educativa	M.Sc.

				Infantil y Adolescencia	
24	Flores Rodríguez, Magda Rivana	Auxiliar	Contratado	M.Sc. en Ciencias Sociales. Mención en Comunicación para el desarrollo	M.Sc.
25	Mercado Esteves, Jessica	Auxiliar	Contratado	Mg. en Ciencias Psicología	Mg.
26	Panca parillo, Víctor Raúl	Auxiliar	Contratado	M.Sc. Contabilidad y Administración. Mención: Gestión gubernamental y desarrollo empresarial	M.Sc..
27	Machaca Avilés, Mao Tsetung	Auxiliar	Contratado	Mg. Administración en Comunicación	Mg.
28	Apaza Meneses, Raúl Rodolfo	Auxiliar	Contratado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach
29	Gutiérrez Bravo, Felipe	Auxiliar	Contratado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach.
30	Palomino Asqui, Dulio Cesar	Jefe de prácticas	Contratado	Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social	Bach

## 7.2 Infraestructura y equipamiento

PABELLON 1		
Nº	DENOMINACIÓN	DESCRIPCIÓN
101	Mantenimiento y reparaciones	Se encuentran equipos diferentes desde cámaras filmadoras, fotográficas, laptops, data display, trípodes, parlantes, micrófonos, televisores, computadoras, etc. Medios o materiales didácticos de apoyo instrumental.
102	Auditorio de Comunicación	Capacidad 150 personas – sustentación de tesis
103	Coordinación de Prácticas pre profesionales	Tutoría universitaria Guardería de la Escuela
104	Coordinación de Responsabilidad Social	Proyección social y extensión universitaria
105	Laboratorio de Radio	Computarizado
106	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
107	Dirección de Escuela	Secretaría y Dirección del departamento Académico.
108	Oficina	Comité de calidad y acreditación, Coordinación de investigación.
109	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
110	Sala de docentes	Para reunión de docentes; cuenta con mesas y sillas. Tiene división para sesiones de tutoría y asesoría de tesis.

PABELLON 2		
111	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
112	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
113	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
114	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
115	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
116	Biblioteca Especializada	Cuenta con bibliografía actualizada de las diferencias áreas de formación.
117	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
118	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
119	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
120	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
121	Aula	Ambiente de enseñanza destinado para salón de clase con carpetas, pupitre y una pizarra acrílica.
122	SS. HH.	Estudiantes varones y damas
123	SS. HH.	Docentes varones y damas

PABELLON DE CIENCIAS SOCIALES		
124	Oficina	Coordinación académica de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social

EDIFICIO LABORATORIO DE ALTA ESPECIALIZACIÓN			
Piso 1	125	Laboratorio de televisión	equipos diversos, muebles y sillas
	126	Vestuario damas varones	
	127	Laboratorio de fotografía	
	128	Laboratorio de radio	
	129	Coordinación de laboratorio	
	130	Laboratorio de ediciones	
	131	SS. HH.	
Piso 2	132	Laboratorio de marketing	equipos diversos, muebles y sillas
	133	Laboratorio de prensa	
	134	Laboratorio de producción audiovisual Laboratorio	
	135	comunicación para el desarrollo	
	136	SS. HH.	
Piso 3	137	Laboratorio de relaciones públicas	equipos diversos, muebles y sillas
	138	Laboratorio de multimedia	
	139	Laboratorio de diseño gráfico	
	140	Laboratorio de investigación	
	141	Laboratorio de publicidad	

PABELLÓN ADMINISTRATIVO DE LA UNA PUNO			
Piso 1	142	Depósito de la EP. Ciencias de la Comunicación Social( sótano)	Materiales, equipos, instrumental y enseres.

### 7.3. Recursos didácticos

La Escuela Profesional cuenta con una biblioteca especializada que brinda atención permanente a estudiantes, docentes y público en general. Cuenta con una sala de estudio y lectura con las comodidades tanto para docentes como para estudiantes y hasta el mes de mayo 2020 se tiene 3,500 libros de todas las áreas de estudio de las ciencias de la comunicación y 550 tesis. En cuanto a la atención de la biblioteca, en el 2019 I se prestó para sala de lectura 440 libros y para domicilio 489. En el semestre 20219 II se prestó para lectura en sala 1076, mientras que para domicilio fue de 714 libros.

#### Tesis y libros

##### Biblioteca especializada de la E.P. Ciencias de la Comunicación Social

CONCEPTO	CANTIDAD	EN SISTEMA
Tesis	550	550
Libros	3500	1200

#### Libros prestados para Sala. Semestre 2019 - I

MES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abril	77	18.24
Mayo	92	21.8
Junio	121	28.67
Julio	132	31.27
total	422	100

#### Libros prestados para Sala.

##### Semestre 2019 II

MES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Agosto	121	11.24
Setiembre	143	13.23
Octubre	129	12
Noviembre	145	13.5
Diciembre	538	50
Total	1076	100

#### Libros prestados a Domicilio.

##### Semestre 2019- I

MES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Abril	84	17.2
Mayo	134	27.
Junio	149	30
Julio	122	24.9
	489	100

**Libros prestados a Domicilio.****Semestre 2019 II**

MES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Agosto	134	18.8
Setiembre	156	21.8
Octubre	148	20.7
Noviembre	125	15.5
Diciembre	178	25
Total	714	100

**7.4. Denominación del grado académico y título profesional****7.4.1. Grado Académico: Bachiller en Ciencias de la Comunicación Social**

Requisitos Académicos:

- Haber logrado el perfil de egreso
- Lo establecido por la Ley Universitaria
- Investigación:
- Aprobar un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero de preferencia inglés o lengua nativa, para optar el grado de bachiller en Ciencias de la Comunicación Social

**7.4.2. Título Profesional: Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social**

Requisitos: (Art. 45 Ley N° 30220)

- Título Profesional: requiere del grado de Bachiller y la aprobación de una tesis o trabajo de suficiencia profesional.
- Las universidades acreditadas pueden establecer modalidades adicionales a estas últimas.
- El título profesional sólo se puede obtener en la universidad en la cual se haya obtenido el grado de bachiller.

**7.4.3. Duración de los estudios:**

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

Todas las carreras en la etapa de pregrado se pueden diseñar, según módulos de competencia profesional, de manera tal que a la conclusión de los estudios de dichos módulos permita obtener un certificado, para facilitar la incorporación al mercado laboral. Para la obtención de dicho certificado, el estudiante debe elaborar y sustentar un proyecto que demuestre la competencia alcanzada.

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.

### **7.5. Organización académico administrativo de la Facultad**

La Facultad de Ciencias Sociales es una unidad de formación académica, profesional y de gestión. Está conformada por las siguientes Escuelas profesionales: Sociología, Antropología, Turismo, Comunicación, Arte y Departamento de Humanidades. El gobierno de la Facultad se ejerce a través de: El Consejo de Facultad y El Decano.

#### **7.5.1. Consejo de Facultad**

El Consejo de Facultad es el órgano de gobierno de la Facultad. La conducción y su dirección le corresponden al Decano, las atribuciones son:

- Proponer al Consejo Universitario la contratación, nombramiento, ratificación y remoción de los docentes.
- Aprobar los currículos y los planes de estudio, elaborados por las Escuelas Profesionales
- Dictar el reglamento académico de la Facultad que comprende las responsabilidades de los docentes y estudiantes así como los regímenes de estudio, evaluación, promoción y sanciones dentro de las normas establecidas por el estatuto.
- Conocer y resolver todos los demás asuntos que se presenten dentro del área de su competencia.
- Aprobar comisiones permanentes y especiales para realizar actividades específicas

#### **7.5.2 Decano**

El Decano es la máxima autoridad de gobierno de la Facultad, representa a la Facultad ante el Consejo universitario y la Asamblea Universitaria. Es elegido conforme a la ley universitaria.

##### **Atribuciones del Decano:**

- Presidir el Consejo de Facultad
- Dirigir administrativamente la Facultad
- Dirigir académicamente la Facultad, a través de los Directores de Escuelas Profesionales, Departamentos Académicos y Unidades de posgrado.

- Representar a la Facultad ante la Asamblea Universitaria y ante el Consejo de Universitario.
- Designar a los Directores de las Escuelas Profesionales, institutos de Investigación y las Unidades de posgrado.
- Proponer al consejo de Facultad, sanciones a los docentes y estudiantes que incurran en faltas.
- Presentar al Consejo de Facultad, para su aprobación, el plan anual de funcionamiento y desarrollo de la Facultad y su informe de gestión
- Proponer al Consejo de Facultad el nombramiento de comisiones permanentes y otras
- Conceder licencias hasta por un mes a docentes de Facultad. Refrendar los diplomas.

### **7.5.3. Escuela Profesional**

La Escuela profesional es la organización encargada del diseño y actualización curricular de una carrera profesional, así como dirigir su aplicación, para formación y capacitación permanente, hasta la obtención del grado académico y título profesional.

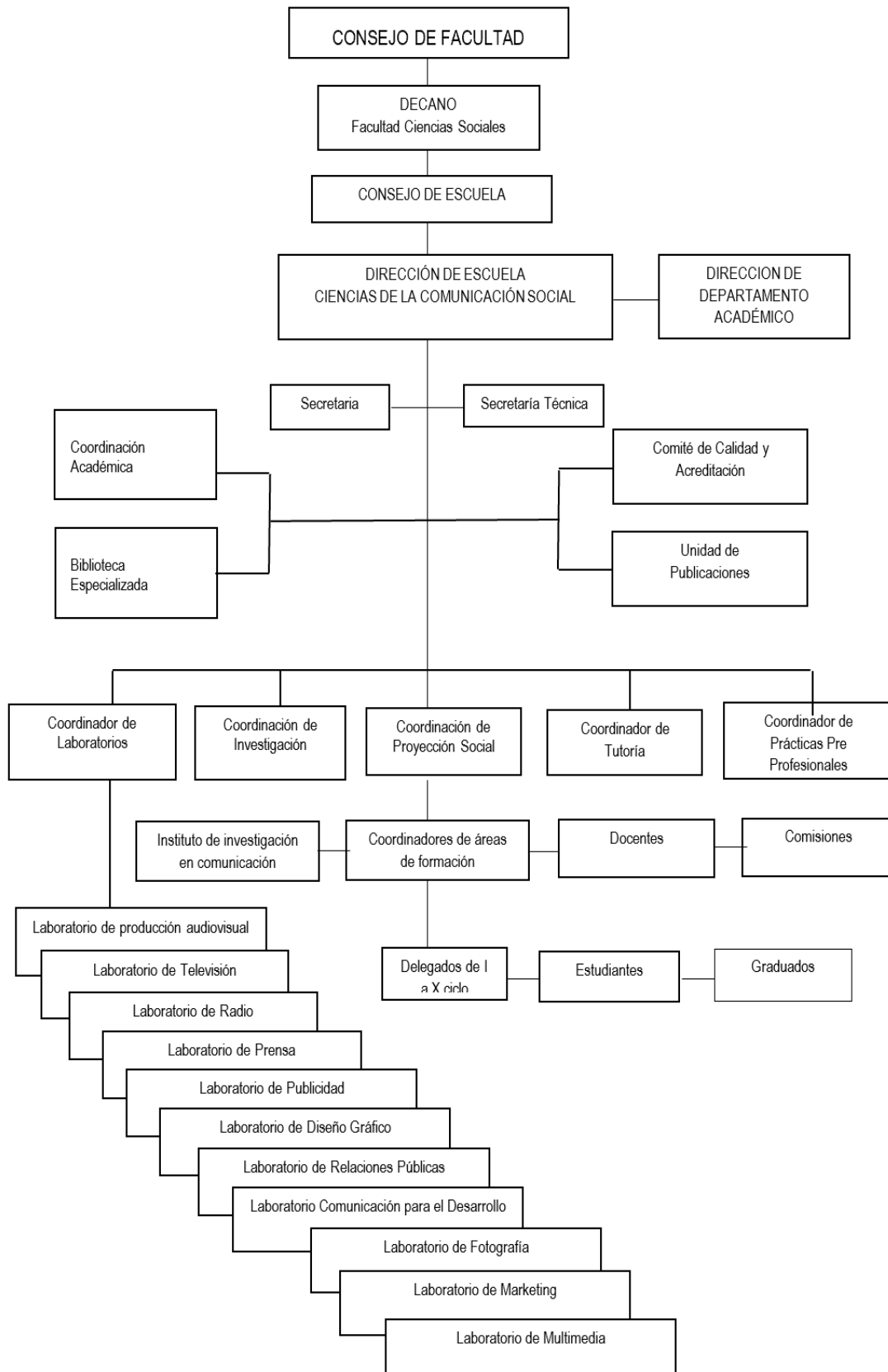
Las Escuelas Profesionales están dirigidas por un Director de Escuela, designado por el Decano entre los docentes principales de la Facultad con doctorado en la Especialidad, correspondiente a la Escuela.

El Director del Departamento Académico es elegido entre los docentes principales por los docentes ordinarios pertenecientes.

#### **Unidades operativas de la Escuela**

- Comité de Calidad y Acreditación
- Coordinador de investigación
- Coordinación de laboratorio
- Coordinación de responsabilidad social
- Coordinación de tutoría
- Coordinación de prácticas pre profesionales
- Coordinación académica
- Comisión de Evaluación curricular. Convalidaciones. Evaluación de sílabos.
- Economía. Plan estratégico. Otros
- Docentes, Estudiantes, Graduados.

## ORGANIGRAMA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



## 7.6. Cuadro de equivalencias de planes de estudios

PLAN DE ESTUDIOS CONCLUIDO 2008-2012 Versión 2.0				PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE 2015-2019 Versión 3.0			
Sem.	Curso	T de Hs	Créditos	Ciclo	Curso	T de Hs	Créditos
I	Metodología y Técnicas del Aprendizaje	4	3	I	Taller de estrategias cognitivas para el aprendizaje	4	3
I	Técnicas de expresión oral	6	4	I	Taller de expresión oral	6	4
I	Introducción a ciencias de la comunicación	6	5	I	Introducción a las ciencias de la comunicación	6	5
I	Comunicación escrita	6	5	I	Comunicación escrita y comprensión de textos	5	4
I	Matemática y lógica	3	3	I	Matemática básica	4	3
I	Psicología de la comunicación	3	3	I	Desarrollo personal	5	4
II	Taller de comunicación escrita	6	5	II	Taller de producción de textos	6	4
II	Métodos y técnicas de animación sociocultural (E)	5	4		Sin Equivalencia		
II	Educomunicación y medio ambiente (E)	5	4	II	Medio ambiente y desarrollo sostenible	4	3
II	Sociología y estructura social	4	3		Sin equivalencia		
II	Antropología e Interculturalidad	4	3	II	Cultura y sociedad	5	4
II	Creatividad en medios	6	5	II	Creatividad en comunicación	5	4
II	Lenguaje de los medios	5	4		Sin equivalencia		
III	Géneros periodísticos	4	3	III	Redacción periodística	5	4
III	Diseño de campañas comunicacionales (E)	5	4		Sin equivalencia		
III	Fuentes y archivos periodísticos (E)	5	4		Sin equivalencia		
III	Realización Radial	6	4	III	Producción en audio	6	4
III	Relaciones Humanas	5	4		Sin equivalencia		
III	Teorías de la Comunicación	6	5	III	Teorías de la comunicación	6	5
III	Estadística Social	4	3	II	Estadística	4	3
IV	Fundamentos de Marketing	4	3	IV	Fundamentos de marketing	4	3
IV	Comportamiento Organizacional	5	4	IV	Comportamiento organizacional	4	3
IV	Taller de Periodismo Informativo	6	4		Sin equivalencia		
IV	Taller de producción radial	6	4	IV	Taller de producción en audio	6	4
IV	Comunicación visual y fotografía	5	4	IV	Comunicación visual y fotografía	6	5
IV	Cultura virtual (e)	4	4		Sin equivalencia		
IV	Análisis y crítica de cine (e)	4	4	X	Análisis de Cine (e)	4	3
V	Estudios de mercado (e)	4	3	V	Investigación de mercados	4	3
V	Opinión pública (e)	4	3	V	Opinión pública	5	4
V	Teoría de las relaciones públicas	4	3	V	Teorías de las relaciones públicas	4	3
V	Taller de diseño y producción gráfica	6	5	VI	Taller de diseño gráfico	6	4
V	Producción audiovisual	6	5	V	Producción audiovisual	6	4
V	Taller de producción fotográfica	6	5	V	Taller de producción fotográfica	6	4
V	Filosofía y epistemología	4	3		Sin equivalencia		
VI	Estratégicas de marketing	4	3	VI	Estrategias de marketing	4	3
VI	Programación de las relaciones públicas	5	4	VI	Planificación y programación de las relaciones públicas	6	5
VI	Taller de periodismo interpretativo	6	5		Sin equivalencia		

VI	Comunicación para el desarrollo	5	4	VI	Teorías y modelos de la comunicación para el desarrollo	4	3
VI	Taller de producción audiovisual	6	5	VI	Taller de producción audiovisual	6	4
VI	Investigación científica	4	3	IV	Metodología de la investigación científica	4	3
VII	Organización de eventos y protocolo institucional	4	3		Sin equivalencia		
VII	Taller de periodismo de opinión	6	5		Sin equivalencia		
VII	Métodos cuantitativos de investigación	5	4	VI	Métodos cuantitativos de investigación	4	3
VII	Comunicación persuasiva	4	3		Sin equivalencia		
VII	Análisis del discurso comunicacional	5	4		Sin equivalencia		
VII	Taller de relaciones publicas	6	5	VIII	Taller de relaciones públicas	6	4
VIII	Métodos cualitativos de investigación	5	4	VII	Métodos cualitativos de investigación	4	3
VIII	Planificación de proyectos de desarrollo	6	4	VIII	Proyectos Sociales y Consultoría	5	4
VIII	Ética y deontología de la comunicación	5	4	VII	Ética y deontología de la comunicación	4	3
VIII	Publicidad	4	3	VIII	Comunicación Publicitaria (e)	5	4
VIII	Practicas Pre Profesionales en relaciones publicas	10	7	IX	Practicas Pre Profesionales en relaciones públicas	6	4
IX	Sistematización y gestión de proyectos comunicacionales	5	4	X	Evaluación y Sistematización de Proyectos	5	4
IX	Practicas pre profesionales en periodismo	10	7	VIII	Practicas pre profesionales en periodismo	6	4
IX	Legislación de la comunicación	4	3	VIII	Legislación de la comunicación y Ciudadanía	4	3
IX	Proyectos de comunicación para el desarrollo	6	5	IX	Gestión de Proyectos de Comunicación para el Desarrollo	5	4
IX	Taller de publicidad	6	5	IX	Taller de Publicidad	6	4
X	Practicas pre profesionales en comunicación para el desarrollo	10	7	X	Practicas pre profesionales en comunicación para el desarrollo	6	4
X	Seminario de tesis	6	4	X	Seminario de Tesis	6	4
X	Consultoría en Comunicación	5	4	VIII	Proyectos Sociales y Consultoría	5	4
X	Gestión de empresas comunicacionales	4	3	VII	Gestión de empresas comunicacionales	5	4
X	Marketing político	5	7	IX	Comunicación Política	4	3

## **7.7. Líneas de investigación**

Señala las líneas de investigación considerado en la Resolución Rectoral N° 3692-2017-R-UNA, que orientan los trabajos de investigación de los estudiantes, con la asesoría formal de los docentes dedicados a esta actividad.

En función a las áreas de formación profesional. Las áreas expresan especialidades fundamentales de la Comunicación Social como Periodismo, Relaciones Públicas, Comunicación para el Desarrollo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y marketing.

### **a. Área de Periodismo.**

La investigación en el área de Periodismo pretende contribuir en la mejora del ejercicio periodístico en la región y el país, reconociendo el papel del periodismo en la consolidación democrática, la vigencia activa de los derechos fundamentales de los ciudadanos y el desarrollo sociocultural

- a. Aplicación de géneros y subgéneros periodísticos
- b. Manejo de fuentes de información periodística
- c. Tratamiento de la información periodística
- d. Problemas de redacción periodística
- e. Historia del Periodismo en la región
- f. Ejercicio del Periodismo en medios de comunicación
- g. Formas del Periodismo especializado
- h. Desafíos del Periodismo digital multimedia
- i. Vigencia del Periodismo gráfico
- j. Rol del Periodismo en el desarrollo regional
- k. Formación y corrientes de opinión pública
- l. Diseño de Políticas de comunicación e información
- m. Derecho a la información y la comunicación
- n. Problemas de acceso a la información pública y transparencia
- o. Desafíos de la empresa periodística
- p. Gremios y formas organizativas de los periodistas
- q. Relaciones entre periodismo, democracia y ciudadanía

### **b. Área de Relaciones Públicas**

El objetivo de la investigación en el área es contribuir a la mejora de las relaciones entre las instituciones y sus públicos, así como dentro de los públicos y grupos de la organización, destacando la función social de integración que cumplen las organizaciones dentro de la sociedad.

- a. Estructura y sistema de comunicación organizacional y corporativa
- b. Proceso de la identidad institucional y corporativa
- c. Formación y controversias de la imagen institucional
- d. Dinámica de la cultura y comportamiento organizacional
- e. Gestión de la comunicación interna y externa
- f. Estudio de públicos y grupos internos y externos

- g. Estructura y proceso de la comunicación empresarial
- h. Problemas de clima laboral institucional
- i. Relaciones comunitarias e interinstitucionales
- j. Relaciones humanas y comunicación interpersonal
- k. Problemas y propuestas de resolución de conflictos sociales
- l. Relaciones Públicas en instituciones estatales o gubernamentales
- m. Relación entre protocolo institucional y contextos ocio cultural
- n. Implicancias de la globalización en las relaciones públicas
- o. Aplicación de la responsabilidad social empresarial

**c. Área de Comunicación para el Desarrollo.**

El objetivo de la investigación en el área de Comunicación para el Desarrollo es contribuir a la mejora del componente comunicacional de los diversos proyectos de desarrollo aplicados en la región y el país, destacando el valioso papel que cumple la comunicación en los procesos de desarrollo local, regional y nacional.

- a. Relación entre modelos de desarrollo y comunicación
- b. Aplicación y propuestas de estrategias de Comunicación para el Desarrollo.
- c. Rol de la comunicación en el desarrollo local y regional
- d. Problemas de centralismo, descentralización, integración regional y comunicación
- e. Estudio de las necesidades socio comunicacionales de la población y grupos específicos
- f. Análisis de actores sociales, públicos y grupos de intervención
- g. Diseño, organización y evaluación de campañas de bien social
- h. Aplicación y experiencias de comunicación en salud
- i. Desafíos de la comunicación educativa
- j. Desafíos de las relaciones entre comunicación y problemática de género
- k. Procesos y experiencias de comunicación ciudadana
- l. Vigencia de la comunicación intercultural y/o multicultural en la región
- m. Relaciones entre economía, democracia y Comunicación para el Desarrollo
- n. Dinámica del componente comunicacional en ONGs de la región
- o. Medios y formas populares y comunales de comunicación en el altiplano.
- p. Rol de la cooperación internacional en los proyectos de desarrollo

**d. Área de Producción Audiovisual**

El objetivo de la investigación en el área es contribuir a la mejora de la función de soporte que cumple la Comunicación Audiovisual, reconociendo la importancia de los diversos factores que concurren en la

óptima estructuración del mensaje. Procesos de producción en medios: audiovisual, fotográfica, audio, cinematográfica, gráfica.

- a. Dimensión estética del mensaje y medios de comunicación
- b. Procesos creativos para la producción en medios de comunicación
- c. Estudio de públicos y consumo de medios de comunicación
- d. Impacto de los productos mediáticos en la sociedad
- e. Semiótica y lenguaje de los medios de comunicación
- f. Rol social de las tecnologías de la comunicación
- g. Problemas, desafíos y consumo de la narrativa transmedia
- h. Aplicación y propuestas de animación digital
- i. Implicancias y usos de las redes sociales
- j. Desafío contemporáneo de la cultura virtual
- k. Formas de presencia y manifestación en la sociedad de la información y la comunicación
- l. Problemas y superación de la brecha digital en nuestra región.

#### **e. Área de Publicidad y Marketing.**

La investigación en el área de publicidad multimedia y marketing pretende contribuir a la mejora de la promoción de productos y servicios diseñados para los mercados y públicos de la región, considerando el rol que cumple el marketing en la sociedad posibilitando el flujo dinámico entre economía y sociedad.

- a. Aplicación de la mezcla de marketing en empresas e instituciones de la región
- b. Problemas y propuestas de planificación del marketing en nuestro contexto
- c. Aplicación de estrategias de marketing y publicidad
- d. Importancia del análisis del comportamiento del consumidor regional
- e. Estudio de mercados y públicos locales y regionales
- f. Diseño de productos y servicios para nuestro contexto
- g. Análisis y creación de marcas para productos y servicios
- h. Aplicación del marketing social y político
- i. Importancia y aplicación del marketing de servicios
- j. Aplicación del marketing interno e institucional
- k. Desafíos del marketing en entornos virtuales
- l. Selección y evaluación de medios para los públicos y mercados
- m. Publicidad multimedia, los negocios con publicidad.
- n. Funcionalidad de las estrategias publicitarias
- o. Análisis de la publicidad institucional
- p. Dimensión financiera del marketing en la región.

### **Líneas comunes a las cinco áreas.**

- a. Dirección, gestión y liderazgo de procesos de la especialidad
- b. Problemas en la formación profesional de la especialidad
- c. Situación y exigencias del mercado ocupacional de la especialidad
- d. Transgresiones a la ética profesional de la especialidad
- e. Situación y propuestas de normas y legislación de la especialidad
- f. Nuevas tendencias profesionales de la especialidad

## **VIII. SEGUIMIENTO AL EGRESADO**

### **Objetivos**

- Contar con un registro actualizado de los egresados.
- Identificar el posicionamiento de los egresados en el mercado.
- Conocer los grados de satisfacción de los egresados con la formación recibida.
- Conocer los grados de satisfacción de los empleadores sobre el desempeño de los egresados.
- Identificar las exigencias del mercado y los empleadores, para su incorporación en los planes curriculares de pre y posgrado.
- Fortalecer y consolidar el vínculo de los egresados con su Alma Mater.

### **Funciones**

- Proponer las políticas, objetivos, procedimientos y planes de seguimiento a los Egresados.
- Realizar y promover acciones y eventos dirigidos a la inserción laboral de los graduados.
- Coordinar los servicios de la bolsa de trabajo.
- Realizar estudios para evaluar la inserción laboral y conocer su percepción y la de los empleadores acerca de ese proceso.

### **Estrategias**

- Control y mantenimiento del sistema de registro y seguimiento de egresados.
- Difusión continua sobre eventos de interés que realiza la unidad académica.
- Difusión de ofertas laborales, becas e información diferencial a los egresados registrados en el sistema de seguimiento.

## **IX. EVALUACIÓN DEL CURRÍCULO**

- El currículo se debe actualizar cada tres (3) años o cuando sea conveniente, según los avances científicos y tecnológicos.
- El carácter pertinente y flexible del currículo hace posible que este sea evaluado periódicamente. Y para cumplir con este objetivo se realizarán talleres evaluativos al término de cada semestre, para identificar los aspectos negativos que impiden cumplir con los objetivos y logros planteados, y también para programar acciones de fortalecimiento y planes de mejora a ser implementados en el corto plazo.
- Dichos talleres serán integrales, con la participación de docentes, estudiantes y personal administrativo.
- Las conclusiones de dichos talleres servirán para realizar algunas modificaciones en el currículo en referencia a los adelantos científicos y a situaciones que caracterizan al cambio de época en dinámicas culturales, sociales, tecnológicas y económicas; y a los

aspectos que se deben modificar por situaciones que ameritan su cambio, y por aspectos que han sido plenamente identificados y asimilados como parte de la solución.

## **ANEXOS**

### **REGLAMENTOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS**

## **1. Reglamento de Ingreso**

### **REGLAMENTO DE INGRESO**

#### **CAPITULO I**

#### **ASPECTOS GENERALES**

##### **OBJETIVOS**

Art 1° Establecer normas generales para el ingreso de postulantes a las diferentes escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, a través de las modalidades establecidas.

##### **FINALIDAD**

Art 2° Garantizar la adecuada selección de postulantes a la Universidad Nacional de Altiplano Puno, mediante los procesos de admisión.

##### **BASE LEGAL**

Art 3° Las disposiciones que conforman la base legal son las siguientes:

- Constitución política del estado
- Ley Universitaria N° 30220
- Estatuto Universitario
- Ley de procedimiento administrativo general N° 27444

##### **ALCANCE**

Art 4° Las disposiciones contenidas en el presente reglamento alcanza todas las instancias académicas y administrativas dedicadas a los procesos de admisión.

#### **CAPITULO II**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art 5° Entiéndase por ingreso a las escuelas profesionales de la UNA-Puno, al proceso de selección de postulantes más idóneos para continuar estudios universitarios en alguna de las escuelas profesionales en función a las exigencias del perfil del ingresante.

Art 6° El ingreso de estudiantes a las escuelas profesionales de la UNA-Puno, se realiza a través de un proceso público de admisión y selección, de acuerdo a las plazas vacantes definidas y aprobadas en consejo de facultad y universitario.

Art 7° La convocatoria a los procesos de admisión de la una puno, se realizan una vez por ciclo académico (art 98 de la ley universitaria N° 30220)

Art 8° El concurso publico de admisión y selección comprende las siguientes modalidades:

- a) Ordinario, dispuesto para todos los postulantes que cumplan con los requisitos establecidos en el presente reglamento. Incluye también el centro Pre-Universitario y los comprendidos en la ley 29973 y Ley 27050 y modificatorias de la ley 28164.
- b) Extraordinario, comprendido para postulantes titulados o graduados, los que realizan traslados internos y externos, primeros puestos y deportistas calificados.

Art 9° El concurso publico de admisión y selección consta de un examen de conocimiento como proceso obligatorio y principal de las materias cursadas en los estudios básicos además de razonamiento matemático y verbal en forma obligatoria y una evaluación opcional de aptitudes y actitudes de forma complementaria opcional según el perfil del ingresante establecido por la escuela profesional, (Art 98 de la Ley Universitaria N° 30220).

Art 10° El perfil del ingresante según escuela profesional, debe establecer los rasgos básicos del perfil del ingresante en las dimensiones de; capacidades, aptitudes y actitudes.

- a) Las capacidades comprenden los conocimientos de las materias cursadas en los estudios básicos.
- b) Las aptitudes comprenden interese expresados en habilidades y destrezas relativos a la especialidad.
- c) Las actitudes comprenden rasgos esenciales de los valores que debe plasmar en su desempeño cotidiano.

Art 11° El proceso de admisión en la UNA Puno, se encuentra a cargo de la comisión central de admisión (CCA) designada por el Consejo Universitario.

Art 12° La comisión central de admisión (CCA) tiene carácter ejecutivo y autoridad suficiente para planificar, organizar, dirigir y controlar los exámenes de admisión en sus diferentes modalidades.

Art 13° La comisión central de admisión para cumplir sus funciones y objetivos, elabora los reglamentos y orientaciones específicas para cada modalidad de admisión. El reglamento establece los procedimientos desde la inscripción, evaluación y declaración de ingresantes.

Art 14° Las escuelas profesionales, según la naturaleza de formación profesional, coordina con la comisión central de admisión para establecer las evaluaciones previas en función a los requerimientos del perfil del ingresante, en lo concerniente a pruebas de aptitud y actitud.

### **CAPITULO III**

#### **DE LOS REQUISITOS**

Art 15° Son requisitos para el ingreso a las escuelas profesionales de la UNA Puno:

- a) Haber concluido satisfactoriamente estudios secundarios en educación básica regular (EBR) o en educación básica alternativa (EBA).
- b) En forma excepcional podrán postular estudiantes de cuarto o quinto de secundaria, quienes, en caso de lograr su ingreso, la universidad se obliga a reservarles su ingreso hasta que culminen y presenten los certificados de estudios secundarios oficiales debidamente visados por la autoridad competente.
- c) Haber aprobado el proceso de admisión y alcanzado una vacante de acuerdo al reglamento de la comisión central de admisión de la una puno.

#### **CAPITULO IV DE LAS VACANTES**

Art 16° El número de vacantes por modalidad de ingreso, es determinado por cada facultad 18 aprobado por el consejo universitario.

Art 17° Son criterios para establecer el número de vacantes:

- a) Estudio de demanda
- b) Infraestructura
- c) Laboratorios
- d) Aulas
- e) Docentes

Art 18° Las personas con discapacidad tienen el derecho a una reserva del 5% de las vacantes ofrecidas en sus procedimientos de admisión, (art 98.6 de la ley universitaria N° 30220)

Art 19° Las vacantes según cada escuela profesional, son cubiertas en estricto orden de méritos, siendo la nota mínima aprobatoria de ingreso de once puntos (11) en la escala vigesimal o su equivalente.

#### **CAPITULO V DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

**PRIMERA.-** los postulantes admitidos a la una puno, deberán matricularse en el ciclo de ingreso en Concordancia a los requisitos y condiciones establecidas en el reglamento de matrícula del sistema curricular flexible por competencias.

**SEGUNDA.-** la comisión central de admisión es la responsable de organizar e implementar los procesos de admisión en base a reglamento específicos.

**TERCERA.-** las escuelas profesionales adecuaran el presente reglamento en función a sus particularidades de formación profesional.

**CUARTA.-** Los postulantes admitidos a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, que ingresan al primer ciclo deberán seguir un proceso de nivelación académica al inicio de sus estudios en la escuela profesional . Para ello,

la escuela organizará la realización de un curso de nivelación con el propósito de mantener actualizadas las competencias y conocimientos adquiridos en la Educación Básica Regular para su adecuado uso e interpretación dentro de las Ciencias de la Comunicación Social. Los objetivos específicos son los siguientes:

- a) Diseñar, ejecutar y mantener mecanismos que ayuden a nivelar, en los estudiantes, las competencias necesarias para iniciar sus estudios universitarios.
- b) Identificar las carencias que tienen los ingresantes.
- c) Organizar sesiones de aprendizaje y discusión de los conocimientos básicos adquiridos en la Educación Básica Curricular para su uso y aplicación en las Ciencias de la Comunicación Social.
- d) Rescatar los conocimientos adquiridos en la Educación Básica Regular, para el desarrollo de conceptos y nuevos avances en bien de nuestra región.
- e) Programar las actividades a realizar de acuerdo al Perfil del Ingresante y las Cartas Descriptivas de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.
- f) Fortalecer el desarrollo de los Componentes Curriculares a ser desarrollados según el Plan de Estudios de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.
- g) Monitorear y evaluar el proceso de adquisición de conocimientos de los ingresantes a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.
- h) Evaluar los resultados de las actividades de nivelación para establecer mejoras.

**QUINTA.-** El presente reglamento, entra en vigencia el día siguiente de su aprobación por consejo universitario.

**SEXTA.-** - los casos no contemplados en el presente reglamento serán absueltos por la comisión central de admisión y el consejo universitario.

## **2. Reglamento de matrículas**

### **REGLAMENTO DE MATRÍCULAS**

#### **TÍTULO I**

##### **ASPECTOS GENERALES**

###### **FINALIDAD**

Art. 1°. Garantizar el registro adecuado de los estudiantes en el sistema de matrícula de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno.

###### **OBJETIVO**

Art. 2°. Establecer normas y procedimientos, para la matrícula de estudiantes en el Currículo Flexible por Competencias.

###### **BASE LEGAL**

Art. 3°. Constituyen la base legal los siguientes documentos:

- Ley Universitaria N° 30220
- Ley N° 27444 “Ley del Procedimiento Administrativo General”.
- Ley del Servicio Civil N°30057
- Estatuto Universitario 2015
- Decreto Supremo N° 016-2015-MINEDU (Política de aseguramiento de la calidad superior universitaria)
- Resolución del Consejo Directivo N°007-2015-SUNEDU (Licenciamiento)

###### **ALCANCE**

Art. 4°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento, alcanza a todos los órganos y unidades operativas vinculadas al sistema de matrícula.

#### **TÍTULO II**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 5°. La matrícula es un acto formal y voluntario que acredita la condición de estudiante universitario e implica el cumplimiento de la Ley Universitaria N°30220, el Estatuto y demás reglamentos internos.

Art. 6°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento norman los procedimientos para la matrícula de los estudiantes.

Art. 7°. El Currículo Flexible por Competencias, es un instrumento de planificación académica que plasma el modelo pedagógico socio crítico-cognitivo para la conducción de los procesos de enseñanza- aprendizaje que conllevan a la formación de personas y profesionales que respondan a las demandas de las sociedad, ciencia y tecnología.

Art. 8°. Se considera estudiante, al que ingresa a la Universidad Nacional del Altiplano por una de las diferentes modalidades de admisión y permanece en la misma, registrando su matrícula de conformidad con el presente reglamento.

Art. 9°. Los montos a pagar por créditos desaprobados, y otros conceptos, serán determinados por Consejo Universitario.

Art. 10°. La matrícula es gratuita para los estudiantes que mantienen su condición de regular (invicto).

Art. 11°. La matrícula presencial o virtual, dentro del cronograma establecido, será válida con la impresión y recojo obligatorio de la FICHA DE MATRÍCULA, debidamente firmado por el estudiante y suscrito por el Coordinador Académico de la Facultad.

Art. 12°. Perderá la condición de gratuidad el estudiante que desaprobó uno o más componentes curriculares<sup>1</sup> en un semestre académico.

Art. 13°. En caso que el estudiante opte por estudiar una segunda Escuela Profesional, deberá pagar las tasas establecidas.

Art. 14°. La planificación, programación, implementación, ejecución y evaluación del sistema de matrículas es responsabilidad del Vicerrector Académico, Decanos de las Facultades, Directores de las Escuelas Profesionales y la Dirección Universitaria Académica.

Art. 15°. La ejecución es responsabilidad de la Coordinación Académica de cada Facultad, Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones, Oficina de Tesorería, Oficina de Servicio Social, Oficina de Servicio Médico Primario, Oficina de Imagen Institucional, Oficina General de Asesoría Jurídica.

### **TÍTULO III**

#### **DEL SISTEMA DE MATRICULA**

##### **CAPÍTULO I**

##### **DE LA PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LA MATRÍCULA**

Art. 16°. Las matrículas son por semestres y por créditos.

Art. 17°. El cronograma de matrícula es aprobado en Consejo Universitario a propuesta de Vicerrectorado Académico.

Art. 18°. La Dirección de Escuela Profesional, veinte (20) días antes de la finalización del semestre académico, estimará y/o proyectará los componentes curriculares y posibles grupos a desarrollarse durante el siguiente semestre académico tomando en cuenta el número de estudiantes, docentes e infraestructura.

Art. 19°. Previo al proceso de matrícula, se implementará las siguientes acciones:

- a) La Dirección de Escuela Profesional, en base a la estimación y proyección efectuada, publicará una (01) semana antes de la finalización del semestre académico, en documento oficial y vía virtual los horarios de sesiones de aprendizaje.
- b) Los responsables de las bibliotecas especializadas, laboratorios y otras dependencias de las escuelas profesionales, alcanzarán a las coordinaciones académicas de las facultades la relación de estudiantes deudores de los bienes de la universidad para ser registrados en el sistema.

---

<sup>1</sup> Asignatura, laboratorio, clínica, talleres, seminario, trabajo de campo, práctica pre-profesional.

- c) La Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones, es la responsable de la administración del sistema de matrícula y de publicar el procedimiento o pasos para la matrícula vía virtual.
- d) El registro de matrícula será centralizado por la Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones quien remitirá una copia de la base de datos de matrícula al Vicerrectorado Académico.

Art. 20°. Los estudiantes se matricularán obligatoriamente en los componentes curriculares del ciclo que le corresponde según el plan de estudios vigente.

Art. 21°. Los estudiantes matriculados que por razones justificadas (trabajo, salud, servicio militar y judiciales), debidamente sustentada, pueden solicitar RESERVA DE MATRICULA, dentro de los diez (10) días hábiles de haber iniciado oficialmente el semestre académico, debiendo ser aprobada mediante Resolución de Decanato. Los requisitos son los siguientes:

- a) Solicitud dirigida al Decano de la Facultad.
- b) Recibo de pago expedido por Caja por derecho de reserva de matrícula.
- c) Copia de ficha de matrícula del semestre.

Art. 22°. La reserva de matrícula tiene vigencia por un semestre académico, siendo prorrogable hasta que no exceda los tres (3) años consecutivos o alternos, previa solicitud y matrícula correspondiente. Concluido este periodo el estudiante obligatoriamente debe continuar sus estudios, caso contrario pierde su condición de estudiante.

Art. 23°. Los estudiantes que cuenten con reserva de matrícula aprobada con Resolución de Decanato, al retorno son considerados en la misma condición académica en la que obtuvieron la reserva.

Art. 24°. Los estudiantes que se matriculen en un componente curricular(s), electivo(s), programado(s), en el semestre académico según el Plan de Estudios, están obligados a desarrollarlos. En caso de retiro o desaprobación deben matricularse en el mismo(s) componente curricular(s), es decir, este componente curricular no puede ser suplido por otro.

## **CAPÍTULO II DE LA MATRICULA DE INGRESANTES**

Art. 25°. Los requisitos para la matrícula de ingresantes por diferentes modalidades son:

- a) Certificado de nacimiento original con una antigüedad no mayor de un año.
- b) Certificados oficiales de estudios concluidos en educación secundaria, o su equivalente en original, visados por la Dirección Regional de Educación o la Unidad de Gestión Educativa Local correspondiente.
- c) Declaración Jurada de no tener antecedentes penales y policiales.
- d) Comprobante de pago por derechos de matrícula.
- e) Constancia de examen médico, otorgado por la Oficina de Servicio Médico Primario, de acuerdo a las exigencias de cada Escuela Profesional.
- f) Constancia del llenado de la ficha socioeconómica vía Internet, validado por la Oficina de Servicio Social.

g) Copia ampliada del documento de identidad (DNI).

h) Constancia de ingreso expedido por la CCA.

Art. 26°. Para los ingresantes con 4to y 5to año de educación secundaria, sea cual fuere la modalidad de ingreso, la Facultad emitirá la resolución de RESERVA DE INGRESO, por acuerdo de Consejo de Facultad, hasta cuando concluyan sus estudios secundarios.

Art. 27°. La matrícula para el ingresante con 4to y 5to año de educación secundaria se efectiviza al semestre académico que corresponda cuando presenta el certificado oficial de estudios secundarios concluidos, visados por la UGEL al cual pertenece su institución Educativa.

Art. 28°. Los requisitos, para la matrícula de estudiantes por Traslado Externo Nacional e Internacional, además de los documentos exigidos en el artículo 26° del presente reglamento, son:

a) Certificado de estudios superiores de la universidad de procedencia que acrediten haber aprobado por lo menos cuatro (4) periodos lectivos semestrales completos o dos anuales o setenta y dos (72) créditos (adjuntar en el expediente para la CCA). En caso de estudiantes provenientes de universidades extranjeras, los certificados deberán ser visados por el consulado correspondiente.

b) Constancia de no haber sido separado de la universidad de procedencia.

c) Presentación de sílabos de los componentes curriculares a convalidar.

d) Resolución de Decanato que aprueba la convalidación de componentes curriculares.

Art. 29°. Los requisitos para la matrícula de estudiantes por traslado interno, además de los documentos exigidos en el Art. 25° del presente reglamento son:

a) Certificado de estudios originales de haber aprobado cuatro periodos lectivos semestrales, dos anuales (02) o setenta y dos (72) créditos, expedido por la Oficina de Registro Académico.

b) Resolución de Decanato que aprueba la renuncia en la escuela profesional de procedencia.

c) Resolución de Decanato que aprueba la convalidación de componentes curriculares.

d) Código de matrícula de la facultad de procedencia.

Art. 30°. Los requisitos para la matrícula de estudiantes que ingresaron por la modalidad de Graduados o Profesionales, además de los documentos exigidos en el Art. 26° del presente reglamento, son:

a) Certificados de estudios superiores concluidos en original.

b) Copia fotostática legalizada o fedatada del grado académico de bachiller y/o título profesional otorgado por una universidad reconocida por Ley.

c) Resolución de Decanato que aprueba la convalidación de las componentes curriculares.

d) Recibo de pago de acuerdo a tasa establecida.

Art. 31°. La matrícula de los estudiantes ingresantes, según modalidad de ingreso, se efectúa de acuerdo al cronograma establecido, siendo personal y obligatoria. Se establece los siguientes procedimientos:

- a) La Comisión de Admisión deberá de entregar los expedientes completos de los ingresantes a las Coordinaciones Académicas.
- b) La matrícula es realizada por la Coordinación Académica de la Facultad.

### **CAPÍTULO III DE LA MATRICULA DE ESTUDIANTES REGULARES**

Art. 32°. Son estudiantes regulares los que registran matrícula en un mínimo de 12 créditos por semestre, o para concluir el plan de estudios les falte menos créditos.

Art. 33°. Los estudiantes regulares deben matricularse en los créditos de los componentes curriculares del ciclo que le corresponde de acuerdo al plan de estudios de su Escuela Profesional.

Art. 34°. Los estudiantes deben matricularse en los componentes curriculares cumpliendo con los prerequisites exigidos, caso contrario, éstos son anulados de oficio.

Art. 35°. Son requisitos de matrícula para los estudiantes regulares y observados:

- No adeudar a la Universidad por ningún concepto.
- Presentar la constancia de haber realizado la Evaluación al Desempeño Docente.

Art. 36°. No están comprendidos para realizar la matrícula vía virtual los ingresantes, estudiantes observados, por cambio de currículum y admitidos vía amnistía.

Art. 37°. La Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones, es la responsable de la administración del sistema de matrícula y de publicar el procedimiento o pasos para la matrícula vía internet.

Art. 38°. Las Coordinaciones Académicas, validan la matrícula vía virtual y presencial verificando el cumplimiento de las condiciones estipuladas en el presente Reglamento de Matrículas del Sistema Curricular Flexible por Competencias, asimismo, recepciona del estudiante la constancia emitida por sistema académico luego de haber completado el cuestionario de la Evaluación al Desempeño Docente y concluye con la impresión obligatoria de la ficha de matrícula.

### **CAPÍTULO IV DE LA MATRICULA DE ESTUDIANTES OBSERVADOS Y CONDICIONADA**

Art. 39°. Un estudiante es considerado observado desde que desaprueba por primera vez un componente curricular.

Art. 40°. Si el estudiante desaprueba por segunda vez un componente curricular, para realizar su matrícula deberá presentar una constancia de la atención tutorial con carácter obligatorio.

Art. 41°. El estudiante que desaprueba un mismo componente curricular por tres (03) veces, será separado temporalmente por un año de la universidad o por los dos (2) siguientes semestres. Al término de éste plazo el estudiante sólo se podrá matricular en un

componente curricular que desaprobó anteriormente, designándosele otro docente, lo cual le permitirá retornar de manera regular sus estudios en el semestre siguiente.

Art. 42°. Si desaprueba por cuarta vez un componente curricular, pierde su derecho a matrícula y se procede a su retiro definitivo.

Art. 43°. Los requisitos para la matrícula de estudiantes observados son los siguientes:

- a) Constancia de atención tutorial.
- b) Constancia de no adeudar.
- c) Comprobante de pago por crédito(s) desaprobado(s).

## **CAPÍTULO V DE LA MATRÍCULA POR CAMBIO DE CURRÍCULO**

Art. 44°. En el proceso de matrículas, un estudiante pertenece a un ciclo“C1” cuando la suma de créditos aprobados y créditos matriculados es mayor a la sumatoria de créditos exigidos de los semestres anteriores a “C2” y el 50% de créditos del ciclo“C1”.

Donde:

C1= Ciclo actual donde se encuentra el estudiante

C2= Ciclos anteriores al actual.

Art. 45°. La matrícula por cambio de currículo, comprende a los estudiantes alcanzados por la vigencia de un nuevo Plan de Estudios en la Escuela Profesional.

Art. 46°. La matrícula del estudiante alcanzado por la vigencia de un nuevo Plan de Estudios, se resuelve de acuerdo al cuadro de equivalencias establecidas en el Currículo Flexible por Competencias de cada Escuela Profesional. La convalidación de componentes curriculares es realizada de oficio por la Coordinación Académica.

## **CAPÍTULO VI DE LOS COMPONENTES CURRICULARES DIRIGIDOS**

Art. 47°. Son componentes curriculares dirigidos aquellos que se caracterizan por tener un horario especial y duración mínima de dos (2) meses, son autorizados con Resolución de Decanato, previo informe de la Coordinación Académica y del Director de la Escuela Profesional respectiva.

Art. 48°. Podrán implementarse componentes curriculares dirigidos sólo en los siguientes casos:

- a) Por cambio de currículo, cuando el componente curricular no tenga equivalencia.
- b) Si para concluir los estudios profesionales, les faltara menos o igual a 12 créditos.
- c) Cuando no se cumpla con el mínimo de estudiantes matriculados de acuerdo al reglamento:

- Del I al IV semestre < a 12 estudiantes
- Del V al X o más semestres < a 5 estudiantes

Art. 49°. No podrá ser programado como componente curricular dirigido, en los siguientes casos:

- a) En su contenido tenga mayor porcentaje de horas prácticas según currículo correspondiente. Comprende prácticas pre-profesionales o similares, clínicas, internados, comunitarios y laboratorios.
- b) Tengan equivalencia en el “Cuadro de Equivalencias” del currículo de la Escuela Profesional. Estas se desarrollarán regularmente con la emisión de actas de evaluación por separado.

Art. 50°. La matrícula de un componente(s) curricular (es) dirigido(s) se realiza en la Coordinación Académica de cada Facultad, ésta remite la relación de estudiantes matriculados al Director de la Escuela Profesional, quien gestiona la Resolución de Decanato en un plazo máximo de diez (10) días hábiles, después de iniciado las labores académicas.

Art. 51°. Una vez efectuada la matrícula, el horario se establece en coordinación entre el docente, estudiante(s) y el Director de la Escuela Profesional.

Art. 52°. Los componentes curriculares dirigidos tendrán una duración mínima de dos (02) meses, contándose el periodo a partir de la segunda semana de iniciado las labores académicas, con la emisión de la Resolución de Decanato, tiempo en el cual deberá cumplirse con el desarrollo de las competencias previstas en el sílabo (100%).

Art. 53°. En caso de que el estudiante desaprobe el componente curricular dirigido tendrá opción a una nueva matrícula por la misma modalidad.

Art. 54°. Si desaprobará por dos (02) veces, deberá matricularse en el componente curricular, bajo la modalidad de regular.

Art. 55°. En las actas de evaluación debe consignarse la denominación de DIRIGIDO.

## **CAPÍTULO VII DE LA MATRÍCULA DE ESTUDIANTES ESPECIALES**

Art. 56°. La matrícula de estudiantes especiales se apertura para graduados de nivel universitario y docentes de la universidad, que desean participar en calidad de asistentes en los componentes curricular que ofrecen las Escuelas Profesionales, autorizado por Resolución de Decanato.

Art. 57°. La Certificación deberá ser suscrita por la Oficina de Registro y Archivo Académico, de la Universidad.

Art. 58°. Los requisitos exigidos para la matrícula son:

- a) Solicitud dirigida al Decano de la Facultad correspondiente indicando los componentes curriculares que desea desarrollar.
- b) Copia legalizada del Grado Académico o del Título Profesional.
- c) Comprobante de pago por derecho de enseñanza de acuerdo al número de créditos, según tasa especial establecido en el TUPA.

## **CAPÍTULO VIII MATRICULA VIA INTERNET**

Art. 59°. El estudiante matriculado vía internet podrá solicitar rectificación de matrícula siempre y cuando cumpla con las causales establecidas en el capítulo X del presente reglamento.

### **CAPÍTULO IX MATRÍCULA DE ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL**

Art. 60°. Entiéndase por Programas de Movilidad Estudiantil (PME) a los programas de intercambio de estudiantes que mantiene la Universidad Nacional del Altiplano -Puno dentro del marco del convenio CRISCOS, CRISUR, Alianza del Pacífico y otros.

Art. 61°. Los estudiantes de la universidad participantes de los programas de Movilidad Estudiantil, no pierden su condición de estudiante regular durante el período de estudios en la universidad de destino.

Art. 62°. La matrícula de los componentes curriculares son reconocidos y registrados con la documentación académica emitida por dicha universidad, previo análisis de equivalencia de los sílabos correspondientes bajo la responsabilidad de la Dirección de Escuela Profesional en el marco de los convenios, informe que es aprobado como convalidación mediante Resolución de Decanato.

Art. 63°. La matrícula de los estudiantes nacionales o extranjeros seleccionados bajo el Programa de Movilidad Estudiantil, podrá ser regularizada hasta treinta (30) días de iniciado el semestre. Se exige los siguientes requisitos:

- a) Presentación de Resolución Rectoral de autorización.
- b) Documento de identificación personal.

Art. 64°. Para la matrícula de los estudiantes nacionales y extranjeros se establecen los siguientes procedimientos:

- a) Asignación de código de matrícula.
- b) Los estudiantes de esta modalidad, están exonerados del pago por concepto de matrícula y otros conceptos.
- c) La matrícula se efectuará en la respectiva Coordinación Académica, exonerando los prerrequisitos.
- d) Los estudiantes al no completar los componentes curriculares conforme a su plan de estudios, en la Escuela Profesional de destino, pueden matricularse en otras Escuelas Profesionales de existir los componentes curriculares de su interés.

### **CAPÍTULO X DE LA RECTIFICACIÓN Y NULIDAD DE MATRÍCULAS POR DIVERSAS CAUSALES**

Art. 65°. El estudiante matriculado que por causales debidamente justificadas, tiene la posibilidad de solicitar la modificación de su matrícula en sus componentes curriculares, dentro de los tres (03) días hábiles de haber iniciado el semestre académico.

Art. 66°. La rectificación de matrícula, solo es posible realizarlo en un solo acto, no dando lugar a otro trámite.

Art. 67°. Si la matrícula del estudiante excede en uno o más créditos de los establecidos, se procederá a la anulación de éstos en el orden siguiente: componente curriculares electivos luego componente curriculares obligatorios.

Art. 68°. La matrícula en un componente curricular sin cumplir el pre-requisito exigido en el Plan de Estudios, es causal de anulación.

Art. 69°. El estudiante podrá anular su matrícula en uno o en la totalidad de los componentes curriculares del semestre por razones justificadas y antes de que haya sido sometido a la primera evaluación o que transcurran cuatro (04) semanas; después de este acto no podrán autorizarse matrículas adicionales.

## **CAPÍTULO XI DE LA SEPARACION, SUSPENSION Y REINCORPORACION**

Art. 70°. Se pierde definitiva o temporalmente la condición de estudiante universitario por las siguientes causales:

Art. 71°. Conducta inmoral, que afecte la imagen de la Escuela Profesional, Facultad y de la Universidad, debidamente calificado por el Consejo de Facultad.

Art. 72°. Acto grave de indisciplina que atente contra los principios, fines, funciones de la Facultad o el ejercicio de la autoridad en cualquiera de sus niveles. Entiéndase como tales, los actos de coacción o violencia que en alguna forma interfieran o limiten la libertad de cátedra o el funcionamiento general de la Escuela Profesional, Facultad y la universidad, debidamente tipificada por el Consejo de Facultad.

Art. 73°. En caso de ser suplantado o suplantador, se tipifica como falta grave.

Art. 74°. Pierden definitivamente el derecho de matrícula y su condición de estudiante:

- a) De forma automática los ingresantes que no han hecho uso de su matrícula en el semestre de ingreso.
- b) El estudiante que desaprueba por cuarta vez un componente curricular será retirado definitivamente de acuerdo a Ley.

Art. 75°. El estudiante que deja de estudiar sin reserva de matrícula, hasta por tres (3) años consecutivos o seis (6) semestres académicos, continuará sus estudios previo pago de la tasa equivalente a reserva de matrícula por semestre no matriculado.

## **CAPÍTULO XII DE LAS SANCIONES**

Art. 76°. El estudiante que incurra en brindar información falsa de sus pagos, hacer uso indebido de los documentos utilizados en este proceso (adulteración de ficha de matrícula, adulteración del comprobante de pago), traspaso de comprobantes de pago a otros estudiantes que no realizaron el respectivo depósito, será anulada automáticamente su matrícula y estará sujeto a las sanciones estipuladas en los dispositivos vigentes y según lo establece el estatuto de la universidad.

## **TÍTULO IV DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

Art. 77°. Los estudiantes que interrumpieron sus estudios por tres (3) o más años, reincorporados vía amnistía por acuerdo de Consejo Universitario, serán adecuados al Currículo y Plan de Estudios vigente, previa convalidación del componente curricular

aprobado. Se exceptúa a los estudiantes que para concluir sus estudios les faltara hasta doce (12) créditos.

Art. 78°. Todo componente curricular matriculado y no retirado formalmente dentro del plazo establecido, se considerará válido para todos los efectos del promedio ponderado semestral.

Art. 79°. La relación de estudiantes matriculados será recabada por cada docente del componente curricular a través de la Coordinación Académica.

Art. 80°. Para el desarrollo de los componentes curriculares programados en los ciclos I al IV, debe matricularse un mínimo de doce (12) estudiantes, y del V al X ciclos a más, debe matricularse con un mínimo de cinco (05) estudiantes en la modalidad de regular.

Art. 81°. Si la matrícula del estudiante que está por egresar excede un componente curricular se considerará procedente, siempre en cuando cumpla con las siguientes condiciones:

- a) El componente curricular no tenga paralelo.
- b) Los internados o prácticas pre profesionales exijan la condición de invictos.
- c) Sea evaluada por las Coordinaciones Académicas de cada Facultad y ejecutado en coordinación con la Oficina de Tecnología, Informática y Telecomunicaciones.

Art. 82°. La matrícula de los estudiantes ingresantes antes de la promulgación de la Ley Universitaria N° 30220 en condición de observados, se efectúa de acuerdo a las siguientes condiciones:

Art. 83°. Si del total de créditos matriculados en el semestre académico, desaprobara el 50%, o más de créditos deben matricularse en estos, pudiendo completar hasta un máximo de 18 créditos.

Art. 84°. Si desaprobara nuevamente los créditos matriculados según el literal a), solo pueden matricularse en estos y debe asignársele un tutor permanente.

Art. 85°. Si un estudiante es desaprobado en dos semestres consecutivos por el mismo docente, tendrá derecho a solicitar cambio de docente y matricularse por tercera vez en la modalidad de regular, dirigido o someterse a examen extraordinario.

Art. 86°. Los estudios de pregrado tienen una duración mínima de cinco (5) años y se realizan en un máximo de dos (2) semestres académicos por año.

## **TÍTULO V DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Art. 87°. El presente Reglamento es aplicable a partir de su aprobación en Consejo Universitario.

Art. 88°. A partir de la vigencia del presente reglamento quedan sin efecto todas las disposiciones que se opongan a la presente.

## **TÍTULO VI DISPOSICIONES FINALES**

Art. 89°. El presente reglamento es de cumplimiento obligatorio por las autoridades académicas, facultades, escuelas profesionales, unidades académicas, docentes y estudiantes.

Art. 90°. Procede la matrícula en un (1) componente curricular paralelo para los estudiantes del penúltimo ciclo y de dos (2) componente curriculares paralelos para los estudiantes del último semestre o previo al internado o práctica pre-profesional final, dentro de los créditos permitidos y en concordancia con el reglamento interno de la Escuela Profesional. En caso de no corresponder el componente curricular paralelo será eliminado automáticamente.

Art. 91°. El incumplimiento del presente reglamento genera responsabilidades administrativas y sanción, conforme a lo previsto en la Ley Universitaria, Estatuto Universitario, Ley del Servicio Civil, Decreto Legislativo 276 y su Reglamento.

Art. 92°. Las situaciones no contempladas en el presente reglamento serán resueltas en primera instancia por el Consejo de Facultad, en segunda instancia por el Vicerrectorado Académico y en tercera instancia, por el Consejo Universitario.

### **3. Reglamento de tutoría**

## **REGLAMENTO DE TUTORÍA**

### **TÍTULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

#### **CAPÍTULO I**

##### **BASES LEGALES, FINALIDADES Y ALCANCE**

Art 1° El presente reglamento se rige y fundamenta en:

- Ley Universitaria N° 30220
- Estatuto Universitario

Art 2° El Reglamento de Tutoría Universitaria, tiene como finalidad:

- a) Establecer aspectos generales para la planificación, ejecución y evaluación del proceso de Tutoría Universitaria.
- b) Normar la participación de las autoridades, docentes y estudiantes universitarios para el cumplimiento eficiente y eficaz del proceso de Tutoría Universitaria.

Art. 3° El cumplimiento del presente Reglamento, es obligatorio en el desempeño de los docentes y estudiantes en tutoría universitaria, durante todo el periodo que tomará su formación profesional bajo las condiciones establecidas en el reglamento y el estatuto.

#### **CAPÍTULO II**

##### **DE SU NATURALEZA Y PROPÓSITOS**

Art 4° La Tutoría Universitaria es entendida como una actividad universitaria a la cual tienen derecho todos los estudiantes pertenecientes a la UNA-Puno desde su ingreso hasta su titulación.

Art 5° Son propósitos de la Tutoría Universitaria:

- a) Guiar al estudiante en su proceso de adaptación e integración al sistema universitario, así como su permanencia en el mismo.
- b) Asesorar y monitorear al estudiante universitario en el aspecto académico promoviendo actividades individuales o grupales, en beneficio de su desarrollo profesional.
- c) Orientar al estudiante, en estrategias de estudio y asesorarlo para que tenga un aprendizaje eficaz.

- d) Asesorar y orientar al estudiante, en temas personales, que afecten su vida académica

### **CAPÍTULO III DE SUS ÁREAS Y MODELOS**

Art 6° Las áreas para el servicio de Tutoría Universitaria son: Académica y Personal.

- a) El área académica. Posibilita la mejora del rendimiento académico, permitiendo al estudiante conocer y desarrollar sus capacidades para la adquisición de conocimientos significativos; orientándolo en el manejo de sus dificultades y logros.
- b) El área personal. Fomenta el desarrollo integral del estudiante universitario, propiciando el conocimiento de aspectos para poder conducirse como persona con autonomía en beneficio de su desempeño académico.

Art. 7° Las formas de intervención de la Tutoría Universitaria son:

- a) Forma de intervención individual. Desarrollada a través de la interacción directa, siendo el estudiante interesado el que deba acudir a las entrevistas con su tutor tantas veces considere necesarias en los horarios programados y publicados.
- b) Forma de intervención grupal. Se trata de fomentar las relaciones entre iguales y con los adultos (profesionales), en espacios académicos y de desarrollo personal

## **TÍTULO II DE LA ORGANIZACIÓN, LOS RESPONSABLES, SU DESIGNACIÓN Y FUNCIONES**

### **CAPÍTULO I**

#### **ORGANIZACIÓN DE LA TUTORÍA UNIVERSITARIA**

Art 8° La Tutoría Universitaria está organizada de la siguiente manera:

- a) El Jefe de la Oficina de Tutoría Universitaria
- b) Los Coordinadores de Tutoría Universitaria de las Escuelas Profesionales
- c) Los Docentes Tutores
- d) Los estudiantes tutorados

Art 9° La Oficina de Tutoría Universitaria, depende de Vicerrectorado Académico.

Art 10° El sistema de tutoría además de interactuar con los docentes y estudiantes lo hace con otros sistemas, como:

- a) El Sistema de Académico de la UNAP, que teniendo acceso al sistema, el asesor puede hacer un seguimiento del avance académico de su asesorado y de esta manera pueda orientarlo mejor.
- b) El Sistema de Bienestar Universitario: forma al estudiante para que tenga espíritu de ayuda a terceros.

- c) El Sistema de Gestión de la Calidad: este sistema persigue la eficacia de todos los demás sistemas.

## **CAPÍTULO II**

### **DEL JEFE DE TUTORÍA UNIVERSITARIA**

Art 11° La designación del Jefe de la Oficina de Tutoría Universitaria estará a cargo de un docente ordinario, que posea la experiencia en dicha labor, la misma que estará refrendada con la Resolución Rectoral respectiva a propuesta del Vicerrectorado Académico, con la aprobación del Consejo Universitario, por el periodo de un (01) año, dos (02) ciclos académicos, pudiendo ser reelecto en el tiempo que considere la Autoridad Universitaria.

Art 12° Son funciones del Jefe de Tutoría Universitaria:

- a) Planificar, ejecutar, dirigir y evaluar el Plan de Trabajo de Tutoría Universitaria, en coordinación con los Coordinadores de tutoría de las diferentes Escuelas Profesionales.
- b) Diseñar e implementar instrumentos, guías, formatos de Tutoría Universitaria, en coordinación con los Coordinadores de las Escuelas Profesionales.
- c) Monitorear la planificación, ejecución y evaluación de las actividades tutelares de las Escuelas Profesionales, en coordinación con los Directores de Escuela.
- d) Organizar y/o capacitar periódicamente a los docentes tutores en temas relacionados a la Tutoría.
- e) Informar periódicamente a la autoridad inmediata, acerca de la ejecución de las actividades programadas, para su evaluación y respectivas sugerencias.
- f) Presentar la memoria anual de Tutoría Universitaria, documentada.

## **CAPÍTULO III**

### **DE LOS COORDINADORES DE TUTORÍA UNIVERSITARIA**

Art. 13° Los Coordinadores de Tutoría Universitaria son designados por elección mayoritaria de docentes de cada Escuela Profesional, los mismos que deberán acreditar capacitación y/o experiencia en el área, refrendada por Resolución Decanal respectiva, por un periodo de 1 año o dos ciclos académicos, las mismas que podrán renovarse previo informe de evaluación de la Oficina de Tutoría Universitaria

Art. 14° Son funciones de los Coordinadores de Tutoría Universitaria:

- a) Apoyar en la elaboración del Plan de Trabajo de Tutoría Universitaria, en coordinación con el Jefe de Tutoría Universitaria.
- b) Elaborar el Plan de Trabajo de Tutoría de su respectiva Escuela Profesional.
- c) Diseñar e implementar instrumentos de Tutoría Universitaria, e informar al Jefe de la Oficina de Tutoría Universitaria.

- d) Implementar un registro de horas tutoriales en sus respectivas Escuelas Profesionales, donde se controle las actividades de los docentes tutores.
- e) Monitorear, asesorar y evaluar las actividades de los docentes tutores, en coordinación con su Director de Escuela.
- f) Designar la carga tutorial de estudiantes universitarios a cada docente tutor, con un mínimo 10 alumnos, salvo excepción fundamentada y aprobada por la Oficina de Tutoría Universitaria.
- g) Organizar charlas y talleres para docentes y estudiantes en aspectos relacionados con tutoría.
- h) Sistematizar y reportar la información de actividades tutoriales semestral y anual en cronograma previsto.
- i) Recabar y consolidar los informes finales de cada docente al término del ciclo, para ser entregados a la Oficina de Tutoría Universitaria, en la fecha programado según el calendario de tutoría Universitaria.
- j) Remitir al Jefe de Tutoría Universitaria las constancias de labor tutelar de los alumnos intervenidos, considerando fechas y firmas.

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LOS DOCENTES TUTORES**

Art 15° Son Tutores los docentes que desempeñen labores académicas en su respectiva Escuela con los estudiantes universitarios, independientemente de su especialidad y carga académica.

Art 16° La designación de los docentes tutores depende, estrictamente del registro de estudiantes universitarios asignados o que hubieran solicitado la tutoría de determinado docente ante el Coordinador de su respectiva Escuela Profesional, dentro de un plazo no mayor de diez (10) días de iniciada las labores académicas del ciclo en curso.

Art. 17° Son funciones de los Docentes Tutores:

- a) Elaborar el Plan de Trabajo de Tutoría semestral.
- b) Realizar 4 horas semanales de labor tutorial y registrarlas en el formato de horas de tutoría.
- c) Dirigir y asesorar las actividades tutelares programadas en consenso con sus tutorados.
- d) Organizar actividades de acercamiento entre tutor y tutorandos a fin de lograr la confianza y respecto entre ellos.
- e) Remitir al Coordinador las constancias de labor tutelar de los estudiantes intervenidos, considerando fechas y firmas.
- f) Recabar el expediente de tutoría de cada estudiante tutelado, al inicio del ciclo y entregarlos al final del mismo.
- g) Remitir el informe semestral, al Coordinador de Tutoría de su Escuela Profesional, de las actividades tutoriales desarrolladas con los estudiantes, una semana antes,

de la fecha indicada en el calendario programado por la Oficina de Tutoría Universitaria.

- h) Derivar a los estudiantes a los servicios de apoyo. Cuando el problema planteado por el estudiante, excede las competencias del tutor.

Art 18° Se consideran servicios de apoyo a la Tutoría: El Servicio Bienestar dentro de ellos el Servicio de Salud, comedor universitario, el Consultorio de Psicología, la Pastoral Universitaria.

Art 19° Los docentes tutores tendrán acceso a la información académica y socioeconómica de los estudiantes a su cargo, para ello, coordinarán con las instancias pertinentes.

Art 20° Los docentes tutores recibirán de los Coordinadores de Tutoría de la Escuela Profesional, y estos de la Jefatura de Tutoría Universitaria, los expedientes de los tutorados conteniendo:

- a) Reglamento de Tutoría Universitaria.
- b) Carpeta de Tutoría Universitaria.
- c) Hoja de Historial Académico.
- d) Constancia de tutoría del estudiante.
- e) Ficha de seguimiento Académico.
- f) Lista de servicios que ofrece la Universidad.
- g) Otros que sean pertinentes para la acción tutorial.

Art 21° Los docentes tienen derecho a recibir su constancia de cumplimiento de la acción tutorial desarrollada en el ciclo académico.

### **TÍTULO III**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS ESTUDIANTES TUTORADOS**

Art 22° Tutorado es el estudiante matriculado en la UNA – Puno, quien voluntariamente acepta y en formato de compromiso tener docente tutor. Constituyendo sus derechos:

- a) Tener un docente tutor, asignado por el Coordinador de Tutoría de la Escuela Profesional, el mismo que lo acompañará desde el inicio hasta la culminación del ciclo académico o egreso de su formación profesional, según considere el estudiante ratificarlo o no; mediante una solicitud con el debido fundamento, la cual será dirigida al Coordinador de tutoría de su Escuela, en un plazo de 15 días después de haber sido publicado la distribución tutorial.
- b) Conocer las actividades programadas en consenso con su tutor.
- c) Tener acceso a los horarios de su tutor y ambiente (s) destinado (s) para la labor tutelar.
- d) Mantener contacto permanente con su tutor en las ocasiones programadas y cuando lo considere conveniente, en mutuo acuerdo con su tutor.

Art 23° Constituyen deberes del tutorado:

- a) Entregar a su Tutor una foto tamaño carnet actualizada, para que en la portada de su carpeta esté pegada con su código e identificación respectiva: apellidos, nombres, lugar y fecha de nacimiento, dirección de domicilio, teléfono móvil o fijo, email, colegio en el que terminó su secundaria y otros que considere el docente tutor.
- b) Asistir puntualmente a las reuniones periódicas programadas por su tutor.
- c) Cumplir con las tareas, investigaciones y sugerencias de mejora encomendadas por su docente tutor.
- d) Mantener informado a su docente tutor acerca de los pormenores de su desempeño académico para la orientación oportuna.

## **TÍTULO IV**

### **DEL PROCESO DE TUTORÍA UNIVERSITARIA**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DE SU IMPORTANCIA COMO REQUISITO Y SU CALIFICACIÓN**

Art 24° Al término del ciclo Académico, el estudiante deberá presentar como requisito para la siguiente matrícula, la constancia de tutoría. En calidad de obligatorio.

- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

Art. 25° La designación de los calificativos cualitativos de tutoría es como sigue:

Art 26° La asignación de los calificativos cualitativos del Art. 25, están relacionados directamente con el cumplimiento en su condición de tutorando con indicadores provenientes desde la evaluación del docente tutor. El rango de nota correspondiente es:

- |   |           |         |
|---|-----------|---------|
| - | Muy Bueno | 18 – 20 |
| - | Bueno     | 14 - 17 |
| - | Regular   | 11 - 13 |
| - | Malo      | 06 - 10 |
| - | Muy malo  | 00 – 05 |

Art 27° Para la obtención de la constancia de tutoría, el estudiante deberá lograr el calificativo de "Muy bueno", "Bueno" o "Regular" en cada ciclo académico.

Art 28° El estudiante, en caso de obtener el calificativo de "MALO" y "MUY MALO" en dos ciclos académicos consecutivos, no podrá matricularse en el ciclo académico siguiente; debiendo el estudiante subsanar con labores asistencia a charlas,

reuniones organizados para tal fin por parte del Coordinador de tutoría y los docentes tutores hasta obtener el calificativo de "Regular", "Bueno" o "Muy bueno".

Art 29° El estudiante que haya subsanado su tutoría podrá matricularse y continuar sus estudios en el siguiente ciclo.

Art 30° Se premiará al tutorado con mayor promedio ponderado al finalizar el año académico, emitida por la Jefatura de Tutoría Universitaria y corresponde al calificativo obtenido con mayor frecuencia durante los ciclos académicos cursados durante el desarrollo de la respectiva Escuela Profesional.

## **TÍTULO V**

### **CAPÍTULO I**

#### **DE LA EVALUACIÓN DE LA TUTORÍA UNIVERSITARIA**

Art 31° La evaluación se entiende como la obtención de juicios de valor, mediante metodología e instrumentos que permiten determinar la eficacia del mismo.

Art 32° Evaluación del desempeño del Tutorado (Anexo 1) Se evalúa al estudiante tutorado en razón a la labor de tutoría: asistencia puntual a las reuniones programadas por su tutor, cumplimiento y colaboración con las tareas, actividades e investigaciones para superar las dificultades del área académica y personal, la empatía y respeto al Tutor.

Art 33° Evaluación del desempeño del Tutor (Anexo 2) Se evalúa al docente tutor en relación al nivel de empatía y el respeto frente al estudiante, la capacidad para la acción tutorial, el conocimiento frente a la normativa institucional, la disposición a atender a los tutoriados y la orientación acertada a los estudiantes. La evaluación será periódicamente, manteniendo la confidencialidad respecto del nombre de los estudiantes que evalúan al tutor. Los resultados serán comunicados a los tutores para fomentar la reflexión y mejora de la actividad

## **TÍTULO VI**

### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DISPOSICIONES FINALES**

Art 34° Cualquier caso no contemplado en el presente Reglamento, será resuelto por el Jefe de la Oficina de Tutoría Universitaria.

Art 35° El presente Reglamento entra en vigencia a partir de su aprobación con Resolución Rectoral.

ANEXO Formatos de tutoría portal web [www.unap.edu.pe](http://www.unap.edu.pe) tutoría universitaria

#### **4. Reglamento de evaluación del aprendizaje**

### **REGLAMENTO DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

#### **TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES**

##### **OBJETIVOS**

Art. 1°. Son objetivos del presente reglamento:

- a) Establecer los lineamientos metodológicos para la evaluación del aprendizaje y las etapas de evaluación.
- b) Normar el sistema de calificaciones y aprobación de los componentes curriculares, señalando las obligaciones y derechos de los estudiantes en el proceso de evaluación.

##### **FINALIDAD**

Art. 2°. Normar el proceso de evaluación del aprendizaje de los estudiantes de las diferentes escuelas profesionales, en el marco de los propósitos de la evaluación por competencias.

##### **BASE LEGAL**

Art. 3°. Las disposiciones que conforman la base legal del presente reglamento son las siguientes:

- Ley Universitaria N° 30220.
- Estatuto Universitario 2015.
- Reglamento de Matrículas del Currículo Flexible por Competencias.
- Proyecto Educativo Universitario (PEU).
- Decreto Supremo N° 016-2015-MINEDU (Política de aseguramiento de la calidad superior universitaria)
- Resolución de Consejo Directivo N° 007-2015-SUNEDU/CD Procedimiento de Licenciamiento y su implementación en el sistema universitario.

##### **ALCANCE**

Art. 4°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento alcanzan a las dependencias del Vicerrectorado Académico, unidades académicas de todas las facultades y/o escuelas profesionales, a los docentes que cumplen con el proceso de evaluación y los estudiantes.

**TÍTULO II**  
**DE LA EVALUACIÓN**  
**CAPÍTULO I**  
**DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS**

Art. 5°. La evaluación del aprendizaje es un proceso interactivo que permite la valoración sobre el nivel de logro del aprendizaje alcanzado por el estudiante, en el desarrollo de las competencias, con el propósito de tomar decisiones que conlleven a la mejora de los procesos de aprendizaje-enseñanza.

Art. 6°. Son características de la evaluación del proceso de aprendizaje-enseñanza en las escuelas profesionales las siguientes:

- a) Integral: Permite emitir juicios de valor en los diferentes aspectos en que se estructuran las competencias de formación profesional.
- b) Permanente: Verifican los procesos de aprendizaje de competencias profesionales, considerando la organización del semestre por unidades de aprendizaje, e implica la programación de la evaluación sustitutoria de manera pertinente.
- c) Intencional: Garantiza que cada estudiante logre aprendizajes óptimos de las competencias profesionales previstas, las mismas que están consideradas en baremos cuantitativos y cualitativos.
- d) Formativa: Orienta y regula el proceso de aprendizaje-enseñanza y permite apreciar el desarrollo y la práctica de valores y actitudes positivas por parte de los estudiantes, lo cual constituye la esencia del aprender a ser.
- e) Democrática: Evalúa tópicos conocidos y compartidos por el profesor y los estudiantes a través de la metacognición, coevaluación y autoevaluación.

Art. 7°. Son propósitos de la evaluación del proceso de aprendizaje en las escuelas profesionales:

- a) Verificar y fortalecer la calidad del logro de las competencias de los estudiantes.
- b) Verificar el grado de efectividad de los métodos, técnicas, estrategias, actividades y materiales usados por el docente en el logro de competencias propuestas en los componentes curriculares.
- c) Generar la información requerida por la administración académica para efectos de promoción, orientación, selección estudiantil, organización de

programas de estudio individuales, requisitos de graduación, certificaciones y el otorgamiento de grados y títulos.

- d) Proponer medidas de apoyo, reajuste y reorientación para los procesos de aprendizaje-enseñanza.
- e) Establecer de manera justa los calificativos que reflejen el esfuerzo académico de los estudiantes.

Art. 8°. Son funciones de la evaluación en el proceso de aprendizaje-enseñanza:

- a) De diagnóstico: porque posibilita el conocimiento de la realidad educativa y de sus elementos.
- b) De orientación y motivación: porque incentiva, refuerza y orienta la labor de los estudiantes y docentes.
- c) De retroalimentación, estímulo y control: debido a que asegura el reajuste inmediato del currículo y del sistema de evaluación.
- d) De pronóstico: porque posibilita la determinación de nuevos logros a través de la acción educativa.

## **CAPÍTULO II PROCESOS DE LA EVALUACIÓN**

Art. 9°. La evaluación del aprendizaje de los estudiantes en las escuelas profesionales debe seguir las siguientes fases:

- a) Planificación.
- b) Recolección de información.
- c) Procesamiento de la información.
- d) Comunicación y/o publicación de los resultados.

Art. 10°. Durante el proceso de planificación se deben realizar acciones que permitan determinar el propósito de la evaluación, la deducción de los indicadores, los niveles de logro del aprendizaje y la elaboración de una tabla de especificaciones para la evaluación.

Art. 11°. La recolección de información se efectuará mediante la aplicación sistemática de los procedimientos e instrumentos de evaluación.

Art. 12°. Durante el procesamiento de la información se analizarán e interpretarán los datos para su comunicación posterior.

Art. 13°. Durante la fase de comunicación se transmitirán los resultados a los estudiantes y autoridades.

Art. 14°. Las etapas de la evaluación de los componentes curriculares, son:

- a) Evaluación inicial o de entrada (Diagnóstica).

- b) Evaluación de proceso (Formativa).
- c) Evaluación final (Sumativa).

Art. 15°. La evaluación inicial o de entrada se realiza al comienzo del proceso educativo, con la finalidad de identificar aprendizajes previos de los estudiantes. Esta evaluación orienta el proceso de aprendizaje-enseñanza de los estudiantes.

Art. 16°. La evaluación de proceso o formativa tiene por finalidad determinar el nivel de desarrollo de las competencias en los estudiantes y se evalúan por medio de actividades que evidencian los aprendizajes alcanzados a través de:

- a) Evidencias de conocimiento: lo que debe conocer el estudiante, ya sea conceptos, definiciones, leyes, principios, axiomas, enfoques o teorías.
- b) Evidencias de desempeño: lo que debe hacer el estudiante mediante demostraciones prácticas y de actitudes positivas.
- c) Evidencias de producto: a través de muestras físicas o tangibles elaborados por el estudiante; comprende informes de investigación, maquetas, ensayos, proyectos, informes de laboratorio, prácticas o simulaciones.

Este proceso da lugar a calificativos que se obtienen durante el desarrollo de la unidad didáctica considerando un ponderado opcional según sea la naturaleza del componente curricular, al cual se denomina calificativo parcial:

Donde: 
$$\text{Calificativo} = \frac{\text{EC} + \text{ED} + \text{EP}}{\text{Total}}$$

- EC: Evidencia de conocimiento.
- ED: Evidencia de desempeño.
- EP: Evidencia de producto.

Art. 17°. La evaluación final, se aplica en el componente curricular con el fin de apreciar el logro alcanzado en las competencias propuestas.

Art. 18°. El promedio final (PF) del logro de aprendizaje de la competencia prevista en el componente curricular se obtiene aplicando las siguientes fórmulas, según el número de promedios parciales:

Para dos promedios parciales:

$$PF = \frac{I PP + II PP}{2}$$

Para tres promedios parciales:

$$PF = \frac{I PP + II PP + III PP}{3}$$

Dónde:

PF = Promedio final.

I PP = Primer promedio parcial.

II PP = Segundo promedio parcial.

III PP = Tercer promedio parcial.

Art. 19°. Las evidencias de conocimiento, desempeño y de producto se evalúan en la escala vigesimal de 0 a 20 puntos.

Art. 20°. Se establece la siguiente escala cuantitativa – cualitativa para determinar el logro de las competencias:

CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	APRECIACIÓN CUALITATIVA	NIVEL LOGRO DE COMPETENCIA
17 a 20	Excelente	Logra eficazmente la competencia
14 a 16	Bueno	Logra la competencia en forma aceptable
11 a 13	Regular	Logro de la competencia en proceso
00 a 10	Deficiente	No logra la competencia

Art. 21°. La evaluación debe considerarse como un proceso que permite establecer el nivel de logro de competencias. Se ejecuta mediante la aplicación de instrumentos que permitan establecer los logros obtenidos en función de las competencias propuestas y según la naturaleza de los componentes curriculares.

Art. 22°. Los niveles de logro de competencias formuladas por el docente deben especificarse en el sílabo. Así mismo, el docente debe indicar a los estudiantes el tipo de instrumentos de evaluación a utilizarse al inicio del desarrollo del componente curricular.

Art. 23°. Las técnicas y los instrumentos de evaluación deben ser pertinentes, objetivos, confiables, válidos y elaborados en función a las competencias programadas en el sílabo. Las técnicas e instrumentos, entre otros, pueden ser:

EVALUACIÓN EVIDENCIAS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<b>PRODUCTO</b>	<b>Análisis de producto:</b> Maquetas, mapas, periódicos murales, boletines, trípticos, esquemas, álbum, fotografías, dípticos, revistas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de cotejo.</li> <li>• Escala de calificación.</li> </ul>
	<b>Valoración del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lista de chequeo del producto.</li> </ul>
	Organizadores del conocimiento: Mapa conceptual, mapa mental, red semántica, la UVE Heurística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de análisis del organizador del conocimiento.</li> <li>• Lista de cotejo.</li> </ul>
	<b>Portafolio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de análisis del portafolio.</li> </ul>
	<b>Análisis de contenido/ Análisis documentario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La ficha de unidades de análisis:</li> <li>• Textos, separatas, trabajos monográficos, asignaciones, informes.</li> </ul>

Art. 24°. Los criterios de evaluación para las actitudes, que incluyen y están consideradas como parte de la evaluación del desempeño son:

- a) Originalidad.
- b) Creatividad.
- c) Honestidad.
- d) Veracidad.
- e) Criticidad.
- f) Trabajo en equipo.
- g) Compromiso social.
- h) Responsabilidad.
- i) Asistencia.
- j) Puntualidad.
- k) Identidad y otros.

Art. 25°. Los directores de las escuelas profesionales deben supervisar la aplicación de los instrumentos y criterios de evaluación señalados en los sílabos correspondientes.

Art. 26°. Los trabajos encargados, como parte de la evaluación de las evidencias de producto, son monitoreados por el docente y se programan en el sílabo correspondiente, indicándose la fecha de entrega con anticipación.

### **CAPÍTULO III CALIFICACIÓN**

Art. 27°. La escala de calificación es vigesimal (0 – 20 puntos).

Art. 28°. Cuando el estudiante no se presenta a la evaluación correspondiente se hará acreedor al calificativo de cero (00) puntos.

Art. 29°. En caso de aplicarse varios instrumentos para la evaluación de evidencias de conocimientos, desempeños y productos, se debe promediar los calificativos parciales para obtener el calificativo final en estos rubros, los mismos deberán estar consignados en el sílabo correspondiente.

Art. 30°. Si al promediarse los calificativos finales existiese un residuo de 0.5 de punto o más, se redondeará al número entero inmediato superior.

Art. 31°. Los instrumentos de evaluación calificados por el docente deben ser entregados a los estudiantes para su verificación y conformidad dentro de los siete (07) días hábiles posteriores a la fecha de evaluación, con la debida conformidad, los instrumentos de evaluación serán devueltos en forma inmediata al docente.

Art. 32°. Los estudiantes tienen derecho a solicitar, mediante documento escrito dirigido al Director de la escuela profesional, la revisión de los instrumentos de evaluación aplicados por el docente de acuerdo al sílabo o la rectificación de su nota, dentro de los ocho (08) días hábiles después de conocer sus calificativos. El docente está en la obligación de entregar los

instrumentos de evaluación aplicados al Director de la escuela profesional para su verificación, caso contrario será pasible de proceso administrativo.

Art. 33°. Todos los instrumentos aplicados y los resultados serán archivados por los docentes, mínimamente por un semestre, quienes consignarán estos resultados oportunamente en los registros y actas correspondientes. Para el caso de docentes contratados, deben entregar los instrumentos aplicados en el proceso de evaluación a la Dirección de la escuela profesional, para que sean archivados por un semestre.

Art. 34°. El incumplimiento del Art. 31° por parte del docente, constituye falta disciplinaria, lo que dará lugar al proceso administrativo correspondiente.

#### **CAPÍTULO IV APROBACIÓN Y DESAPROBACIÓN**

Art. 35°. Para aprobar un componente curricular el estudiante debe obtener un promedio final de once (11) puntos o más. En caso de obtener un promedio igual o menor a diez ( $\leq 10$ ) se le considera desaprobado.

Art. 36°. Los criterios de aprobación, en cada componente curricular, deben constar en los sílabos correspondientes, especificándose las condiciones que se deben cumplir.

Art. 37°. No podrán aprobar las prácticas de un componente curricular quienes registren menos del 70% de asistencia a las mismas o aquellas especificadas en el sílabo correspondiente de acuerdo a la naturaleza del componente curricular.

Art. 38°. Concluida la evaluación de conocimiento, desempeño y producto planificada, en el sílabo del componente curricular, se programará una evaluación sustitutoria para aquellos estudiantes que obtuvieron una nota mínima igual o mayor a siete ( $\geq 07$ ) puntos. El resultado de la evaluación sustitutoria reemplazará los calificativos finales, solo de las evaluaciones evaluadas.

Art. 39°. La evaluación sustitutoria es de carácter opcional, debiendo el estudiante solicitarlo o inscribirse en la Dirección de la escuela profesional correspondiente en los plazos establecidos.

Art. 40°. No están comprendidos para la evaluación sustitutoria los componentes curriculares que incorporan talleres, prácticas pre-profesionales o similares; clínicas, laboratorios e internados.

#### **CAPÍTULO V DE LA EVALUACIÓN DE LOS ESTUDIANTES PARTICIPANTES EN LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL**

Art. 41°. Los estudiantes de la universidad, seleccionados por el Programa de Movilidad Estudiantil, deben ser evaluados con anterioridad a las fechas previstas en el sílabo, a fin de facilitar el viaje a la universidad de destino, siempre y cuando exista superposición de fechas de inicio y culminación de actividades académicas en las universidades de origen y destino.

Art. 42°. Los estudiantes nacionales o extranjeros admitidos por la universidad, mediante el Programa de Movilidad Estudiantil, deben ser evaluados con anterioridad a las fechas establecidas en el sílabo, a fin de facilitar su retorno a la universidad de origen, siempre y cuando las actividades académicas inicien antes de la culminación del semestre académico en la universidad.

## **CAPÍTULO VI EVALUACIÓN DE LOS COMPONENTES CURRICULARES DIRIGIDOS**

Art. 43°. Los componentes curriculares dirigidos se evaluarán en las mismas condiciones que exige el sílabo con el cual se desarrolla regularmente el componente curricular.

## **CAPÍTULO VII EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA**

Art. 44°. La evaluación extraordinaria se concede al estudiante, fuera de las fechas establecidas en la evaluación ordinaria. La evaluación extraordinaria puede ser solicitada por el estudiante siempre y cuando cumpla con los siguientes requisitos:

- a) Para concluir sus estudios profesionales tenga como máximo dos (2) componentes curriculares desaprobados con un promedio final igual o mayor a siete ( $\geq 07$ ) puntos.
- b) Sea aprobada mediante Resolución Decanal por acuerdo de Consejo de Facultad.

Art. 45°. El artículo anterior también es aplicable para las escuelas profesionales que incluyen en su estructura curricular internados, clínicas y prácticas pre-profesionales o similares.

Art. 46°. Las evaluaciones extraordinarias pueden ser solicitadas en dos oportunidades, la segunda evaluación lo solicitará el estudiante quince (15) días después de haber sido desaprobado en el primer examen extraordinario.

Art. 47°. La evaluación extraordinaria estará a cargo de un jurado conformado por tres docentes de la especialidad, nominado por el Director de Departamento Académico y ratificado con Resolución de Decanato. El docente titular podrá participar en el primer examen extraordinario.

Art. 48°. No procede la evaluación extraordinaria en componentes curriculares que por su naturaleza exige el desarrollo regular, especificado en el Currículo Flexible por Competencias.

## **TÍTULO III CAPÍTULO I DE LAS IRREGULARIDADES Y SANCIONES**

Art. 49°. Constituyen faltas contra el sistema de evaluación de parte de los docentes, las siguientes situaciones:

- a) Actividades de evaluación no programadas en el sílabo.
- b) Plantear ítems en los instrumentos de evaluación no concordantes con las

competencias y conocimientos establecidos en el silabo del componente curricular.

Art. 50°. Los docentes que cometieran las faltas estipuladas en los incisos a) y b) del Art. 49 del presente reglamento, incurren en incumplimiento de las funciones de la docencia; en tal razón, serán sancionados de acuerdo a lo que dispone el Estatuto Universitario y Directiva Académica.

Art. 51°. Constituyen faltas contra el sistema de evaluación de parte de los estudiantes, las siguientes situaciones:

- a) Copiar las respuestas de sus compañeros, de los apuntes elaborados en clase y otros instrumentos utilizados para tal fin, durante el proceso de evaluación.
- b) Presentar trabajos que han sido elaborados por otros estudiantes o personas ajenas a la universidad.
- c) Suplantar y ser suplantado durante las evaluaciones.
- d) Presentarse a las evaluaciones bajo los efectos del alcohol, sustancias alucinógenas o similares.
- e) Abandonar el local de evaluación sin haber entregado la prueba u otro similar.
- f) Alterar los instrumentos de evaluación para sorprender al docente.

Art. 52°. Quienes cometieran las faltas estipuladas en los incisos a), b), e) y f) del Art. 51 del presente reglamento serán sancionados con la anulación de la evaluación y perderán todo derecho a participar en la evaluación sustitutoria.

Art. 53°. Los reincidentes en las faltas tipificadas en los incisos a), b), e) y f) del Art. 51° serán sancionados con la desaprobarción definitiva en el componente curricular.

Art. 54°. Quienes incurren en falta tipificada en los incisos c) y d) del Art. 51° del presente Reglamento serán sancionados de acuerdo al Estatuto. En estos casos, el docente afectado elevará un informe al Director de la escuela profesional con copia al Decano.

#### **TÍTULO IV DISPOSICIONES FINALES**

Art. 55°. Las direcciones de las escuelas profesionales harán cumplir las directivas correspondientes para el reporte de notas y llenado de Actas de Exámenes y Registros de Evaluación dentro de los plazos establecidos.

Art. 56°. Las evaluaciones extraordinarias, previas a los internados, clínicas y prácticas pre-profesionales o similares, deben ser solicitados y programados dentro de los cinco (05) días de haber iniciado oficialmente la actividad académica.

Art. 57°. Si el estudiante después de rendir la segunda evaluación extraordinaria resultara desaprobado, debe matricularse con los estudiantes regulares. Si el componente curricular

ya no se desarrolla o tiene menos a cinco estudiantes, entonces podrá llevarlo como dirigido.

Art. 58°. Las situaciones no contempladas en el presente reglamento serán resueltas en primera instancia por el Consejo de Facultad, en segunda instancia por el Vicerrectorado Académico y última instancia por Consejo Universitario.

Art. 59°. Las disposiciones del presente reglamento rigen a partir de la fecha de su aprobación por Consejo Universitario.

## **5. Reglamento de cuadro de méritos**

### **REGLAMENTO DE ELABORACIÓN DEL CUADRO DE MÉRITOS**

#### **TÍTULO I ASPECTOS GENERALES**

##### **OBJETIVO**

Art. 60°. Establecer normas y procedimientos para la elaboración del Cuadro de Méritos y Cuadro Promocional de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno.

##### **FINALIDAD**

Art. 1°. Orientar el proceso para la elaboración de los Cuadros de Méritos y Promocional que permita ubicar al estudiante de la universidad, de acuerdo a su rendimiento académico.

##### **BASE LEGAL**

Art. 2°. Las disposiciones, que conforman la base legal del presente reglamento son las siguientes:

- Ley Universitaria N° 30220.
- Ley 27444 de Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Supremo N° 016-2015-MINED.
- Estatuto Universitario.
- Reglamento de Matrículas del Currículo Flexible por Competencias.

##### **ALCANCE**

Art. 3°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento alcanzan a las siguientes instancias: Vicerrectorado Académico, escuelas profesionales, coordinaciones académicas, la Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones y Oficinas de la Dirección Universitaria Académica de la universidad.

#### **TÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 4°. El Cuadro de Méritos del Sistema Curricular Flexible por Competencias es el documento que determina el orden de mérito académico obtenido por el estudiante al final de un ciclo académico, de acuerdo a la matrícula efectuada en el ciclo del plan de estudios que le corresponde. Asimismo, el Cuadro de Méritos determina el tercio, quinto y decimo superior de los estudiantes de todas las escuelas profesionales de la universidad.

Art. 5°. El Cuadro Promocional del Sistema Curricular Flexible por Competencias es el documento que determina el orden de mérito académico obtenido por un estudiante al final de culminado sus estudios universitarios.

Art. 6°. Las coordinaciones académicas de las facultad son las responsables de emitir el Cuadro de Mérito de tercio, quinto y décimo superior del Sistema Curricular Flexible por Competencias, en coordinación con la Oficina de Tecnología Informática y Telecomunicaciones, luego de finalizado el ciclo académico, debiéndose publicarlo dentro de los quince (15) días hábiles siguientes.

### **TÍTULO III DEL CONTENIDO de CUADRO DE MERITOS Y CUADRO PROMOCIONAL**

#### **CAPÍTULO I DEL PROMEDIO PONDERADO SEMESTRAL**

Art. 7°. El Promedio Ponderado Semestral (PPS) se obtiene en base a la sumatoria de las notas obtenidas por el estudiante en todos los componentes curriculares matriculados, cada uno multiplicado por el número de créditos correspondiente a cada componente curricular, la sumatoria dividida entre el total de créditos matriculados, constituye el promedio ponderado semestral.

Art. 8°. Para la elaboración del Cuadro de Méritos Semestral se debe considerar el Promedio Ponderado Semestral obtenido por el estudiante.

Art. 9°. En la elaboración del Cuadro de Méritos Semestral, para la ubicación de estudiantes, se aplica los siguientes criterios:

1. Créditos matriculados-aprobados de acuerdo al número de créditos previstos para cada ciclo según el plan de estudios de cada escuela profesional.
2. Modalidad de matrícula.
  - a. Regular (invictos)
  - b. Observado
  - c. Dirigidos; los casos para esta modalidad de matrícula son:
    - Por cambio de estructura curricular, cuando el componente curricular no tenga equivalencia.
    - Cuando no se cumpla con el mínimo de estudiantes matriculados de acuerdo a reglamento.
    - Si para concluir los estudios profesionales, les faltara menos o igual a 12 créditos.

#### **CAPÍTULO II DEL PROMEDIO PONDERADO ACUMULADO**

Art. 10°. El Promedio Ponderado Acumulado (PPA) se calcula en base a la sumatoria de las notas obtenidas por el estudiante en todos los componentes curriculares matriculados y ciclos académicos cursados, cada uno multiplicado por el número de créditos, esta sumatoria se divide entre el total de créditos matriculados acumulados.

### **CAPÍTULO III DEL CUADRO PROMOCIONAL**

Art. 11°. Para la elaboración del Cuadro Promocional se considera el Promedio Ponderado Acumulado del estudiante.

Art. 12°. La elaboración del Cuadro Promocional se obtiene en base a la promoción de los estudiantes, es decir tomando en cuenta el año de ingreso y egreso además del promedio final, obtenido en forma ascendente de notas aprobadas. La ubicación de estudiantes en el cuadro promocional se efectúa de acuerdo a los siguientes criterios:

1. Estudiantes que concluyeron sus estudios durante el periodo previsto en el plan de estudios de la escuela profesional respectiva.
2. Estudiantes con reservas de matrícula invictos que concluyen sus estudios durante el periodo previsto.
3. Estudiantes con traslado interno, externo y profesionales que concluyeron sus estudios durante el periodo previsto en el plan de estudios respectivo.
4. Estudiantes según número de créditos desaprobados subsanados.

### **CAPÍTULO IV DE LOS MEDIOS, TERCIOS, QUINTOS Y DECIMOS SUPERIORES SEMESTRALES Y PROMOCIONALES**

Art. 13°. Los cuadros de los tercios, quintos y décimos superiores, se emiten de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- a) El Tercio Superior lo constituye la tercera parte superior de los estudiantes del Cuadro de Méritos Semestral o Promocional de cada escuela profesional.
- b) El Quinto Superior lo constituye la quinta parte superior de los estudiantes del Cuadro de Méritos Semestral o Promocional de cada escuela profesional.
- c) El Décimo Superior lo constituye la décima parte superior de los estudiantes del Cuadro Semestral o Promocional de cada escuela profesional.

### **CAPÍTULO V DEL CUADRO DE MÉRITOS PARA LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL**

Art. 14°. Para los estudiantes participantes en el Programa de Movilidad Estudiantil el Cuadro de Méritos Semestral será elaborado en un cuadro adicional considerando los mismos criterios de orden, especificados en el Art. 10° del presente reglamento, una vez realizado el proceso de convalidación.

## TÍTULO IV

### DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 15°. Para los casos de subvención económica a estudiantes por haber obtenido los primeros puestos en el Sistema Curricular Flexible por Competencias, se considerará al primer puesto de cada ciclo, del segundo al noveno ciclo incluido (con excepción de casos especiales), obtenidos del Cuadro de Mérito, refrendado mediante Resolución Decanal.

Art. 16°. Los casos especiales en los cuales se otorgará subvención a estudiantes por primeros puestos son los siguientes:

Escuela Profesional de Derecho, estudiantes del:

Primer puesto del décimo ciclo.

Primer puesto del décimo primer ciclo.

Escuela Profesional de Odontología, estudiantes del:

Primer puesto del décimo ciclo.

Escuela Profesional de Medicina Humana, estudiantes del:

Primer puesto del décimo ciclo.

Primer puesto del décimo primer ciclo.

Primer puesto del décimo segundo ciclo.

Art. 17°. Los Cuadros de Méritos Semestral y Promocional deben consignar una columna del número correlativo y otra del orden de mérito.

Art. 18°. Todo componente curricular matriculado y no retirado formalmente dentro del plazo establecido se considerará válido para todos los efectos del promedio ponderado del ciclo.

Art. 19°. Los casos no previstos en el presente reglamento, serán resueltos por el Vicerrectorado Académico y la Dirección Universitaria Académica de la universidad.

## **6. Reglamento de convalidaciones**

### **REGLAMENTO DE CONVALIDACIÓN DE ASIGNATURAS DE COMPONENTES CURRICULARES**

#### **TÍTULO I**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

###### **OBJETIVO**

Art. 1°. Normar el proceso de convalidación de las asignaturas o componentes curriculares con creditaje equivalente o mayor, aprobado, en otras escuelas profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno o en otras universidades nacionales y extranjeras reconocidas.

###### **FINALIDAD**

Art. 2°. Implementar las normas y procedimientos para la convalidación de componentes curriculares en la universidad.

###### **BASE LEGAL**

Art. 3°. Las disposiciones que conforman la base legal de este reglamento son:

- Ley Universitaria N° 30220
- Ley del Procedimiento Administrativo General N° 27444
- Estatuto Universitario 2015
- Reglamento de Matricula del Sistema Curricular Flexible por Competencias

###### **ALCANCE**

Art. 4°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento, alcanza a todas las facultades y escuelas profesionales e instancias académicas que cumplen con el proceso de matrícula.

#### **TÍTULO II**

##### **CAPÍTULO I**

##### **DISPOSICIONES ESPECÍFICAS**

Art. 5°. La convalidación de componentes curriculares es un proceso que permite dar validez a los estudios realizados por los estudiantes en otras escuelas profesionales de esta universidad, otras universidades y de instituciones con rango universitario, siempre y cuando cumplan los criterios establecidos en el Art. 27° del presente reglamento.

Art. 6°. La convalidación de los componentes curriculares procede de acuerdo a la modalidad de ingreso y procesos siguientes:

**Proceso Ordinario:** Se convalida los componentes curriculares del plan de estudios del Área Básica, consignadas en las estructuras curriculares o en el currículo flexible por competencias.

Profesionales y graduados que ingresaron por examen general.

**Proceso Extraordinario:** Se convalida los componentes curriculares de todo el plan de estudios.

- a) Traslados internos.
- b) Traslados externos.
- c) Profesionales y graduados de universidades.
- d) Por cambio del plan de estudios, de acuerdo al cuadro de equivalencias.
- e) Por reingreso a la misma escuela profesional.
- f) Por convenios de los Programas de Movilidad Estudiantil

Art. 7°. La convalidación determinará el ciclo de estudio que le corresponde cursar al estudiante.

## **CAPÍTULO II DE LOS REQUISITOS**

Art. 8°. Los requisitos para la convalidación de los componentes curriculares, en las modalidades de ingreso: profesionales y graduados, traslados internos, traslados externos y los afectados por cambio de currículo son los siguientes:

- a) Solicitud, dirigida al Decano de la facultad respectiva.
- b) Grado de Bachiller y certificados de estudios originales, según corresponda.
- c) Sílabos de los componentes curriculares a ser convalidados debidamente refrendados, en todas sus páginas por el Director de la escuela profesional de origen o su equivalente.
- d) Comprobante de pago por derecho de convalidación.

## **CAPÍTULO III DEL PROCEDIMIENTO**

Art. 9°. En caso de traslados externos la facultad de origen remitirá los certificados de estudios presentados por el estudiante a Secretaria General, para su verificación.

Art. 10°. El Decano derivará la solicitud de convalidación a la Comisión de Convalidaciones de la escuela profesional respectiva, designada por Consejo de Facultad.

Art. 11°. La Comisión de Convalidaciones está integrada por:

- a) El Director de la escuela profesional, quien la preside.
- b) Dos (02) docentes de la escuela profesional.

El Coordinador Académico no docente de la facultad, emitirá el informe correspondiente.

Art. 12°. La duración del proceso de convalidación de los componentes curriculares no excederá de los diez (10) días hábiles, contados a partir del día siguiente de la finalización del proceso de matrículas.

Art. 13°. Recibida la solicitud por la Comisión de Convalidaciones, ésta emitirá el dictamen dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes de recibido el expediente, bajo responsabilidad administrativa. La inasistencia de un miembro de la comisión no invalida el proceso de convalidación.

Art. 14°. El dictamen debe ser aprobado con Resolución Decanal, con cargo a dar cuenta a Consejo de Facultad.

Art. 15°. Es responsabilidad de las coordinaciones académicas de las facultades de la universidad, registrar la convalidación en el historial académico y regularizar la matrícula en un plazo no mayor de dos (02) días hábiles, debiendo el estudiante recabar la respectiva ficha de matrícula.

Art. 16°. El expediente del proceso de convalidación (solicitud, sílabo, dictamen de la comisión, resolución de decanato) debe ser remitido por la coordinación académica de la facultad a la Oficina de Registro y Archivo Académico para su consolidación y adjuntarlo en el file personal del estudiante en un plazo no mayor de cinco (05) días hábiles, bajo responsabilidad administrativa. La Oficina de Registro y Archivo Académico cautelará el cumplimiento de las disposiciones generales.

Art. 17°. El Decano remitirá una copia de la Resolución de Decanato, a Secretaría General, para su posterior comunicación a la universidad o entidad de origen en concordancia con los incisos b) y c) del Art. 6° del presente reglamento.

Art. 18°. Los requisitos y procedimientos establecidos en los capítulos II y III del presente reglamento son aplicables solo para los casos comprendidos en el Art. 6° excepto los literales d) y e) del mismo reglamento.

Art. 19°. La convalidación de los componentes curriculares de los estudiantes de la universidad afectados por cambio de currículo, será resuelto a través del cuadro de equivalencias del plan de estudios, debiendo efectuarse de oficio por la Coordinación Académica correspondiente dentro del cronograma de matrículas,

bajo responsabilidad administrativa.

#### **CAPITULO IV**

##### **DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE MOVILIDAD ESTUDIANTIL**

Art. 20°. La universidad, para el caso del Programa de Movilidad Estudiantil, debe abordar con flexibilidad y amplitud el sistema de reconocimiento de los estudios cursados en el marco del Reglamento del Programa de Movilidad Estudiantil sobre la base de contenidos globales que cumplan con similares objetivos académicos y de formación. Para ello la convalidación o reconocimiento de estudios debe asentarse sobre los siguientes principios:

- a) Confianza entre las instituciones, cimentado en el conocimiento mutuo entre las entidades docentes participantes y el reconocimiento de la calidad de la enseñanza que imparten.
- b) Transparencia informativa, para que las universidades participantes dispongan de un amplio conocimiento de las universidades contrapartes. Para ello, las universidades deberán intercambiar la más amplia información posible, incluyendo en estos planes de estudio, calendarios académicos, programas de los componentes curriculares que habrán de ser cursados, organización de la docencia, sistemas de calificación y posibles equivalencias.
- c) Flexibilidad, concebida como la propia esencia del Programa de Movilidad Estudiantil, teniendo en cuenta las diferencias organizativas resultantes de la disimilitud de planes de estudio, sistemas de calificación y métodos de aprobación de los componentes curriculares entre las diferentes universidades integrantes del sistema, sin perjuicio de la compatibilidad en términos de calidad de los estudios.

Art. 21°. En el caso de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano, participantes del Programa de Movilidad Estudiantil, se efectúa la convalidación o reconocimiento de los componentes curriculares de acuerdo a los criterios establecidos en el respectivo convenio entre los países de origen y destino. Para tal fin se exige los siguientes documentos originales:

- i. Resolución Rectoral de la Universidad Nacional del Altiplano autorizando la participación en el Programa de Movilidad Estudiantil.

- ii. Resolución Rectoral o equivalente de ser admitido como estudiante en la universidad de destino.
- iii. Certificado oficial de estudios, originales de la universidad donde realizó inicialmente sus estudios que debe incluir la calificación obtenida en los componentes curriculares según la escala de calificaciones utilizada.
- iv. Sílabo otorgado por la universidad donde realizó sus estudios y legalizado por la autoridad competente (fedateado).

Art. 22°. Para el caso específico del convenio del Programa de Movilidad Estudiantil, la transferencia de las calificaciones obtenidas de los estudios realizados de la universidad de destino a la universidad de origen, debe utilizar la siguiente TABLA DE EQUIVALENCIAS (aprobada mediante Resolución Rectoral N°2737-2013-R-UNA):

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>BOLIVIA</b>	<b>CHILE</b>	<b>PARAGUAY</b>	<b>PERÚ</b>
Muy bueno	8, 9 y 10	100	7	5	20
Bueno	6 y 7	90	6	4	17
Aceptable	5	71	5	3	14
Regular	4	51	4	2	11
Malo	1, 2 y 3	1 a 50	1, 2, 3	1	1 a 10

Fuente: *Reglamento Programa de Movilidad Estudiantil CRISCOS 2006-2008. Universidad Autónoma "GABRIEL RENÉ MORENO" Sede de la Presidencia. Santa Cruz-Bolivia*

Art. 23°. Para los estudiantes de la Plataforma de la Alianza del Pacífico, la convalidación se efectúa conforme al convenio establecido entre ambas universidades.

Art. 24°. Para los estudiantes del convenio CRISUR, la convalidación se efectúa conforme al convenio establecido entre ambas universidades.

Art. 25°. Al momento de la conversión de calificaciones si las opciones sean más de una, se debe adoptar la calificación mayor.

Art. 26°. Es responsabilidad de la comisión de convalidación efectuar el proceso de convalidación o reconocimiento una vez recepcionada la solicitud, seguidamente se debe presentar el informe final en los plazos establecidos según los Artículos 12° y 13° del presente reglamento para la emisión de la respectiva Resolución Decanal.

## **CAPITULO V DE LOS CRITERIOS**

Art. 27°. Se consideran criterios para la convalidación los siguientes:

- a) Haber obtenido la nota mínima aprobatoria de ONCE (11) en los componentes curriculares a convalidar, o su equivalente.
- b) Tener como mínimo el ochenta por ciento (80%) de conocimientos esenciales (capacidades y contenidos) similares en los sílabos.
- c) Es procedente la convalidación de un componente curricular semestral por otra también semestral; un componente curricular anual por otra anual; dos (02) semestrales consecutivas por una anual; una anual por dos (02) semestrales consecutivos, o su equivalente en horas, o créditos académicos.
- d) No son convalidables los componentes curriculares de igual denominación con diferentes capacidades y contenidos.
- e) Son convalidables los componentes curriculares de diferente denominación con conocimientos esenciales (capacidades y contenidos) iguales.
- f) Un componente curricular convalidado en una escuela profesional no podrá ser convalidado en otra.

## **CAPÍTULO VI DE LAS SANCIONES**

Art. 28°. El incumplimiento del proceso de convalidaciones establecido en el presente reglamento por parte de los miembros de la comisión de convalidación de los componentes curriculares, será sancionado con amonestación escrita o mediante proceso administrativo según la falta cometida, sin perjuicio de declararse la nulidad del acto por infracción al presente reglamento.

Art. 29°. La adulteración de los documentos que presente el estudiante que solicite convalidación de los componentes curriculares será motivo de anulación del proceso de convalidación.

## **TÍTULO III DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

Art. 30°. El estudiante que desaprobe un componente curricular matriculado en una escuela profesional, no podrá solicitar la convalidación de esta, así la haya aprobado en otra escuela profesional.

Art. 31°. El componente curricular a convalidar debe haber sido aprobada con una antigüedad no mayor de cinco (05) años.

Art. 32°. Todo estudiante que haya convalidado un componente curricular este componente no deberá aparecer en actas, bajo responsabilidad administrativa de la Coordinación Académica de la Facultad.

Art. 33°. Cuando el sistema de evaluación en la universidad de origen sea diferente al establecido por esta casa de estudios, la Oficina de Planeamiento Curricular de la Dirección Universitaria Académica, deberá establecerla escala de equivalencias correspondiente.

Art. 34°. El dictamen de la Comisión de Convalidaciones para los casos de profesionales o graduados, traslados internos y externos, así como para los Programas de Movilidad Estudiantil es inapelable y ratificado con Resolución Decanal.

Art. 35°. El proceso de convalidaciones de los componentes curriculares, en todas las modalidades es integral, no existe convalidaciones parciales.

Art. 36°. Las convalidaciones de los componentes curriculares serán supervisados por el Vicerrectorado Académico, mediante la Dirección Universitaria Académica.

Art. 37°. No es procedente la convalidación de componentes curriculares por estudios paralelos en escuelas profesionales de la misma universidad.

#### **TÍTULO IV**

#### **DISPOSICIONES FINALES**

Art. 38°. Cualquier otro dispositivo de convalidaciones existentes en la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, queda sin efecto a partir de su aprobación por Consejo Universitario.

Art. 39°. Las situaciones no contempladas en el presente reglamento serán resueltas por Consejo de Facultad.

## **7. Reglamento de prácticas pre profesionales**

### **REGLAMENTO DE PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES**

#### **TÍTULO I**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

- Art. 1° Las prácticas pre-profesionales son el conjunto de actividades que se realizan en un centro de práctica donde se aplican los conocimientos adquiridos por los estudiantes durante el periodo del semestre lectivo.
- Art. 2° Las prácticas pre-profesionales serán supervisadas y evaluadas por los profesores de los cursos de prácticas pre profesionales. De las 06 horas que tiene esta asignatura, dos horas (2) son teóricas, las mismas que se desarrollaran en el salón de clases, y servirán para reforzar el aspecto teórico, absolver dudas de los estudiantes y para recepcionar los informes de los trabajos encomendados. Las 04 horas restantes servirán para supervisar a los practicantes en los medios de comunicación, instituciones públicas y privadas y otras organizaciones donde se están realizando las prácticas.
- Art. 3° Las prácticas pre-profesionales se realizarán en las siguientes áreas:
- a.Periodismo.
  - b.Relaciones Públicas.
  - c.Comunicación para el Desarrollo.

#### **TÍTULO II**

##### **ALCANCE**

- Art. 4° El presente reglamento de prácticas pre profesionales tiene efecto para los estudiantes del octavo, noveno y décimo semestre de la Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación Social.
- Art. 5° Es requisito indispensable para la realización de las prácticas pre-profesionales, que los estudiantes hayan aprobado todos los cursos prerrequisitos establecidos en plan de estudios.
- Art. 6° El Director de escuela profesional autorizará la realización de las prácticas pre-profesionales previo informe del historial académico del estudiante otorgado por la coordinación académica.

### TÍTULO III

#### OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA

Art. 7° Los objetivos de las prácticas pre-profesionales se circunscriben en:

**Experimentar** y profundizar los conocimientos teórico-prácticos, para brindar una sólida formación al estudiante.

**Capacitar** a los estudiantes en la percepción objetiva de la situación social y aplicación de los conceptos, principios y métodos comunicacionales, para la intervención en los procesos de desarrollo.

**Desarrollar** en los estudiantes habilidades y destrezas que les permitan asumir responsabilidades afianzando sus conocimientos para el ejercicio de la profesión.

**Investigar** procesos sociocomunicacionales empleando métodos y técnicas apropiadas.

**Contrastar** y perfeccionar la teoría con la práctica a fin de alcanzar una conciencia crítica con un alto grado de sensibilidad, comprensión humana y compromiso social.

Desarrollar actividades de responsabilidad social universitaria.

Desarrollar actividades de investigación, desarrollo e innovación.

### TÍTULO IV

#### FUNCIONES DEL PROFESOR DE PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES

Art. 8° Presentar, supervisar, asesorar, y evaluar al estudiante en su centro de prácticas pre-profesionales.

Art. 9° El profesor de prácticas presentará a la Dirección de la Escuela:

- Al término del 1er mes, un informe de revisión de plan de prácticas
- Al término del 2do mes, primer informe de supervisión de prácticas, adjuntando las fichas de supervisión refrendado por el jefe inmediato.
- Al término del 3er mes, segundo informe de supervisión de prácticas, adjuntando las fichas de supervisión refrendado por el jefe inmediato
- Al término del 4to mes, informe final de prácticas documentado.

Art. 10° Los profesores de prácticas son controlados y supervisados por la Dirección de Escuela y Jefatura de Departamento de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

## **TÍTULO V**

### **DE LOS CENTROS DE PRÁCTICA**

- Art. 11° Sólo se autorizará la realización de las prácticas en grupo, con un máximo de 02 estudiantes por institución, siempre y cuando la magnitud de ésta justifique su presencia.
- Art. 12° Excepcionalmente, se autorizará las prácticas pre profesionales en Periodismo, Relaciones Públicas y Comunicación para el Desarrollo en grupos de acuerdo al requerimiento del Centro de Comunicaciones de la Universidad Nacional del Altiplano (CECUNA).
- Art. 13° Las prácticas pre profesionales en el área de Periodismo se desarrollarán en medios de comunicación que estén constituidas legalmente.
- Art. 14° Las prácticas pre profesionales en el área de Relaciones Públicas se desarrollarán en instituciones públicas y privadas.
- Art. 15° Las prácticas pre profesionales en el área de Comunicación para el Desarrollo sólo se autorizarán para ser realizadas en Organizaciones Sociales, ONG`s e Instituciones que realicen labores de desarrollo.
- Art. 16° Se consideran centros de prácticas a las instituciones existentes en el ámbito local. En caso de realizarse a nivel regional o nacional el estudiante asumirá los gastos de supervisión.
- Art. 17° El horario de prácticas será 05 horas diarias como mínimo.

## **TÍTULO VI**

### **OBJETIVOS DE LA SUPERVISIÓN**

- Art. 18° Garantizar el cumplimiento de las prácticas pre-profesionales.
- Art. 19° Fomentar los valores éticos en las prácticas pre-profesionales.
- Art. 20° Realizar la supervisión de prácticas en situ dos veces en forma obligatoria y el resto hacer seguimiento y monitoreo periódica.

## **TÍTULO VII**

### **DE LAS PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES**

- Art. 21° Los estudiantes no podrán matricularse en dos prácticas pre profesionales paralelamente, las prácticas son sucesivas, Art. 3.
- Art. 22° El estudiante realizará una práctica pre profesional por semestre.

Art. 23° La duración está sujeta a la carga horaria asignada, debiendo el estudiante realizar prácticas pre-profesionales por un período de 4 meses continuas.

### **DE LA EVALUACIÓN**

Art. 24° La calificación y evaluación de las prácticas pre-profesionales se realizará promediando los siguientes criterios:

- Presentación y sustentación del plan de prácticas (30%)
- Supervisión de asistencia en el centro de prácticas (30%).
- Presentación y Sustentación del Informe Final de Prácticas (40%)

Art. 25° Los planes de prácticas serán presentados y sustentados al profesor de prácticas en el tiempo establecido para su respectiva corrección y aprobación, sin el cual no podrá ejecutarse ninguna actividad programada.

Art. 26° Durante la supervisión de campo, son criterios de evaluación: iniciativa, responsabilidad y eficiencia.

Art. 27° Los estudiantes están obligados a asistir a la universidad para cumplir las siguientes actividades.

Reforzar y orientar la temática relacionada a su área de prácticas.

Sesiones de asesoramiento por parte de los profesores de prácticas.

Talleres programados en los que se evaluará la participación en forma individual y grupal.

Art. 28° Los informes finales de prácticas se presentarán por secretaría 03 ejemplares en el plazo fijado por la Dirección de Escuela Profesional.

Art. 29° La última evaluación de las prácticas, consistirá en la sustentación y defensa del informe final documentado de acuerdo al cronograma. Con tres jurados docentes calificadores, asumiendo como presidente del jurado el profesor de prácticas. La calificación será en sistema vigesimal de 0 a 20, la nota se obtendrá del promedio aritmético de las notas de los tres jurados, el mismo que constará en el libro de actas de sustentación de prácticas pre-profesionales de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social.

Art. 30° El estudiante al concluir sus prácticas deberá solicitar a la institución un Certificado de acreditación con informe favorable del jefe inmediato, indicando la fecha de inicio y finalización de las prácticas, desarrollo de actividades y cumplimiento de las funciones, documento que deberá adjuntarse la informe final.

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Art. 31° Los planes de prácticas pre profesionales e informes de práctica deben considerar actividades de responsabilidad social universitaria y de investigación , desarrollo e innovación.

Art. 32° Los aspectos no considerados en el presente Reglamento serán resueltos por el Director de escuela y Jefatura de Departamento de acuerdo al estatuto y normas vigentes.

## **8. Reglamento de uso de laboratorios**

### **REGLAMENTO DE USO DE LABORATORIOS**

#### **CAPÍTULO I**

##### **DISPOSICIONES GENERALES**

- Art. 1° El presente Reglamento de Laboratorios de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, sirven para realizar prácticas de los cursos talleres en conformidad a la Estructura Curricular Flexible por Competencias y el Plan de Estudios aprobados.
- Art. 2° Involucra las funciones y responsabilidades de docentes, estudiantes y administrativos, de acuerdo al Reglamento General de Patrimonio de la Universidad, capítulo IV Artículo 433 y por el Estatuto de la UNA.

#### **CAPÍTULO II**

##### **PRINCIPIOS**

- Art. 3° Posee autonomía inherente a la naturaleza y finalidad del curso taller en la formación profesional del futuro Comunicador Social.
- Art. 4° El servicio que brinda tiene carácter no lucrativo en la actividad académica de docentes y estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, con excepción de cursos dirigidos a la comunicad universitaria y a la ciudadanía en general.

#### **CAPÍTULO III**

##### **OBJETIVOS**

- Art. 5° Son objetivos de Laboratorio de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social:
- a. Complementar y preparar al estudiante en el dominio teórico práctico del ejercicio real de la profesión.
  - b. Desarrollar en los estudiantes destrezas y habilidades que les permita desarrollar su creatividad.
  - c. Infundir en el estudiante, la experimentación en la calidad de producción de los trabajos individuales y grupales, con asesoría de jefes de práctica y profesor titular del curso taller.

- d. Reforzar la capacitación en el manejo adecuado de los equipos de tecnología comunicacional.

## **CAPÍTULO IV**

### **FUNCIONES DEL JEFE DE LABORATORIO**

Art. 6° Son funciones del jefe de laboratorio:

- a. Cumplir y hacer cumplir el presente Reglamento.
- b. Supervisar el trabajo de los coordinadores de cada área, Jefes de Práctica y al Personal Administrativo, dejando expresa constancia como responsables del cuidado y reparación.
- c. Velar por el mantenimiento y conservación de los equipos, instrumentos y materiales de cada uno de los laboratorios, estos bienes se hallan bajo su administración.
- d. Coordinar horarios con los docentes de cursos talleres, Jefes de práctica y personal administrativo de turno para su atención.
- e. Sancionar las diferentes faltas cometidas por docentes, personal administrativo y estudiantes.
- f. Otorgar el visto bueno para el uso del laboratorio, firma de constancias de no adeudar para trámites de certificados, grado académico y título profesional.
- g. Garantizar el funcionamiento óptimo de los equipos para la realización de las diferentes prácticas.

## **CAPÍTULO V**

### **FUNCIONES Y OBLIGACIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Art. 7° Son funciones y obligaciones del personal administrativo de los laboratorios.

- a. Cuidar los bienes y hacer cumplir el horario de uso de laboratorios de acuerdo al cronograma establecido.
- b. Mantener en condiciones óptimas cada uno de los ambientes, equipos y materiales del laboratorio.
- c. Codificar y guardar el material de enseñanza, trabajos elaborados por los estudiantes y todas las producciones de la Escuela en master, ya sea grabaciones de eventos, ceremonias, colaciones, etc., debidamente clasificadas con registro en libro para implementar audioteca, videoteca y hemeroteca.
- d. En el momento de entrega de equipos; deberá hacer llenar una ficha con todas las especificaciones técnicas, tanto para docentes como para estudiantes y al recepcionar verificar el estado y las condiciones de entrega bajo responsabilidad.
- e. La pérdida, destrucción o mal uso de los equipos y materiales, sin conocimiento de su Jefe inmediato será de entera responsabilidad.
- f. Está terminantemente prohibido la utilización de equipos o materiales sin previa autorización del docente titular y Visto Bueno del Jefe de Laboratorio, ni mucho

menos quedarse solo estudiantes en laboratorios o transferencia de equipos o materiales de estudiante a estudiante.

- g. En caso de presentarse alguna irregularidad deberá comunicarlo inmediatamente al Jefe de Laboratorio.

## **CAPÍTULO VI**

### **FUNCIONES DE LOS DOCENTES**

Art. 8° Son funciones de los docentes:

Programar sesiones de práctica de los cursos talleres haciendo uso racional de los equipos de laboratorio. Permanecer en el taller hasta el final de la hora programada a fin de cautelar y supervisar el uso adecuado de los equipos de laboratorio.

## **CAPÍTULO VII**

### **FUNCIONES DE LOS ESTUDIANTES**

Art. 9° Son funciones de los estudiantes:

- a. Velar por el mantenimiento y conservación de los equipos; y, el cumplimiento cada uno de los artículos del presente Reglamento.
- b. Hacer uso gratuito de los equipos y materiales cuando estén debidamente programados con autorización del docente del curso de taller y con visto bueno del Jefe de Laboratorio.
- c. Utilizar los equipos para producir trabajos en laboratorio con asesoría, guía y orientación de los Jefes de Práctica.
- d. En caso de observar alguna irregularidad hacerla conocer por escrito al Jefe de Laboratorios con copia a la Dirección de Estudios.

## **CAPÍTULO VIII**

### **SANCIONES DE LOS DOCENTES**

Art. 10° El uso indebido, deterioro y/o pérdida de los equipos y materiales será de su entera responsabilidad y su reposición inmediata; de lo contrario se informará a las instancias pertinentes para determinar responsabilidades.

### **DE LOS ESTUDIANTES**

Art. 11° La pérdida de los equipos o materiales, significa reposición con nuevos equipos con las mismas características técnicas, de lo contrario se le apertura proceso administrativo; ateniéndose a las consecuencias de la suspensión del semestre académico y/o destitución definitiva.

Art. 12° El deterioro (malograr equipos y/o materiales) implica reparación inmediata con garantía, de lo contrario el Jefe de Laboratorios deberá informar a la Dirección de la Escuela, para el cumplimiento de la sanción, de la no matrícula en el semestre académico siguiente y/o impedir su graduación.

Art. 13° El uso individual de los equipos o materiales de los laboratorios de la Escuela, constituye una falta grave, lo que inhabilita la utilización de los mismos previo informe del personal responsable y/o jefe de laboratorios a partir del día siguiente durante todo el semestre académico.

## **CAPÍTULO IX**

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Art. 14° Para hacer uso de Laboratorios, todos los docentes y estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social, se regirán por el Presente Reglamento.

Art. 15° Los casos no previstos en el presente reglamento serán resueltos por la Dirección de la Escuela de acuerdo a la normatividad vigente de la UNA Puno.

## **9. Reglamento de grados y títulos**

### **REGLAMENTO DE GRADOS Y TÍTULOS**

#### **TÍTULO I ASPECTOS GENERALES**

##### **OBJETIVO**

Art. 1°. El presente reglamento tiene como objetivo normar y controlar el cumplimiento de las disposiciones, requisitos, criterios y procedimientos a seguir para la obtención del Grado Académico de Bachiller y Título Profesional.

##### **FINALIDAD**

Art. 2°. El presente reglamento constituye un instrumento de gestión, cuyo fin es establecer normas, requisitos, criterios y procedimientos a seguir para la obtención del Grado Académico de Bachiller y los Títulos Profesionales conferidos por la Universidad Nacional del Altiplano Puno, a nombre de la Nación.

##### **BASE LEGAL**

Art. 3°. Constituye la base legal las siguientes normas:

- Constitución Política del Perú.
- Ley Universitaria N° 30220.
- Estatuto Universitario 2015.
- Ley del Procedimiento Administrativo General N°27444.
- Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado N° 27658.
- Resolución del Consejo Directivo N° 009-2015-SUNEDU/CD. “Reglamento del Registro Nacional de Grados y Títulos”.
- Resolución del Consejo Directivo N° 033-2016-SUNEDU/CD “Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales – RENATI” (incorporado con Resolución Rectoral N° 4906-2016-R-UNA del 30 de diciembre del 2016).
- Proyecto Educativo Universitario, aprobado por R.R. N° 2329-2013-R-UNA.
- Reglamento General de Investigación de la UNA-Puno.
- Resolución Rectoral N°1432-2010-R-UNA.
- Resolución Rectoral N°1012-2016-R-UNA.

##### **ALCANCE**

Art. 4°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son de aplicación para todos los egresados y bachilleres de las escuelas profesionales; asimismo, alcanza al

Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado de Investigación, Secretaria General y demás instancias académicas y administrativas de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno.

## **TÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 5°. La Universidad Nacional del Altiplano – Puno, otorga a nombre de la Nación, los grados académicos de Bachiller, Maestro y Doctor; así como los Títulos Profesionales y los títulos de Segunda Especialidad Profesional que correspondan. Las escuelas profesionales acreditadas consignan tal condición en el título a otorgar.

Para fines de homologación o revalidación, los grados académicos o títulos otorgados por universidades o escuelas de educación superior extranjeras se rigen por lo dispuesto en la Ley Universitaria vigente.

Art. 6°. La obtención de grados y títulos se realiza de acuerdo a las exigencias académicas establecidas por la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, descritas en el presente reglamento.

6.1°. Es de carácter obligatorio para los egresados de la Universidad cumplir con el REPOSITORIO DIGITAL “RENATI”, que registra los trabajos de investigación al amparo del artículo 45° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220.(incorporado con Resolución Rectoral N° 4906-2016-R-UNA del 30 de diciembre del 2016).

Art. 7°. El Título Profesional solo se puede obtener en la universidad donde haya obtenido el grado de bachiller.

## **TÍTULO III DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER**

Art. 8°. Las facultades proponen el otorgamiento del Grado Académico de Bachiller, por acuerdo de Consejo de Facultad, a todos los egresados que han concluido el plan de estudios del currículo de la escuela profesional correspondiente, aprobado por Consejo de Facultad y Consejo Universitario.

Art. 9°. Son requisitos, para obtener el diploma del Grado Académico de Bachiller los siguientes:

- a) Solicitud electrónica dirigida al Decano de la Facultad.
- b) Recibo de pago por derecho de diploma.
- c) Recibo de pago por elaboración de diploma.
- d) Certificados originales de estudios que acrediten la conclusión del plan de estudios por el egresado, emitida por la Oficina de Registro y Archivo Académico.
- e) Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI), legalizado.
- f) Constancia de prácticas pre-profesionales, según corresponda.

- g) 02 fotografías tamaño pasaporte en blanco y negro actualizadas para el diploma.
- h) 03 fotografías tamaño carné en blanco y negro actualizados para el certificado de estudios.
- i) 01 fotografía tamaño pasaporte a colores fondo blanco actualizado, para registro en SUNEDU.
- j) Informe académico de la Oficina de Registro y Archivo Académico.
- k) Constancia de primera matrícula y egreso DD/MM/AA otorgado por la Coordinación Académica de la facultad respectiva.

Art. 10°. Los egresados comprendidos en la presente Ley Universitaria N°30220, además de cumplir con los requisitos establecidos en el Art.9., para obtener el grado académico de Bachiller deberán cumplir en forma obligatoria con lo siguiente:

- a) Certificado original de conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa, expedida por el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno., o por instituciones de idiomas acreditadas.
- b) Presentar y aprobar un trabajo de investigación.

Art. 11°. El expediente debidamente verificado, en primera instancia, será aprobado por el Consejo de Facultad y posteriormente por el Consejo Universitario, como condiciones previas para la expedición del Diploma del Grado Académico de Bachiller.

Art. 12°. El Grado Académico de Bachiller, es otorgado por el Consejo Universitario, la Secretaría General de la universidad emitirá la resolución correspondiente.

Art. 13°. La Secretaria General, el día 10 de cada mes remite los registros de Grado de Bachiller a la SUNEDU para su inscripción, adjuntando lo siguientes documentos:

- Padrón en excel.
- Diploma de Bachiller en archive PDF editable.
- Foto a color en archivo PDF editable.
- Constancia de la primera matricula en archivo PDF editable.
- Constancia de egresado en archivo PDF editable.

#### **TITULO IV**

#### **DEL TÍTULO PROFESIONAL**

Art. 14°. El Título Profesional que confiere la universidad lo hace a nombre de la Nación, el cual lo habilita para el ejercicio de las profesiones que ésta institución universitaria ofrece, en el marco de la normatividad vigente.

Art. 15°. Para optar el Título Profesional se requiere haber obtenido el Grado Académico de Bachiller y el cumplimiento de los requisitos establecidos en el presente reglamento. Los bachilleres pueden optar por una de las siguientes modalidades de titulación:

- a) Presentación, aprobación y sustentación de una tesis universitaria.
- b) Presentación, aprobación y sustentación de un trabajo de suficiencia profesional de tres (03) años de desempeño en el área en instituciones públicas o privadas y
- c) Examen de suficiencia de competencia profesional. (solo en las escuelas profesionales acreditadas).

Art. 16°. La Secretaria General, el día 10 de cada mes remite los registros de Títulos a la SUNEDU para su inscripción, adjuntando lo siguientes documentos:

- Padron en excel.
- Título en archivo PDF editable.
- Foto a color en archivo PDF editable.
- Archivo de la tesis en archivo PDF editable.

## **TÍTULO V**

### **DE LA MODALIDAD DE TESIS UNIVERSITARIA**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS**

#### **UNIVERSITARIA**

Art. 17°. Los graduados que obtén por la titulación en la modalidad de tesis, debe cumplir con lo dispuesto en el Reglamento de Presentación de Proyectos de Tesis de Pre-Grado de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. Aprobado mediante Resolución Rectoral N°1012-2016-R-UNA.

## **TÍTULO VI**

### **TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Art. 18°. Para acogerse a esta modalidad de titulación, el egresado debe acreditar su trabajo de tres (03) años consecutivos en labores de su especialidad, mediante la presentación del certificado oficial de trabajo y la constancia de pagos, a partir de la obtención del grado de bachiller.

Art. 19°. Para la ejecución del informe escrito del trabajo profesional, el bachiller debe elaborar en forma individual un proyecto, el mismo que es revisado por un jurado nombrado de acuerdo con los criterios establecidos en el correspondiente Reglamento de Presentación de Proyectos de Tesis de Pre-Grado de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. Aprobado mediante Resolución Rectoral N°1012-2016-R-UNA.

Art. 20°. El informe escrito del trabajo profesional, presentado por el bachiller para optar el título profesional, antes de su presentación, deberá ser revisado y aprobado por el mismo jurado revisor del proyecto. Este informe debe contener dos partes:

- a) Un reporte de desempeño laboral en una institución pública o privada en el área, durante tres años consecutivos.
- b) Una exposición analítica de las metodologías, resultados, experiencias y soluciones teóricas y prácticas que acumulen conocimientos, de acuerdo al perfil profesional señalado por la carrera profesional a la que pertenece el bachiller.

En forma específica esta segunda parte del informe contiene los siguientes aspectos básicos:

- Diagnóstico situacional.
- Plan y objetivos institucionales o funcionales de la institución.
- Sistematización de la intervención personal en la institución.
- Análisis teórico - práctico y alternativas de solución.
- Resultados y discusión.
- Conclusiones
- Recomendaciones

Art. 21°. En caso de haber sido desaprobado, volverá a exponer en un plazo máximo de cuarenta y cinco (45) días, pasada esta fecha el informe no tendrá validez.

Art. 22°. Los procedimientos administrativos para la tramitación del informe del trabajo de suficiencia profesional son los mismos que para la tesis.

## **TÍTULO VII**

### **EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL**

Art. 23°. El examen de suficiencia de competencia profesional es una de las modalidades de titulación y se realiza en las escuelas profesionales acreditadas, de acuerdo su reglamento específico.

Art. 24°. El examen de suficiencia de competencia profesional se realiza en un solo acto público y ante un jurado, comprende las áreas a evaluar de conocimientos, de formación profesional general – especializada y de desarrollo de sus habilidades profesionales.

Art. 25°. Son considerados postulantes al examen de suficiencia de competencia profesional los bachilleres y deben cumplir con los requisitos establecidos en el presente reglamento.

Art. 26°. Los postulantes inscritos en el examen de suficiencia de competencia profesional no podrán tramitar simultáneamente otras modalidades de titulación; así mismo, los postulantes pierden el derecho por titulación por esta modalidad cuando desisten y /o son desaprobados en la segunda oportunidad.

## **TÍTULO VIII**

## **DEL TRAMITE PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL**

Art. 27°. El diploma que acredita haber optado el título profesional, se logra mediante trámite personal ante la facultad respectiva. El bachiller adjuntará los siguientes requisitos:

### **Modalidad: Tesis Universitaria**

- a) Solicitud electrónica dirigida al Decano de la facultad.
- b) Copia oficial del acta de sustentación, por duplicado, expedido por el Decano de la facultad.
- c) Informe de la Coordinación Académica de la facultad.
- d) Informe oficial de la Oficina de Registro y Archivo Académico de la universidad.
- e) Copia simple del Grado Académico de Bachiller, fedatada o legalizada.
- f) Copia simple del Documento Nacional de Identidad (DNI) legalizada.
- g) Recibo de pago por derecho de trámite de título profesional.
- h) Recibo de pago por elaboración de diploma.
- i) 02 fotografías tamaño pasaporte en blanco y negro, actualizadas para el diploma.
- j) 01 fotografía tamaño pasaporte a colores para el registro en SUNEDU.
- k) Constancia de la Coordinación de Investigación de la facultad de haber entregado tres (03) ejemplares de tesis debidamente empastados, más dos CD con el contenido en procesador de textos y en PDF editable.
- l) Constancia de la Oficina Universitaria de Recursos del Aprendizaje de entrega del trabajo de tesis y CD.

### **Modalidad: Trabajo de Suficiencia Profesional.**

Además de los requisitos establecidos en el Art. 27 del presente reglamento, debe adjuntar los siguientes requisitos:

- a) Certificado oficial de trabajo por tres años mínimo a partir del Grado de Bachiller.
- b) Comprobantes de pago de remuneraciones por los tres (03) años de trabajo como mínimo.

### **Modalidad: Examen de Suficiencia de Competencia Profesional.**

Deben cumplir con los requisitos que corresponda y establecidos en el Art. 27 del presente reglamento, además debe presentar lo siguiente:

02 copias de acta de sustentación, expedida por Decanato.

Art. 28°. El expediente, en primera instancia, será aprobado por Consejo de Facultad y en segunda por Consejo Universitario, como condiciones previas para la expedición del título profesional a nombre de la Nación por la Universidad Nacional del Altiplano Puno.

## **TÍTULO IX**

### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

Art. 29°. Los estudiantes que a la entrada en vigencia de la Ley Universitaria N°30220 se encuentran matriculados en la universidad no están comprendidos en los requisitos establecidos en el artículo 45° de la mencionada ley.

29.1°. Los egresados de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno, deben cumplir estrictamente con el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación, para optar grados académicos y títulos profesionales – “RENATI” (incorporado con Resolución Rectoral N° 4906-2016-R-UNA del 30 de diciembre del 2016).

Art. 30°. La calificación de la sustentación y defensa en las modalidades de tesis, trabajo de suficiencia profesional y examen de suficiencia de competencia profesional debe considerar la escala vigesimal siguiente:

a) Desaprobado	0 - 10 puntos
b) Regular	11 - 13 puntos
c) Bueno	14 - 16 puntos
d) Muy bueno	17 - 18 puntos
e) Excelente	19 - 20 puntos

La nota final es el promedio aritmético resultante que será registrado en el libro de sustentaciones de tesis de la facultad correspondiente.

Art. 31°. El incumplimiento en los plazos establecidos, por parte de los miembros del jurado, en el proceso de revisión, dictamen y sustentación para obtener el grado y título profesional, constituye falta, la misma que debe ser sancionada con el descuento de dos (02) días de haber de sus remuneraciones.

La ausencia del presidente o de sus miembros del jurado al dictamen del borrador de tesis o sustentación, constituye falta, la misma que debe ser sancionada con la inhabilitación como jurado por un año y siendo reemplazado de oficio.

Art. 32°. Son 45 días para otorgar los Grados de Bachiller y Título Profesional, luego solicitaran su inscripción en la SUNEDU en el Registro Nacional de Grados y Títulos.

## **TÍTULO X**

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Art. 33°. Los profesores contratados pueden conformar el jurado y asumir el asesoramiento de los proyectos de tesis, trabajo de suficiencia profesional y examen de suficiencia de competencia profesional, cuando en la facultad respectiva no exista el número suficiente de docentes ordinarios.

**CAPÍTULO XI**  
**DISPOSICIONES FINALES**

Art. 34°. El presente reglamento entra en vigencia al día siguiente de su aprobación por Consejo Universitario.

Art. 35°. Los aspectos no considerados en el presente reglamento serán resueltos por el Consejo Universitario, con opinión técnica de Secretaria General

Anexo Formatos portal web [www.una.edu.pe](http://www.una.edu.pe) vicerrectorado de investigación .

## **10. Reglamento del registro, presentación y dictamen de los proyectos de tesis de pregrado**

### REGLAMENTO DEL REGISTRO, PRESENTACIÓN Y DICTAMEN DE LOS PROYECTOS DE TESIS DE PREGRADO

#### **I. INTRODUCCIÓN**

El presente reglamento norma la presentación de proyectos de tesis de pregrado conducentes a la obtención del título profesional, vía la Plataforma de Investigación Integrada a la Labor Académica con Responsabilidad (PILAR) del Vicerrectorado de Investigación (VRI) de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno (UNA-PUNO), para los estudiantes matriculados y/o egresados antes de la promulgación de la Ley N° 30220, Ley Universitaria.

#### **II. BASE LEGAL**

- Constitución Política del Perú.
- Ley N° 30220, Ley Universitaria.
- Texto Único Ordenado del Estatuto Universitario 2015.
- Gobierno electrónico Presidencia del Consejo de Ministros.
- Ley de Colegios profesionales del Perú.
- Ley de la transparencia de acceso a la información.
- ISO 14000, 9000.

#### **III. REGISTRO DE LOS ESTUDIANTES Y EGRESADOS USUARIOS DE PILAR**

Art.1° Los estudiantes matriculados entre el octavo y doceavo semestre de estudios o egresados de la UNA-PUNO, antes de la entrada en vigencia de la Ley N° 30220, Ley Universitaria, que opten por la titulación en la modalidad de Tesis, deberán presentar sus proyectos de investigación considerando el esquema básico propuesto por el VRI (Anexo 1) o los formatos aprobados por las respectivas Facultades, utilizando PILAR con la siguiente dirección de página web (<http://www.vriunap.pe/pilar>).

Art. 2° El estudiante o egresado se registrará en la plataforma virtual con su Código de Matrícula y Documento Nacional de Identidad (DNI), para la respectiva validación de la información consignada y ser considerado usuario de PILAR.

#### **IV. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Art. 3° El estudiante o egresado, con autorización, conocimiento y aprobación de su Director de Tesis, el cual debe ser necesariamente docente ordinario de la Escuela Profesional de los interesados; subirá su proyecto de tesis en formato digital PDF (Portable Document File), con un máximo de 15 páginas cumpliendo el formato base indicado en el Anexo N° 1 del presente Reglamento, o lo establecido por el formato de su facultad mediante Resolución de Decanato, a través de PILAR. El nombre del Director de Tesis será seleccionado a través de PILAR de entre los docentes de su Escuela Profesional cuya sub línea de investigación sea la correspondiente al proyecto de tesis presentado.

Art. 4° Subido el proyecto de tesis, los coordinadores administrativos de investigación de cada Facultad, a través de PILAR, revisarán el estricto cumplimiento del formato de presentación, de acuerdo con lo establecido en el presente Reglamento (Anexo 1 o formato de la respectiva Facultad), en un plazo máximo de un (01) día hábil, bajo responsabilidad. En caso de no cumplirse lo establecido, PILAR retornará el documento al interesado y se informará del incumplimiento de funciones al Decano de la respectiva Facultad.

Art. 5° Los proyectos de tesis que cumplan los formatos de presentación establecidos y exigidos, se enviarán al Director de Tesis a través de PILAR notificándoseles por correo electrónico y mensaje de texto para que pueda aceptar o rechazar el procedimiento de aprobación del proyecto de tesis. El plazo máximo de respuesta es de dos (02) días hábiles. Si la respuesta es positiva, el proyecto de tesis proseguirá con su trámite, si es negativa, se notificará al interesado vía correo electrónico y mensaje de texto para que subsane la observación con su Director de Tesis en un plazo máximo de dos (02) días hábiles. En caso de no haber respuesta del director elegido por el interesado y transcurrido el tiempo establecido se considerará el proyecto como no presentado.

#### **V. DEL SORTEO DE LOS MIEMBROS DEL JURADO DE TESIS.**

Art. 6° El sorteo de los miembros integrantes del jurado revisor del proyecto de tesis, se realizará en las coordinaciones de investigación de las Facultades de la UNA-PUNO y estará a cargo del respectivo director de investigación.

Art. 7° El proyecto de tesis autorizado a trámite por el director de tesis, será revisado y validado por el director de investigación de la respectiva Facultad, para proceder al sorteo, en un plazo máximo de dos (2) días hábiles.

Art. 8° En caso de que el director de investigación considere, que el proyecto de tesis no se encuentre listo para efectuar el sorteo de los jurados, las razones y motivos debidamente justificados serán comunicados al interesado y su Director de Tesis a través de PILAR, para la respectiva subsanación, en un plazo máximo de dos (2) días hábiles. Efectuada las correcciones el interesado subirá el documento a PILAR para su envío al Director de Investigación y proceder al respectivo sorteo, de acuerdo a lo estipulado en el Art. 7° del presente reglamento.

Art. 9° Si el director de investigación de la respectiva facultad considera que las subsanaciones son insuficientes, comunicará al director de tesis y al interesado, a través de PILAR sus motivos y justificaciones de tal decisión y el proyecto de tesis será considerado como no presentado.

Art. 10° Transcurrido el tiempo establecido en el Art. 7 del presente reglamento y en caso de que el director de investigación no haya efectuado el sorteo u observado el proyecto de investigación PILAR sorteara automáticamente a los miembros integrantes del jurado revisor del proyecto de tesis, e informará de este hecho al Decano de la respectiva Facultad, para las acciones correspondientes.

## **VI. DE LA COMPOSICIÓN DEL JURADO DEL PROYECTO DE TESIS**

Art. 11°. El jurado dictaminador de los proyectos de tesis estará conformado por tres (03) docentes de la UNA-PUNO sorteados aleatoriamente a través de PILAR considerando que la sub líneas de investigación registradas por los docentes corresponda al proyecto de tesis presentado.

Art. 12° Los docentes contratados de la UNA-PUNO podrán integrar el jurado revisor de los proyectos de tesis hasta en un número máximo de dos (02) docentes por proyecto.

Art. 13° De los tres (03) docentes miembros, del jurado revisor del proyecto de tesis, al menos un (01) docente deberá de ser de la misma Escuela Profesional del interesado y con registro en la misma sub línea de investigación del proyecto de tesis presentado.

Art. 14° Los docentes de la UNA-PUNO sorteados para ser miembros del jurado revisor del proyecto de tesis, que no pertenezcan a la Escuela Profesional del solicitante, no podrán ocupar la presidencia del jurado, independiente de su categoría docente.

Art. 15° El Presidente del Jurado del proyecto de tesis, el primer miembro y el segundo miembro serán asignados por PILAR considerando los siguientes criterios

en orden de prioridad: a) Categoría. b) Grado académico. c) Antigüedad en la categoría. d) Antigüedad en la docencia.

Art. 16° PILAR notificará a los docentes sorteados, integrantes del jurado revisor del proyecto de tesis, utilizando correo electrónico y mensaje de texto de su designación para su revisión y dictamen adjuntando el proyecto de tesis en formato digital, sin considerar los nombres del interesado ni del Director de Tesis.

Art. 17° Para ser considerados miembros del jurado revisor del proyecto de tesis y directores de tesis, los docentes de la UNA-Puno deben estar habilitados por su respectivo Colegio Profesional y registrados en el Directorio Nacional de Investigadores (DINA) del CONCYTEC. En el caso de no existir Colegios Profesionales se validará con el registro en el DINA.

## **VII. DE LA REVISIÓN DEL PROYECTO DE TESIS**

Art. 18° Los jurados de tesis designados recibirán el proyecto de tesis a través de PILAR, el mismo que deberá ser revisado en un plazo máximo de siete (07) días hábiles. La(s) respectiva(s) observación(es) o sugerencia(s) deberán estar hechas con objetividad, claridad y precisión científica, indicando el número de línea(s) del proyecto de tesis en la(s) cual(es) se realiza la observación(es) o sugerencia(s). El proyecto de tesis revisado por cada jurado revisor será subido a PILAR para la continuidad del trámite. Si transcurrido el tiempo establecido, no existiese respuesta de los miembros del jurado, el proyecto de tesis será considerado aprobado por los mismos, bajo su estricta responsabilidad. El no cumplimiento en la revisión de los proyectos de tesis será informado al Decano de la respectiva facultad.

Art. 19° Transcurrido el tiempo establecido en el Art.° 17 del presente Reglamento y recibidas las observaciones o sugerencias realizadas por el jurado, PILAR enviará al interesado y al Director de Tesis dichas observaciones y/o para su correspondiente subsanación, corrección, argumentación y/o fundamentación en un plazo máximo de quince (15) días calendario. Si transcurrido este tiempo, no existiese respuesta alguna del interesado, el proyecto de tesis será automáticamente retirado de PILAR y se considerará como no presentado, sancionando al usuario limitando su acceso a la plataforma por un (01) mes, salvo justificación comprobada y admitida con evidencias.

Art. 20° Transcurrido el tiempo máximo establecido en el Art. 18° del presente Reglamento, el interesado, con el visto bueno del Director de Tesis, subirá a PILAR el proyecto de tesis corregido adjuntando el informe de las correcciones. PILAR

remitirá a los jurados el proyecto de tesis corregido para su conformidad final en un plazo máximo de tres (03) días hábiles. Si transcurrido este tiempo, no existiera respuesta alguna del jurado, se considerará el proyecto de tesis subsanado y apto para su ejecución.

#### **VIII. DEL DICTAMEN Y APROBACIÓN DEL PROYECTO DE TESIS**

Art. 21° El proyecto de tesis será declarado apto para su ejecución por mayoría o por unanimidad de los miembros integrantes del jurado. Los miembros del jurado designado como revisor del proyecto de tesis serán considerado posteriormente para el proceso de revisión de los borradores de tesis y sustentación de este. Los miembros del jurado de tesis que no cumplan con lo establecido en el Art. 17° del presente Reglamento no serán considerados para el proceso de revisión de borrador de tesis.

Art. 22° El proyecto de tesis podrá ser rechazado por mayoría o unanimidad de los miembros del jurado. En este caso será retirado de PILAR y considerado como no presentado.

Art. 23° Los cambios de jurado para el proceso de revisión del borrador y sustentación de la tesis por motivos de licencia, cese de contrato u otro motivo justificado del jurado revisor del proyecto de tesis, se realizarán bajo los criterios señalados en el Capítulo VI del presente Reglamento.

#### **IX. DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO DE TESIS**

Art. 24° El plazo para desarrollar el proyecto de tesis declarado apto es de tres (03) meses como mínimo y dos (02) años como máximo. El tesista podrá solicitar una ampliación de plazo para la culminación de su trabajo de tesis hasta por seis (06) meses como máximo. Transcurrido los tiempos máximos y/o ampliaciones solicitadas, el proyecto será retirado de la plataforma y se considerará como no presentado.

Art. 25° PILAR enviará a los integrantes del jurado del proyecto de tesis vía correo electrónico y mensaje de texto la constancia digital de aprobación o retiro del proyecto de tesis.

Art. 26° El proyecto de tesis aprobado se remitirá a través de PILAR a las coordinaciones de investigación de la respectiva Facultad para su seguimiento y control.

Art. 27° Se consideran usuarios de PILAR, al estudiante, egresado o tesista, el director de Tesis, los jurados del Proyecto de tesis, los coordinadores administrativos de investigación, y los directores de investigación de las respectivas facultades.

### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS:**

Art. 28° Los Decanos de Facultad, Coordinadores y Directores de Investigación no podrán ser jurados revisores de los proyectos de tesis en su respectiva Escuela Profesional.

Art. 29° El docente que es Director de Tesis y solicite licencia que implique su alejamiento de la Universidad, será reemplazado por PILAR a solicitud del Decano de su respectiva facultad.

Art. 30° El docente que es miembro del jurado revisor del proyecto de tesis y solicite licencia que implique su alejamiento de la Universidad, será reemplazado por PILAR considerando los criterios establecidos en el capítulo VI del presente Reglamento.

Art. 31° Los Decanos, informarán al Consejo Universitario sobre el incumplimiento de la labor como director y jurado de proyecto de tesis de los docentes de su Facultad, para los correspondientes procesos que haya a lugar.

Art. 32° Las respectivas Direcciones y Coordinaciones de investigación en coordinación con el VRI registrarán, determinarán y validarán las sub líneas de investigación registradas por cada docente de la UNA-PUNO, a inicios de cada año académico en el caso de los docentes ordinarios y a inicios de cada semestre académico para los docentes contratados.

Art. 33° El VRI implementará la detección del sistema de duplicidad y/o copia de los proyectos de tesis de pregrado, e informará a los Consejos de Facultad y Consejo Universitario para los correspondientes procesos que haya a lugar.

Art. 34° Dependiendo de lo establecido en los planes de estudio y reglamentos de cada Escuela Profesional de la UNA-PUNO, el número máximo de estudiantes o egresados considerados para presentar un proyecto de tesis de pregrado será de dos (02) personas.

Art. 35° El número máximo de proyectos de tesis en revisión simultanea por cada docente de la UNA-PUNO será de cinco (05) proyectos. Se considera proyecto tesis revisado al emitirse el acta de aprobación o retiro de estos.

Art. 36° El Consejo consultivo de Investigación resolverá los casos no previstos en el presente Reglamento e informará al Consejo Universitario de los resultados.

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

Art. 37° Los procesos de dictamen, defensa o sustentación de los proyectos y borradores de tesis resultantes y presentados antes de la aplicación del presente

Reglamento proseguirán su trámite tal como lo establecen los Artículos 131° al 186° del Reglamento General de Investigación 2014.

Art. 38° Encárguese al VRI, al repositorio de investigación y a las direcciones de investigación de las respectivas facultades la coordinación del formato de presentación de los ejemplares de tesis de acuerdo a la normatividad legal vigente.

Art. 39° Las Facultades de la UNA-PUNO podrán establecer sus formatos de presentación de proyectos de tesis, de acuerdo con su naturaleza y características propias. Estos formatos deben de ser aprobados mediante resoluciones de decanato e informadas a PILAR, para garantizar su empleo y cumplimiento.

### **SANCIONES**

Art. 40° Los docentes de la UNA-PUNO que incumplan el Art. 17° del presente Reglamento, serán sancionados con el retiro como usuario de PILAR por el semestre académico en el cual incurrieron en la falta, previo informe del Decanato de su respectiva facultad. Igualmente estarán imposibilitados de participar en las convocatorias a concursos del VRI.

## **11. Reglamento de uso de bibliotecas**

### **REGLAMENTO DEL SISTEMA DE BIBLIOTECAS**

#### **TITULO PRELIMINAR**

Art. 1° Principio de acceso a los recursos bibliográficos.

Consiste en posibilitar que el mayor número de personas acceda a los recursos bibliográficos por cualquier medio y en cualquier formato.

Art. 2° Principio de unidad funcional.

El sistema de bibliotecas, se estructura de acuerdo a criterios de especialización, ubicación geográfica, catalogación, y estado de conservación.

Art. 3° Principio de accesibilidad.

Consiste en promover y garantizar ambientes físicos, equipos y recursos bibliográficos adecuados a las personas con discapacidad, conforme a las pautas de diseño universal.

Art. 4° Principio de sostenibilidad.

Consiste en la satisfacción de las necesidades bibliográficas de las actuales y futuras generaciones de usuarios de la biblioteca, mediante el desarrollo de planes de preservación, conservación y archivo de sus colecciones.

Art. 5° Principio de gratuidad y calidad del servicio.

Consiste en ofrecer servicios bibliográficos en buenas condiciones, sin contraprestación económica en favor de la universidad, a la comunidad universitaria, sin perjuicio de los gastos por actos administrativos y servicios extraordinarios, por disposición administrativa.

#### **TÍTULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

#### **CAPITULO I**

#### **SISTEMA DE BIBLIOTECAS**

Art. 1° Contenidos y alcance

El Reglamento sobre el uso del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Altiplano, constituye el conjunto de normas que regulan el uso adecuado y gestión de los servicios del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Altiplano, de conformidad con la Constitución Política del Perú, Ley Universitaria, la legislación sobre derechos de autor y el Estatuto Universitario. (Incluir los párrafos, número de leyes)

Art. 2° Sistema de Bibliotecas. Definición

Se denomina Sistema de Bibliotecas al conjunto de unidades y áreas conformadas por la Biblioteca Central, Bibliotecas Especializadas y Biblioteca de la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional del Altiplano, adscritas a la Oficina Universitaria de Recursos del Aprendizaje (OURA) como ente rector del Sistema.

Dicho Sistema tiene como misión proporcionar los recursos y servicios bibliográficos y bibliotecológicos necesarios para facilitar las actividades de enseñanza e investigación de los miembros de la comunidad universitaria.

Art. 3° Objetivos y Funciones del Sistema de Bibliotecas

El Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Altiplano, tiene los siguientes objetivos y funciones.

3.1. Objetivos

- a. Ofrecer servicios bibliotecarios de alta calidad, dirigidos a contribuir con el logro de los objetivos de la Universidad en cuanto a la formación académica y profesional que imparte así como a sus fines investigativos y de extensión.
- b. Establecer normas técnicas bibliotecarias dirigidas al procesamiento técnico de las colecciones, a su conservación y a la diseminación de la información que contienen.

3.2. Funciones

- a. Establecer los planes y políticas de organización, integración y desarrollo del Sistema de Bibliotecas.
- b. Adquirir, procesar, conservar y difundir los fondos bibliográficos y documentales en cualquier formato, de la Universidad Nacional del Altiplano de acuerdo con las normas y protocolos vigentes.
- c. Normar el procesamiento técnico, la conservación y la adquisición de los materiales de las bibliotecas, así como sus servicios bibliográficos.
- d. Promover el uso de un sistema integrado de información que se traduzca en un solo Catálogo en Línea de Acceso Público (OPAC por sus siglas en inglés), para toda la Universidad Nacional del Altiplano.
- e. Fomentar y asegurar la capacitación y el mejoramiento continuo de su personal.
- f. Integrarse en redes y sistemas de información a fin de facilitar a la comunidad universitaria la información disponible en otras Bibliotecas y Centros de Información.
- g. Organizar, promover e impartir formación a los usuarios, para potenciar el uso de los recursos y servicios del Sistema de Bibliotecas.
- h. Todas aquellas funciones que pudieran corresponderle dentro de su ámbito de actividad.

Art. 4° Aceptación del Reglamento

El uso del Sistema de Bibliotecas implica la aceptación del presente Reglamento y otros que rijan el funcionamiento del mismo.

Art. 5° Denominación del Sistema de Bibliotecas

En adelante, para efectos del presente Reglamento, se denominará “la Biblioteca” al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Altiplano, y “Catálogo en Línea de Acceso Público”, al programa informático que ayuda en la gestión del servicio.

## CAPITULO II

### UNIDADES Y ÁREAS DEL SISTEMA DE BIBLIOTECAS

El Sistema de Bibliotecas, está compuesto por las siguientes oficinas, unidades y áreas:

Art. 6° Unidad del sistema integrado de gestión de bibliotecas

Está conformado por las siguientes áreas:

- 6.1. Área de administración SIGB-PMB
- 6.2. Área de recursos electrónicos y bibliotecas virtuales
- 6.3. Área de soporte técnico y mantenimiento

Art. 7° Unidad análisis y desarrollo de colección

Está conformado por las siguientes áreas:

- 7.1. Área de catalogación de libros y referencia
- 7.2. Área de catalogación de tesis
- 7.3. Área de catalogación de revistas
- 7.4. Área de coordinación de las bibliotecas especializadas y formación de usuarios
  - a. Facultad de Ciencias Agrarias
  - b. Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia
  - c. Facultad de Ingeniería Económica
  - d. Facultad de Ciencias Contables y Administrativas
  - e. Facultad de Enfermería
  - f. Facultad de Trabajo Social
  - g. Facultad de Ingeniería de Minas
  - h. Facultad de Ciencias Sociales
  - i. Facultad de Ciencias Biológicas
  - j. Facultad de Ciencias de la Educación
  - k. Facultad de Ingeniería Estadística e Informática
  - l. Facultad de Ingeniería Geológica y Metalurgia
  - m. Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas
  - n. Facultad de Ingeniería Química
  - o. Facultad de Ciencias de la Salud
  - p. Facultad de Medicina Humana

- q. Facultad de Ingeniería Agrícola
- r. Facultad de Ingeniería Civil y Arquitectura
- s. Facultad de Ingeniería Mecánica Eléctrica, Electrónica y Sistemas
- t. Escuela de Post Grado

Art. 8° Unidad de adquisiciones y disseminación selectiva de la información (DSI)

Está conformado por las siguientes áreas:

- 8.1. Área de compras libros y revistas
- 8.2. Área de canjes de colecciones, donaciones y transferencia de libros

Además, cuenta con el apoyo técnico y asesoramiento de docentes e investigadores, que integran el Consejo Consultivo de Adquisiciones, para la compra o suscripciones de colecciones académicas impresas y digitales.

Art. 9° Unidad de biblioteca central

La unidad de biblioteca central, está conformado por las siguientes salas:

- 9.1. Sala de Sociales
- 9.2. Sala de Ingenierías
- 9.3. Sala de Biomédicas
- 9.4. Sala de Tesis
- 9.5. Sala de Hemeroteca
- 9.6. Sala de Referencia
- 9.7. Sala Puno - UNA

Art. 10° Unidad de publicaciones

Está conformado por las siguientes áreas:

- Área de Pre-Prensa
- Área de Prensa
- Área de Post-Prensa

## TÍTULO II

### DE LOS USUARIOS

Art. 11° Definición y tipos de usuarios

Son usuarios de la Biblioteca:

- 11.1. Los estudiantes de pregrado y postgrado matriculados en el semestre vigente de la Universidad Nacional del Altiplano, por matrícula y convenios.
- 11.2. Los bachilleres y egresados de pregrado o postgrado, y programas de especialización de la Universidad Nacional del Altiplano.
- 11.3. El personal docente y no docente, de acuerdo a su relación contractual con la Universidad Nacional del Altiplano.
- 11.4. Investigadores particulares, y el público en general debidamente registrados como Lector Visitante.

TÍTULO III:  
DE LA IDENTIFICACIÓN

Art. 12° Documentos de identificación

Son documentos de identificación para acceder a los servicios de la Biblioteca:

- 12.1. Carné de Lector emitida por el Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional del Altiplano.
- 12.2. Carné Universitario.
- 12.3. Documento Nacional de Identidad o Pasaporte.

Art. 13° Requisitos para la Obtención del carné de lector

Son requisitos para el carné lector, según el tipo de usuario son:

13.1. Estudiantes de pregrado y postgrado matriculados en el semestre vigente de la Universidad Nacional del Altiplano:

- a. Ficha de inscripción
- b. Ficha de matrícula actual
- c. Copia simple del Documento Nacional de Identidad o Pasaporte
- d. Recibo de pago por derecho de Carné de Lector.
- e. Toma de imagen

13.2. Bachilleres y egresados de pregrado y postgrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

- a. Ficha de inscripción
- b. Copia simple del Documento Nacional de Identidad o Pasaporte
- c. Carta de garantía otorgado y firmado por un Docente Nombrado o Administrativo Nombrado de la Universidad Nacional del Altiplano.
- d. Recibo de pago por derecho de Carné de Lector.
- e. Toma de imagen

13.3. Personal docente y no docente, de acuerdo a su relación contractual con la Universidad Nacional del Altiplano.

- a. Ficha de inscripción
- b. Copia simple del Documento Nacional de Identidad o Pasaporte
- c. Carta de garantía otorgado y firmado por un Docente o Administrativo Nombrado de la Universidad Nacional del Altiplano. (Solo para Docentes y Administrativos Contratados)
- d. Recibo de pago por derecho de Carné de Lector.
- e. Toma de imagen

13.4. Lector visitante

- a. Ficha de inscripción
- b. Copia simple del Documento Nacional de Identidad o Pasaporte

c. Carta de garantía otorgado y firmado por un Docente o Administrativo Nombrado de la Universidad Nacional del Altiplano.

d. Recibo de pago por derecho de Carné de Lector.

e. Toma de imagen

Art. 14° Vigencia y renovación del carné de lector

El carné de lector tiene vigencia por dos semestres académicos. Su renovación requiere de los mismos requisitos de trámite del carné de lector.

Art. 15° Requisitos del duplicado de carné de lector

Para el duplicado del carné de lector, se requiere:

15.1. Recibo de pago por duplicado de carné de lector.

Art. 16° Condiciones de uso de los documentos de identificación

Para poder utilizar los servicios del Sistema de Bibliotecas se deberá tomar en cuenta que el documento de identificación:

16.1. Es de uso personal e intransferible.

16.2. Debe estar vigente.

16.3. Su uso indebido será causal de sanción.

16.4. En caso de pérdida hurto o robo, el usuario deberá informar a la brevedad posible a la Biblioteca a fin de inhabilitar su uso por terceros. Será responsabilidad del titular las transacciones que se realicen con este documento hasta el momento en que se comunique la pérdida, hurto o robo. La obtención del duplicado está regida por las disposiciones de la Universidad Nacional del Altiplano.

16.5. Cualquier cambio en los datos personales del usuario (dirección, teléfono y correo electrónico) deberá ser comunicado a la Biblioteca.

16.6. El personal de la Biblioteca, acreditándose previamente, está facultado a solicitar el documento de identificación en los casos, servicios y situaciones que lo ameriten.

#### TÍTULO IV DE LOS SERVICIOS

Art. 17° Servicio de préstamo

La Biblioteca, brinda sus servicios bibliográficos y bibliotecológicos, bajo las siguientes condiciones:

17.1. El préstamo se realiza en el siguiente horario:

a. Biblioteca central: lunes a viernes, de 8:00 a 19:00 horas; y sábados de 8:00 a 12:00 horas.

b. Bibliotecas especializadas: Lunes a Viernes, de 8:00 a 19:00 horas; o de 8:00 a 14:30 horas, si cuenta con un personal.

17.2. Las condiciones para el préstamo están determinadas por el tipo de usuario y material bibliográfico solicitado.

17.3. El tiempo de préstamo es cuarenta y ocho (48) horas, hasta un máximo de dos (2) materiales bibliográficos, salvo disposición contraria.

17.4. Los préstamos son personales.

17.5. La Biblioteca restringirá los plazos y condiciones de circulación de ciertos materiales de acuerdo a su estado de conservación, demanda o circunstancias particulares.

17.6. El personal de la Biblioteca, debe guardar el debido respeto y consideración a los usuarios, mejorando día a día la calidad de sus servicios y actuar de acuerdo al presente reglamento y el Manual de Organización y Funciones.

#### Art. 18° Préstamo a domicilio

Es aquel que permite el retiro de los recursos bibliográficos del Sistema de Bibliotecas.

18.1. La fecha límite de devolución de estos materiales se informará al usuario en el momento de realizarse el préstamo, y en la cuenta personal del usuario registrado en el Catálogo en Línea de Acceso Público.

18.2. Durante los periodos de feriados largos, se realizarán préstamos de mayor duración, los cuales se anunciarán previamente.

#### Art. 19° Préstamo en sala

Es aquel que permite el acceso a los recursos bibliográficos durante el día, que pueden ser utilizados:

19.1. Fuera de las instalaciones de la Biblioteca, previo registro del préstamo en el sistema informático de la misma.

19.2. Dentro de las instalaciones de la Biblioteca por estar sujetos a tratamiento especial, tales como los siguientes materiales:

a. Revistas y periódicos. Para mantener la integridad de sus colecciones y la disponibilidad permanente para otros lectores.

b. Documentos y textos valiosos por su antigüedad u originalidad. Primeras ediciones, folletería y manuscritos de valor, entre otros ítems, cuyo ejemplar de reemplazo resulta extremadamente difícil o imposible de conseguir.

c. Colección de recursos audiovisuales. Cuyo uso se rige conforme a la legislación peruana de derechos de autor que prohíbe su préstamo fuera del local.

d. Material de referencia. Diccionarios, enciclopedias, almanaques y materiales de consulta rápida en general. El uso de los recursos de referencia está destinado a consultas precisas y debe estar permanentemente disponible en la Biblioteca.

e. Tesis aprobadas en la Universidad.

#### Art. 20° Préstamo de Reserva Académica

Colección temporal de materiales bibliográficos con alta demanda. Circula por periodos de préstamo menores a lo normal, a solicitud de los docentes por ser parte de la bibliografía de sus cursos o según observación de su uso por el personal de la Biblioteca.

20.1 Circula de manera exclusiva sólo para estudiantes matriculados y los docentes de la Universidad Nacional del Altiplano.

20.2. Tendrá vigencia durante un semestre completo, periodo de exámenes o unos días, según los requerimientos.

#### Art. 21° Servicio de Estantería Abierta

Es aquel que permite el acceso directo a las colecciones de las Bibliotecas.

21.1. Su material bibliográfico podrá ser retirado de las salas siempre y cuando se registre su préstamo en los módulos de atención al público de la respectiva sección.

21.2. Para mantener el orden de los materiales en los estantes, los usuarios deben colocar los libros leídos directamente de los estantes sobre los carritos ubicados alrededor.

21.3. Los materiales registrados como préstamo sólo serán devueltos en los módulos de atención y/o en los buzones de devolución, mas no en los carritos ubicados alrededor, ni directamente en los estantes.

#### Art. 22° Reserva en línea

La Reserva consiste en solicitar por anticipado el ejemplar de un material que en el Catálogo en Línea de Acceso Público se muestre como prestado.

22.1. Para utilizar este servicio será imprescindible que el usuario cuente con una cuenta de correo vigente.

22.2. Puede reservar el material bibliográfico, desde los terminales de consulta (Catálogo en Línea de Acceso Público). El usuario se acercará a la ventanilla, donde el personal de atención le entregara el libro inmediatamente.

22.3. Las reservas realizadas desde el exterior, cabina de Internet, domicilio, teléfono móvil, u otro medio, proceden con la confirmación del personal responsable. Este servicio será restringido por los horarios de recojo de materiales bibliográficos.

22.4. Sólo se podrá hacer reservas de aquellos títulos que se prestan a domicilio y que tengan todos los volúmenes y/o ejemplares disponibles.

22.5. No podrán reservarse los materiales en reserva y los de tipo de préstamo en sala.

22.6. El servicio está dirigido exclusivamente a estudiantes y docentes de la Universidad Nacional del Altiplano. Los estudiantes podrán realizar hasta dos reservas simultáneas; los docentes, hasta tres.

22.7. Los usuarios suspendidos no podrán hacer reservas.

22.8. Al colocar la reserva, se le indicará su posición en la cola de reservas, la cual puede consultarse posteriormente a través de la opción “Mi Cuenta” en el Catálogo en Línea de Acceso Público.

22.9. La Biblioteca notificará vía correo electrónico la fecha y hora límite para el recojo. El plazo de recojo es de 24 horas contadas a partir de la primera notificación.

22.10. De no necesitar el ejemplar reservado, el usuario deberá cancelar la reserva dentro del plazo establecido a través de la opción “Mi Cuenta” del Catálogo en Línea de Acceso Público, para permitir que otro usuario pueda hacer uso del material.

22.11. Las reservas no recogidas dentro del plazo señalado se anularán automáticamente, sin perjuicio de la sanción correspondiente.

22.12. Cuando el libro reservado sobrepasa las tres reservas, el periodo de préstamo se reduce a la mitad del tiempo del préstamo normal.

22.13 Para usar la opción “Mi Cuenta” del Catálogo en Línea de Acceso Público, deberá identificarse con su código UNAP (6 dígitos) y su clave de biblioteca, y desconectarse o cerrar la sesión del Sistema, a fin de evitar el uso no autorizado por terceros.

#### Art. 23° Renovación en línea

Servicio dirigido a estudiantes, docentes y no docentes de la universidad que consiste en la prolongación del periodo de préstamo de los materiales antes de la fecha de su vencimiento, siempre y cuando, éste no haya sido reservado previamente por otro usuario.

23.1. La renovación se hace a través de la opción “Mi Cuenta” del Catálogo en Línea de Acceso Público. Es necesario identificarse con el código UNAP (6 dígitos) y la clave respectiva.

23.2. La renovación del préstamo será únicamente en línea y sólo una vez por ítem. En casos excepcionales el personal autorizado podrá realizar renovaciones manuales según la demanda del material.

23.3. Cuando se realice una renovación, verificar que ésta se haya llevado a cabo exitosamente. Hay que leer con atención y cuidado los mensajes de confirmación que emite el Catálogo en Línea de Acceso Público al concluir la transacción.

23.4. Los usuarios suspendidos no podrán hacer renovaciones.

23.5. No podrán renovarse los materiales con tipo de préstamo “sala”, los de la Colección de Reserva Académica, los que están reservados y los préstamos vencidos.

23.6. Las renovaciones se deben realizar el día de vencimiento del préstamo, antes de la hora límite.

23.7. Durante el periodo de exámenes no habrá renovaciones en línea.

#### Art. 24° Bases de Datos

Recursos electrónicos que cuentan con licencia de uso exclusivo, de acuerdo a las condiciones firmadas por la Universidad Nacional del Altiplano y el proveedor.

Pueden acceder a ellas: estudiantes, docentes, investigadores y tesis.

Las normas de acceso para cada caso pueden consultarse en las áreas acondicionadas para uso de Bases de Datos, en la Biblioteca.

#### Art. 25° Préstamo Interbibliotecario

Es el servicio que permite a los usuarios de la Biblioteca, obtener material bibliográfico de otras bibliotecas de nuestra ciudad, con las cuales tiene convenios establecidos.

El período de préstamo de estos materiales depende del plazo fijado por la Biblioteca prestataria.

#### Art. 26° Autoservicio de Devolución

a) Permite la devolución de libros en buzones ubicados a la entrada de algunas bibliotecas.

b) Los libros depositados en los buzones, son descargados cada hora. Tomar en cuenta para los plazos de devolución.

#### Art. 27° Espacios para el estudio individual

Son espacios de estudio para una sola persona.

27.1. Espacios individuales en la sala de lectura:

Tienen acceso a estos espacios los estudiantes, egresados, tesistas y docentes de la Universidad Nacional del Altiplano, quienes podrán disponer de ellos durante todo el horario de atención de la Biblioteca, así como los visitantes en sus turnos correspondientes.

27.2. Espacios individuales privados en la sala de lectura:

- a. Tienen acceso a estos espacios los estudiantes, egresados, tesistas y docentes de la Universidad Nacional del Altiplano. Pueden ser utilizados hasta por tres horas, renovables según la demanda
- b. El tiempo de tolerancia para ingresar a hacer uso de un espacio reservado será de diez minutos, pasados los cuales se suspenderá la reserva quedando disponible para otro usuario.
- c. Por su alta demanda, los espacios deberán ser reservados el mismo día, en el módulo de atención al público, mostrando el carné de lector.
- d. Para ingresar, el usuario deberá acercarse a las áreas de atención al público para que le asignen el espacio de lectura correspondiente.

Art. 28° Espacios grupales

Son espacios de estudio para grupos de usuarios.

28.1. Tienen acceso a los espacios grupales los estudiantes de pregrado y postgrado matriculados en el semestre en curso.

28.2. El uso del espacio es sólo para grupos de un mínimo de cinco hasta un máximo de diez personas. Pueden ser utilizados por dos horas, renovables según la demanda.

28.3. El tiempo de tolerancia para ingresar a hacer uso de un espacio grupal reservado será de diez minutos, pasados los cuales se suspenderá la reserva quedando disponible para otro grupo solicitante.

28.4. Los espacios deben reservarse el mismo día en las Áreas de Atención al Público, mostrando el documento de identidad de uno de los integrantes.

28.5. Para ingresar al cubículo los integrantes deberán llenar un formato y mostrar cada uno de ellos el documento de identidad, en el módulo de atención respectivo.

## TÍTULO V

### DE LAS RESPONSABILIDADES DEL USUARIO

Art. 29° Preservación de los Fondos bibliográficos

Los fondos bibliográficos de la Biblioteca son propiedad de la Universidad Nacional del Altiplano y deben ser preservados para las necesidades de toda la comunidad universitaria.

Art. 30° Responsabilidad del usuario

Es responsabilidad del usuario en relación a los fondos bibliográficos o colecciones:

30.1. Registrar el préstamo del material bibliográfico antes de salir de la Biblioteca.

30.2. Revisar y verificar que el material que se le entregue se encuentre en buenas condiciones antes de retirarlo de la Biblioteca.

30.3. Informar al personal si encuentra algún daño o deterioro en los materiales al momento del préstamo. De no hacerlo el usuario asumirá la responsabilidad del estado de los mismos.

30.4. Conservar debidamente el material bibliográfico.

30.5. Colaborar con el uso equitativo devolviendo el material en los plazos de entrega indicados, para no perjudicar a otros usuarios.

30.6. Reportar y reponer el material bibliográfico en caso de pérdida o deterioro.

Art. 31° Distracciones de los usuarios que estudian en las bibliotecas

Por respeto a los usuarios que estudian en las bibliotecas y para evitar interferir en su concentración, se debe tener en cuenta las siguientes disposiciones:

31.1. Hacer el menor ruido posible en el interior de las instalaciones.

31.2. Apagar el teléfono móvil antes de ingresar a la Biblioteca.

31.3. Abstenerse de fumar, conforme al artículo 3.1 de la Ley N° 28705 “Ley general para la prevención y control de los riesgos del consumo del tabaco”.

31.4. No comer o beber dentro de la Biblioteca. Los restos de alimentos atraen insectos que afectan al papel.

31.5. Mostrar sus pertenencias al ingresar o salir de la biblioteca cuando el personal bibliotecario o de seguridad lo solicite.

31.6. La Biblioteca no se responsabilizará por la pérdida de pertenencias desatendidas en las instalaciones.

31.7. Abstenerse de trasladar el mobiliario o equipamiento de donde se encuentre, a otro lugar.

31.8. No dañar los equipos y mobiliario de la biblioteca.

31.9. El personal de la biblioteca, acreditándose previamente, está autorizado para solicitar identificación y dar indicaciones a cualquier usuario que incumpla las normas generales.

## TÍTULO VI DE LAS SANCIONES

Art. 32° Suspensión de la prestación

Los usuarios son objetivamente responsables por infringir las disposiciones contenidas en el presente Reglamento. La comisión de las acciones proscritas en éste facultará a la Biblioteca a adoptar la medida administrativa consistente en la suspensión de la prestación del servicio durante el número de días que ésta disponga. Esto, sin perjuicio de las sanciones que pudieren corresponder de acuerdo al Reglamento disciplinario aplicable a los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano.

## TITULO VII DE LAS MEDIDAS ADMINISTRATIVAS

Art. 33° Medidas administrativas

33.1. Multa y suspensión para el uso de la Biblioteca, por cada día de retraso en la devolución de cada material bibliográfico.

33.2. Las reservas en línea no recogidas dentro del plazo señalado serán anuladas automáticamente y el usuario que registró la reserva será suspendido un día por cada material bibliográfico reservado.

Art. 34° Reposición del material bibliográfico

Toda pérdida, daño o deterioro de material bibliográfico deberá ser reportada a la Biblioteca. El usuario deberá firmar un formulario de compromiso para la reposición con un libro del mismo tema, cantidad de páginas o más, edición actual, original.

Mientras ello no ocurra, el usuario permanecerá suspendido en la Biblioteca y en el sistema de Matriculas y Notas, sistema de trámites, previo informe a la Oficina de Tecnología e Informática.

Art. 35° Monto de la multa

El monto de la multa es de acuerdo al tarifario (Anexo 01), por los días de retraso en la entrega de los materiales bibliográficos. La sumatoria de la multa comienza desde el día siguiente de aplicada la medida.

La omisión de pagar la multa, se sanciona con la suspensión en la Biblioteca y en el sistema de Matriculas y Notas, sistema de trámites, previo informe a la Oficina de Tecnología e Informática.

Art. 36° Días de suspensión

Un día de suspensión por un día de retraso en la entrega de los materiales bibliográficos. Los días de suspensión se empiezan a contar desde el día siguiente de aplicada la medida.

Art. 37° Sanción por otras acciones

Otras acciones que constituyen un uso inadecuado de los servicios que brinda la Biblioteca y que acarrear la suspensión de los servicios, y otros procedimientos, son los siguientes:

37.1. Fomentar desorden y/o bullicio que pueda molestar a otros usuarios, es sancionado con uno (1) a cuatro (4) días de suspensión.

37.2. Abrir las puertas de emergencia, excepto en caso de alarma justificada, es sancionado con uno (1) a dos (2) días de suspensión.

37.3. Beber, comer y/o fumar dentro de las Bibliotecas, es sancionado con uno (1) a tres (3) días de suspensión.

37.4. Utilizar teléfono móvil dentro de las Bibliotecas, es sancionado con uno (1) a (2) días de suspensión.

37.5. Prestar o utilizar el documento identificación de otra persona, es sancionado con dos (2) a cinco (5) días de suspensión.

37.6. Negarse a mostrar el documento de identificación al personal autorizado, es sancionado con dos (2) a cuatro (4) días de suspensión.

37.7. Utilizar palabras o gestos agresivos u ofensivos para dirigirse al personal, es sancionado con diez (10) a treinta (30) días de suspensión e informe al Decano de la Facultad correspondiente.

37.8. Reservar sillas y no utilizarlos, es sancionado con uno (1) a dos (2) días de suspensión.

37.9. Retirar de la Biblioteca fondos bibliográficos disponibles para consulta solo en sala, es sancionado con dos (2) a quince (15) días de suspensión.

37.10. Retirar y/o intentar retirar material de la Biblioteca sin registrar su préstamo, es sancionado con quince (15) a sesenta (60) días de suspensión e informe al Decano de la Facultad correspondiente; sin dejar a salvo la comunicación a las autoridades universitarias para las acciones legales correspondientes, si lo consideran necesario.

Art. 38° Controversias

La resolución de aclaraciones, controversias y casos no contemplados en el presente Reglamento estará a cargo de la Dirección de Biblioteca.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. De la observancia de la estantería abierta y autoservicio de devolución.

Los artículos 21 y 26 del presente Reglamento, entrará en vigencia, cuando esté disponible el servicio de estantería abierta y autoservicio de devolución.

SEGUNDA. Hechos o situaciones no previstos.

Los hechos o situaciones no previstos en el presente Reglamento, serán resueltos por la Jefatura de la Oficina de Recursos del Aprendizaje y Coordinaciones de las Bibliotecas Especializadas de la Universidad Nacional del Altiplano.

TERCERA. Vigencia.

Este Reglamento entrará en vigor a partir de su aprobación por el Consejo Universitario de la Universidad Nacional del Altiplano.

## **12. Reglamento de ayudantía de cátedra**

### **REGLAMENTO PARA AYUDANTÍAS DE CÁTEDRA O DE LABORATORIO**

#### **CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES**

##### **OBJETIVO**

Art. 1°. Establecer normas y características de las ayudantías de cátedras o de laboratorio en la Universidad Nacional de Altiplano Puno, estableciendo la ayudantía de cátedra como estímulo a los estudiantes más destacados que pertenecen al tercio superior en los dos (02) últimos años académicos o cuatro (04) últimos semestres académicos.

##### **FINALIDAD**

Art. 2°. Garantizar la adecuada aplicación de las normas y procedimientos para la selección de ayudantías de cátedra o de laboratorio en las Escuelas Profesionales de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno.

##### **BASE LEGAL**

Art. 3°. Constituyen la base legal las siguientes:

- Ley Universitaria N° 30220
- Estatuto Universitario 2015
- Ley del Procedimiento Administrativo General N° 27444
- Reglamento de Matricula del Sistema Curricular Flexible por Competencias

##### **ALCANCE**

Art. 4°. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento, alcanza a todas las facultades, escuelas profesionales, docentes y estudiantes que estén relacionados a la actividad académica de ayudantías de cátedra o de laboratorio.

#### **CAPÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES**

Art. 5°. Entiéndase por ayudantías de cátedra o de laboratorio al apoyo o colaboración prestado por los estudiantes de mayor rendimiento académico en las actividades de aprendizaje-enseñanza que efectúan los docentes en el ejercicio de sus funciones de docencia.

Art. 6°. La ayudantía de cátedra o de laboratorio se considera como experiencia previa para el ingreso a la docencia.

Art. 7°. Los ayudantes de cátedra o de laboratorio, prestan apoyo en el desarrollo y cumplimiento de las sesiones de aprendizaje-enseñanza. La designación se accede vía concurso interno de méritos de acuerdo a los requisitos establecidos y se implementa, en cada escuela profesional la primera quincena del inicio de año académico.

Art. 8°. La ayudantía de cátedra o de laboratorio, es válido sólo para un semestre académico y no genera vínculo laboral alguno entre la institución universitaria y el estudiante. Al término del semestre académico se dará por concluida.

Art. 9°. La ayudantía de cátedra puede ser renovada por un semestre académico, siempre y cuando se cumpla con las siguientes condiciones:

- a) A propuesta escrita del docente del componente curricular donde realizó la ayudantía.
- b) Sea evaluada por el Director de Escuela Profesional con aprobación del Consejo de Facultad.
- c) Cumplir con los requisitos del Art. 15°.

Art. 10°. Los ayudantes de cátedra o de laboratorio perciben una subvención mensual equivalente al 10 % de una UIT.

Art. 11°. Sólo los componentes curriculares de las Áreas Curriculares Formativa y Especializada podrán contar con ayudantías de cátedra.

Art. 12°. Las solicitudes de ayudantes de cátedra o de laboratorio lo realizan los docentes responsables de los componentes curriculares asignados según distribución de carga académica, dentro de los cinco (5) días de haber iniciado oficialmente la actividad académica. La solicitud es dirigida al Decano de la Facultad correspondiente.

Art. 13°. El Director de la Escuela Profesional, tomando en cuenta los requerimientos presentados por los docentes, previa evaluación, en coordinación con la Jefatura de Departamento Académico de la Escuela Profesional, la Facultad pública la convocatoria y selección dentro de la segunda semana de haber iniciado oficialmente la actividad académica.

Art. 14°. El horario del ayudante de cátedra o de laboratorio es el mismo del docente titular.

### CAPÍTULO III DE LOS REQUISITOS

Art. 15°. Son requisitos para acceder a la ayudantía de cátedra o de laboratorio:

- a) Ser estudiante regular invicto y estar cursando los dos (2) últimos años académicos o cuatro (04) últimos semestres académicos de la carrera profesional correspondiente.
- b) Pertenecer al tercio superior.
- c) Demostrar vocación por la docencia y dominio del componente curricular a la que postula.
- d) Haber aprobado la evaluación correspondiente.
- e) No haber sido ayudante de cátedra del componente curricular materia de concurso en el semestre académico inmediato anterior.

- f) No tener sanción por falta disciplinaria en la universidad, facultad o escuela profesional a la que pertenece.
- g) No adeudar por ningún concepto a la universidad, facultad o escuela profesional.

#### CAPÍTULO IV DE LA SELECCIÓN Y EVALUACIÓN

Art. 16°. El estudiante que cumpla con los requisitos establecidos en el Artículo 15° del presente reglamento deberá solicitar la ayudantía de cátedra o de laboratorio al Decano de la facultad a la que pertenece, adjuntando los siguientes documentos:

- a) Ficha de matrícula última.
- b) Copia simple del certificado de estudio o historial académico de notas refrendado por la Coordinación Académica de la Facultad.
- c) Copia simple de la constancia de pertenecer al tercio superior.
- d) Copia simple de los certificados de asistencia a las actividades de investigación y de proyección y extensión universitaria.
- e) Declaración jurada simple de no tener sanción por falta disciplinaria en la universidad, facultad o escuela profesional a la que pertenece.

Art. 17°. El estudiante que cumpla con los requisitos señalados sólo podrá postular a una plaza.

Art. 18°. Para la selección de ayudantes de cátedra o de laboratorio, el Director de la escuela profesional, designa el Jurado constituido por tres (3) docentes ordinarios de la especialidad a la que postula el ayudante. Es responsabilidad del Jurado emitir el informe final de la evaluación de los documentos consignados en el artículo 16 a la Dirección de escuela profesional dentro de los plazos previstos.

Art. 19°. Para efectos de calificación se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Documentos solicitados en el Art. 16° del presente reglamento.
- b) Dominio del componente curricular que postula.

Art. 20°. La designación de los ayudantes de cátedra debe ser vía concurso interno hecho público por cada escuela profesional.

Art. 21°. Los resultados finales son aprobados por Consejo de Facultad a propuesta de la Dirección de Escuela Profesional, con la emisión de la respectiva Resolución Decanal.

#### CAPÍTULO V DE LAS FUNCIONES DEL AYUDANTE

Art. 22°. Son funciones y atribuciones del ayudante de cátedra o de laboratorio:

- a) Apoyar al docente responsable del componente curricular en desarrollo, en las actividades prácticas programadas en el sílabo.
- b) Recepcionar los trabajos encargados de los estudiantes, de acuerdo a las fechas previstas en el sílabo.
- c) Colaborar con el docente responsable del componente curricular, en el desarrollo de las evaluaciones teóricas y prácticas.
- d) Colaborar con el docente responsable del componente curricular en la preparación de los materiales de prácticas.
- e) Velar por el adecuado cumplimiento de normas de conducta y desenvolvimiento de los estudiantes en el marco del respeto mutuo.

## CAPÍTULO VI DEL RECONOCIMIENTO Y SANCIONES

Art. 23°. El ayudante de cátedra o de laboratorio que cumpla satisfactoriamente con su labor, será acreedor a una Resolución Decanal de agradecimiento y felicitación a nombre de la Facultad, ratificado mediante Resolución Rectoral.

Art. 24°. La inasistencia injustificada del ayudante de cátedra o de laboratorio a tres (3) sesiones de aprendizaje-enseñanza consecutivo o alternado, así como el comportamiento reñidos con la moral, será motivo de sanción por parte del Consejo de Facultad. Las sanciones se aplicarán de acuerdo a la magnitud de las faltas, desde una amonestación verbal hasta la suspensión de sus funciones, siendo reemplazado por el estudiante que haya ocupado el segundo lugar.

## CAPÍTULO VII DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 25°. No podrán ejercer ayudantías de cátedra o de laboratorio los estudiantes miembros de los órganos de Gobierno de la Facultad, Consejo Universitario y de Asamblea Universitaria, hasta un año después de haber concluido su mandato.

Art. 26°. El estudiante que durante el semestre académico anterior fue ayudante de cátedra de algún componente curricular y desea concursar a otra ayudantía, sólo podrá hacerlo en una distinta a la ya ejercida.

Art. 27°. Las plazas de ayudantía de cátedra o de laboratorio serán cubiertas en estricto orden de méritos, en caso que no se cubran las plazas concursadas, se procederá inmediatamente a una nueva convocatoria.

Art. 28°. Los ayudantes de cátedra o de laboratorio están impedidos de: calificar las evaluaciones, ingresar notas al sistema y desarrollar sesiones de aprendizaje-enseñanza en lugar del docente responsable.

**CAPÍTULO VIII  
DISPOSICIONES FINALES**

Art. 29°. El presente reglamento, entra en vigencia al día siguiente de su aprobación por Consejo Universitario.

Art. 30°. Las situaciones no contempladas en el presente Reglamento serán resueltas en Consejo de Facultad.

### **13. Reglamento de servicios de bienestar**

## **14. Reglamento de evaluación de desempeño**

### **REGLAMENTO DE EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE**

#### **TÍTULO I**

#### **OBJETIVO**

##### **ASPECTOS GENERALES**

Art. 1º Establecer procedimientos que regulen el proceso de evaluación a los docentes nombrados y contratados de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, en sus funciones académicas de aprendizaje-enseñanza, investigación y responsabilidad social.

##### **FINALIDAD**

Art. 2º. Garantizar la implementación de mecanismos que evalúen el desempeño docente con la finalidad de identificar necesidades de capacitación y perfeccionamiento, de manera progresiva, permanente y sostenida en el marco de una cultura de calidad institucional

##### **BASE LEGAL**

Art. 3º. El presente reglamento se sustenta en los siguientes documentos normativos:

Ley N° 30220, Ley Universitaria

Decreto Supremo N° 016-2015-MINEDU. Política de aseguramiento de la calidad superior universitaria.

Resolución de Consejo Directivo N° 101-2017- SUNEDU/CD., de Licenciamiento.

TUO Estatuto Universitario 2015

Proyecto Educativo Universitario (PEU).

##### **ALCANCE**

Art. 4º. Las disposiciones contenidas en el presente reglamento alcanzan al Rector, Vicerrector Académico, Vicerrector de Investigación, Decanos de Facultades, Directores de Departamentos Académicos, Directores de Escuelas Profesionales, unidades de Investigación, Coordinadores de Responsabilidad Social, Coordinadores de Tutoría, Docentes, Estudiantes.

### **TÍTULO II DISPOSICIONES GENERALES**

#### **CAPÍTULO I**

#### **DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS**

Art. 5º. La evaluación a los docentes es obligatoria y semestral, constituye un proceso sistemático de recopilación de información que, luego de ser procesada, sirve para tomar decisiones orientadas a la mejora continua del desempeño profesional, académico, de investigación y de responsabilidad social de los docentes de la UNA-Puno, a través de procesos de capacitación y de perfeccionamiento

#### **CAPÍTULO II**

#### **DEL PROCESO DE LA EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE**

Art. 6º. La evaluación al desempeño docente comprende la labor lectiva y no lectiva, se desarrolla mediante la aplicación de instrumentos de evaluación.

Art. 7°. Los instrumentos de evaluación al desempeño docente, son aprobados en Consejo Universitario, a propuesta del Vicerrectorado Académico y son parte del presente reglamento

Art. 8°. Los instrumentos de evaluación al desempeño docente, se basan en un enfoque propositivo y están orientados a la mejora continua de la función docente.

Art. 9°. El Decano, Director de Departamento Académico y Director de Escuela Profesional para el análisis de resultados de la evaluación realizada por los estudiantes deben tomar en cuenta que la escala de calificación de los indicadores del instrumento de evaluación al desempeño docente es cuantitativa- cualitativa. A cada calificativo le corresponde un juicio de valor y su correspondiente interpretación, de acuerdo a la siguiente tabla:

ESCALA DE CALIFICACIÓN	JUICIO DE VALOR	INTERPRETACIÓN
	De modo muy insatisfactorio	El docente debe replantear en gran medida su desempeño, en el aspecto señalado por el indicador.
	De modo insatisfactorio	El docente necesita replantear parcialmente su desempeño, en el aspecto señalado por el indicador.
	De modo satisfactorio	El docente tiene un desempeño apropiado, pero debe preocuparse por seguir mejorando el aspecto concerniente al indicador.
	De modo muy satisfactorio	El docente tiene buen desempeño, en el aspecto señalado por el indicador.

Art. 10°. El Decano, Director de Departamento Académico, Director de Escuela Profesional, Coordinador de Investigación, Coordinador de Responsabilidad Social, Coordinador de Tutoría y estudiantes del programa de estudio evaluarán el desempeño docente aplicando los instrumentos de evaluación, de acuerdo a los plazos establecidos en la Directiva Académica.

Art. 11°. Evaluar el desempeño docente, es de carácter obligatorio, personal y objetivo, no pudiéndose aceptar ningún tipo de sugerencias, acuerdos grupales o presiones que busquen beneficiar o perjudicar a los mismos.

Art. 12°. Los docentes que se consideren agraviados, de acuerdo a lo señalado en el artículo anterior, pueden presentar su reclamo por escrito ante el Vicerrectorado Académico. El plazo establecido para dicho reclamo, es después de conocer los resultados.

Art. 13°. Si se identifica hechos que justifiquen lo señalado en el reclamo, se debe realizar las acciones pertinentes sobre el caso, con la finalidad de garantizar una evaluación transparente.

Art. 14°. Los resultados de la aplicación del instrumento de evaluación al desempeño docente son procesados en la Oficina de Tecnologías de Información (OTI). Dichos resultados son informados por escrito al Decano, a través del Vicerrectorado Académico.

Art. 15°. El Decano, Director de Departamento, Director de Escuela Profesional, analizan los resultados e instrumentalizan decisiones de acciones que conduzcan a la mejora del desempeño docente a través de consejería, monitoreo, capacitación y

perfeccionamiento.

Art. 16°. El Director de Departamento comunicara en forma individual y por escrito los resultados de la evaluación de desempeño a sus docentes, incluyendo el listado del ítem 9 del anexo 7 de la evaluación de los estudiantes.

Art. 17°. Los docentes evaluados que hayan obtenido los mejores resultados a final de cada semestre, se harán acreedores a un reconocimiento establecido en el programa de estímulos de cada Facultad.

Art. 18°. Los resultados de cada proceso de evaluación serán registrados y archivados en la Dirección de Departamento Académico, que es la responsable de monitorear, evaluar e informar sobre la ejecución de los planes de mejora al desempeño docente.

### CAPÍTULO III

#### EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE, A CARGO DE LOS ESTUDIANTES

Art. 19°. Solo los estudiantes matriculados en cada componente curricular y que asistan regularmente a las sesiones de aprendizaje podrán evaluar a los docentes.

Art. 20°. La evaluación a cargo de los estudiantes se efectuará de acuerdo a los siguientes procedimientos:

- a) La evaluación se ejecuta obligatoriamente según el cronograma establecido en la directiva académica anual.
- b) Cada estudiante llena solo una ficha de evaluación vía web, por docente y por componente curricular.
- c) La participación en la evaluación de estudiantes, estará monitoreada por el Director de Escuela Profesional.
- d) El estudiante al finalizar el llenado de la ficha de evaluación de desempeño docente, debe imprimir la constancia correspondiente la misma que debe presentar al momento de recabar su ficha de matrícula.
- e) En caso que el estudiante no participe en la evaluación del desempeño docente, será acreedor a dos sanciones: Pago de una multa establecida por Consejo Universitario, y su matrícula en el siguiente semestre quedara observada.

### CAPÍTULO IV DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 21°. Los Decanos, Directores de Departamento Académico, Directores de Escuelas Profesionales, Coordinadores de Investigación, Coordinadores de Responsabilidad Social y Coordinadores de Tutoría, son calificados de acuerdo a los criterios de evaluación al desempeño docente, considerando las siguientes especificaciones:

- a) El Decano es evaluado por el Director de Departamento Académico, Director de Escuela Profesional, Coordinador de Investigación y Coordinador de Responsabilidad Social.
- b) El Director de Departamento Académico es evaluado por el Decano, Director de Escuela Profesional, Coordinador de Investigación, Coordinador de Responsabilidad Social y Coordinador de Tutoría.
- c) El Director de Escuela Profesional es evaluado por el Decano, Director de Departamento Académico, Coordinador de Investigación, Coordinador de Responsabilidad Social y Coordinador de Tutoría.
- d) El Coordinador de Investigación es evaluado por el Decano, Director de Departamento Académico, Director de Escuela Profesional y Coordinador de

Responsabilidad Social y Coordinador Tutoría.

e) El Coordinador de Responsabilidad Social es evaluado por el Decano, Director de Departamento Académico, Director de Escuela Profesional, Coordinador de Investigación y Coordinador de Tutoría.

f) El Coordinador de Tutoría es evaluado por el Decano, Director de Departamento Académico, Director de Escuela Profesional, Coordinador de Investigación y Coordinador de Responsabilidad Social.

Art. 22°. Los docentes ordinarios y contratados con dedicación a “tiempo parcial” solamente serán evaluados considerando su labor de horas lectivas.

Art. 23°. El peso ponderado de cada instrumento de evaluación al desempeño docente, es como sigue:

EVALUADORES	PESO PONDERADO
Autoridades	50%
Estudiantes	50%

PONDERADO En función de alumnos que evalúan

Art. 24°. Para obtener el calificativo final de los docentes ordinarios y contratados a tiempo completo, se establece las siguientes orientaciones:

- Los calificativos de cada autoridad y la sumatoria total correspondiente son convertidos al sistema vigesimal.
- El promedio de las calificaciones de los estudiantes es convertido al sistema vigesimal.
- La calificación de las autoridades se multiplica por 50%.
- La calificación de los estudiantes se multiplica por 50%.
- Se suma los ponderados de las autoridades y de los estudiantes, lo que constituye el CALIFICATIVO FINAL.

ESCALA VALORATIVA FINAL:

ESCALA CUANTITATIVA GENERAL	ESCALA CUANTITATIVA VIGESIMAL	ESCALA CUALITATIVA
00 - 28	00 - 04	Muy deficiente
29 - 57	05 - 08	Deficiente
58 - 86	09 - 11	Regular
87 - 115	12 - 14	Bueno
116 - 144	15 - 17	Muy bueno
145 - 172	18 - 20	Excelente

## CAPÍTULO V

### DISPOSICIONES FINALES

Art. 25°. La evaluación al desempeño docente a cargo de los estudiantes es obligatorio y de responsabilidad, para efectos de los procesos de acreditación, licenciamiento y matrícula.

Art. 26°. El presente Reglamento de Evaluación al Desempeño Docente, entra en vigencia a partir del día siguiente de su aprobación y publicación.

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: DECANO

Profesor(a):.....Curso: ..... Semestre:..... Escuela Profesional:

..... Fecha: .....

Instrucciones.- A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

ESCALA VALORATIVA				
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactori o	2 Insatisfactori o	1 Muy insatisfactorio	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN				ESCALA VALORATI VA
1) Cumple funciones académicas de enseñanza de acuerdo a su especialidad.	4	3	2	1
2) Contribuye en el fortalecimiento del proceso de Acreditación del Programa de Estudio. (*)	4	3	2	1
3) Contribuye en actividades del proceso de evaluación y rediseño del currículo del Programa de Estudio. (*)	4	3	2	1
4) Demuestra idoneidad y ética en sus relaciones con los docentes, autoridades y estudiantes.	4	3	2	1
5) Participa en actividades de responsabilidad social, a través de comisiones encomendadas por Consejo de Facultad y el Decano. (*)	4	3	2	1

(\*) No aplicable para docentes a Tiempo Parcial

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: DIRECTOR DE ESCUELA PROFESIONAL

Profesor(a): ..... Componente curricular: ..... Semestre: ..... Escuela Profesional: .....  
 Fecha: .....

Instrucciones.- A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

ESCALA VALORATIVA			
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 Insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESCALA VALORATIVA			
1) Desarrolla las actividades de aprendizaje-enseñanza con la finalidad de asegurar el logro de competencias en el estudiante.	4	3	2	1
2) Comunica a los estudiantes los resultados de evaluación, en momentos oportunos y programa actividades de retroalimentación.	4	3	2	1
3) Contribuye en actividades del proceso de evaluación y rediseño del currículo del programa de estudio. (*)				
4) Ingresar calificativos al sistema académico por unidad didáctica, según cronograma establecido en el sílabo y la directiva académica.	4	3	2	1
5) Demuestra idoneidad y ética en sus relaciones con los docentes, autoridades y estudiantes:	4	3	2	1
6) Ejecuta acciones académicas a través de comisiones encomendadas por la Dirección de Escuela Profesional.	4	3	2	1

(\*) No aplicable para docentes a Tiempo Parcial

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: DIRECTOR DE DEPARTAMENTO ACADÉMICO

Profesor(a): ..... Componente curricular: ..... Semestre: ..... Escuela Profesional:  
 ..... Fecha: .....

**Instrucciones.**- A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

ESCALA VALORATIVA				
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 Insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN		V ESCALA A ALORATIV		
1) El sílabo presentado por el docente es evaluado como:	4	3	2	1
2) Explica y entrega sílabos a los estudiantes al iniciar el desarrollo del componente curricular:	4	3	2	1
3) Cumple funciones académicas de enseñanza de acuerdo a su especialidad.	4	3	2	1
4) Contribuye en el fortalecimiento del proceso de Acreditación del programa de estudio. (*)	4	3	2	1
5) Contribuye en actividades del proceso de evaluación y rediseño del currículo del programa de estudio. (*)	4	3	2	1
6) Demuestra idoneidad y ética en sus relaciones con los docentes, autoridades y estudiantes.	4	3	2	1
7) Participa en actividades extracurriculares que contribuyan a la formación integral del estudiante. (*)	4	3	2	1

(\*) No aplicable para docentes a Tiempo Parcial

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN

Profesor(a): ..... Componente curricular: ..... Semestre: ..... Escuela Profesional: .....  
 Fecha: .....

**Instrucciones.-** A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

ESCALA VALORATIVA			
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 Insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	V ESCALA VALORATIVA			
1) Los sílabos incluyen resultados y referencias de investigaciones científicas.	4	3	2	1
2) Sistematiza manuales, textos, guías, separatas y/o libros, en base a investigaciones propias o de otros autores para el componente curricular que desarrolla.	4	3	2	1
3) El desempeño como director y/o asesor de proyectos e informes de investigación a partir de los informes del Vicerrectorado de Investigación son:	4	3	2	1
4) El desempeño como jurado, en el acto de sustentación de tesis.	4	3	2	1
5) Evidencia capacitación en la elaboración de artículos científicos.	4	3	2	1

No corresponde a docentes a Tiempo Parcial

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: COORDINADOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Profesor(a): ..... Componente curricular: ..... Semestre: ..... Escuela Profesional: .....  
 Fecha: .....

**Instrucciones.-** A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

ESCALA VALORATIVA			
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	V ESCALA VALORATIVA			
1) Se ha evidenciado que su desempeño en la organización, implementación, ejecución y evaluación de las Jornadas Universitarias Culturales y Deportivas.	4	3	2	1
2) Participa en las actividades oficiales programadas por la Universidad, Facultad y/o Escuela Profesional.	4	3	2	1
3) Asume comisiones y otros por encargo de la Coordinación de Responsabilidad social.	4	3	2	1
4) Representa al Programa de Estudio, a la Escuela Profesional, Facultad o Universidad con ponencias en eventos de desarrollo sostenible a nivel regional, nacional o internacional:	4	3	2	1
5) El desempeño en acciones de responsabilidad social en salidas a comunidades, barrios, distritos u otros ha resultado.	4	3	2	1
6) Realiza acciones para la promoción interna del código de ética de la UNA – Puno.	4	3	2	1

No corresponde a docentes a Tiempo Parcial

**EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: COORDINADOR DE TUTORIA**

Profesor(a): ..... Componente curricular: ..... Semestre: ..... Escuela Profesional:  
 ..... Fecha: .....

**Instrucciones.-** A continuación se presentan los criterios de evaluación al Desempeño Docente. Indicar su apreciación para cada uno, marcando con "X", en la escala correspondiente:

<b>ESCALA VALORATIVA</b>			
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 Insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio

<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<b>V ESCALA VALORATIVA</b>			
1) Participa en la Elaboración del Plan de Trabajo de Tutoría de la Escuela Profesional.	4	3	2	1
2) Participa en las actividades oficiales de tutoría, programadas por la Universidad, Oficina de Tutoría Universitaria, Facultad y/o Escuela Profesional.	4	3	2	1
3) Realiza sesiones individuales de tutoría, según horario establecido y de acuerdo a reglamento.	4	3	2	1
4) Realiza y participa en sesiones grupales de tutoría que se llevan a cabo dentro de las Jornadas Universitarias Cultural Deportivo.	4	3	2	1
5) Reporta, en la Web en los plazos establecidos, los resultados de sus sesiones de tutoría individual y grupal.	4	3	2	1
6) Presenta el informe final de tutoría al coordinador en los plazos establecidos.	4	3	2	1

No corresponde a docentes a Tiempo Parcial

## EVALUACIÓN AL DESEMPEÑO DOCENTE: ESTUDIANTE

Profesor(a):.....Componente Curricular: ..... Semestre:..... Escuela Profesional:  
 ..... Sexo: ..... Fecha: ..... **Objetivo.-** Evaluar el desempeño al Docente universitario con el fin de retroalimentar y buscar su mejora continua.

**Instrucciones.-** Apreciado (a) estudiante responde el siguiente cuestionario eligiendo una de las cinco opciones de la escala valorativa que se presenta para cada ítem, de acuerdo a la realidad y su percepción durante el desarrollo de las sesiones de aprendizaje.

ESCALA VALORATIVA			
4 Muy satisfactorio	3 Satisfactorio	2 Insatisfactorio	1 Muy insatisfactorio

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESCALA VALORATIVA			
	4	3	2	1
1) El/la Docente entrego y explico el sílabo de su Componente Curricular.	4	3	2	1
2) El/la Docente motiva cordial y amigablemente el deseo de aprender a través de la participación activa del estudiante.	4	3	2	1
3) El/la Docente domina los contenidos planificados en el sílabo	4	3	2	1
4) El/la Docente permite que el estudiante piense, razone, cree situaciones para problemas relacionados con los conocimientos tratados.	4	3	2	1
5) El/la Docente promueve el uso de internet, aulas virtuales y otras tecnologías informáticas para el aprendizaje del Componente Curricular.	4	3	2	1
6) El/la Docente evalúa de acuerdo a los criterios indicados en su sílabo en forma planificada.	4	3	2	1
7) El/la docente durante el tiempo del desarrollo de la sesión de aprendizaje logra una actitud positiva y disciplinada en los estudiantes.	4	3	2	1
8) La actitud demostrada por el Docente, permite recomendar a otros compañeros a llevar el componente curricular con el/ella.	4	3	2	1

11. ¿Qué sugieres al profesor para mejorar el trabajo en el aula y favorecer tu aprendizaje?

.....  
 .....

Gracias por participar

**15. Reglamento de desarrollo académico del docente**