

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO: TALLER DE COMUNICACIÓN ESCRITA

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Taller de Comunicación Escrita
1.2	Requisito	:	Comunicación Escrita
1.3	Ciclo Académico	:	II
1.4	Periodo Académico	:	
1.5	Horas Académicas Semanales	:	5
	Horas de Teoría	:	2
	Horas de Práctica	:	3
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	96
	Horas de Teoría	:	32
	Horas de Práctica	:	64
1.7	Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

La asignatura comprende el estudio de la lengua como sistema de comunicación y la producción de escritos diversos, ensayos, informes, monografías, textos descriptivos y narrativos. Desarrolla las capacidades de abstracción e imaginación y reproducción simbólicamente de la realidad, construye el objeto y despierta la conciencia crítica, reflexiva y creativa. Impulsa el buen manejo de la lengua, ya que por este medio el estudiante interpretará y explicará los acontecimientos políticos, económicos y sociales, expresará ideas y puntos de vista, transmitirá verbalmente o por escrito el cúmulo de conocimientos adquiridos y manifestará su criterio. Conceptos fundamentales de la lingüística. Realidad pluringüística y multicultural del Perú.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: La lectura.
- Unidad II: Lingüística textual.
- Unidad III. Producción de textos escritos formales
- Unidad IV. Expresión literaria

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla la competencia y estrategias para la comprensión de los textos y los ejercicios para su redacción y análisis.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Desarrolla la competencia en los procesos estratégicos de la lectura.
Analiza los textos desde la lingüística textual.

Identifica la redacción de textos escritos formales. Analiza y distingue las expresiones literarias.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Desarrolla la competencia en los procesos estratégicos de la lectura.						
UNIDAD: LA LECTURA.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	La lectura como proceso estratégico.	Conoce los textos y aplica los niveles de comprensión lectora.	Muestra disposición para trabajar en equipo en el proceso de comprensión lectora.	Uso de separatas, textos. Videos, power point.	Conoce los textos y aplica los niveles de comprensión.
	2	Niveles de la comprensión lectora.	Reconoce los niveles de la comprensión lectora.	Respeto y trabaja en equipo con diversos textos.	Uso de separatas, textos. Videos, power point.	Conoce la diversidad de recursos o textos.
	3	El texto: macroestructuras y microestructuras.	Comprende y produce textos orales y escritos (literarios y no literarios especializados), asumiendo una posición crítica a partir de la valoración de los mismos.	Valora los diversos tipos de textos.	Uso de separatas, textos. Videos, power point.	Conoce la tipología textual.
	4	Jerarquía de las ideas: principales y secundarias.	Comprende y produce textos orales y escritos.	Respeto los trabajos y ejercicios en grupo.	Uso de separatas, textos. Videos, power point.	Expresa sus ideas dentro de la estructura del texto.

CAPACIDAD: Analiza los textos desde la lingüística textual.						
UNIDAD II: LINGÜÍSTICA TEXTUAL	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Superestructuras textuales: la narración académica y sus características.	Identifica las características y señala la estructura de los textos.	Asume una actitud crítica frente a la utilidad de las diferentes estructuras textuales.	Exposición, PPT, trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos.	Identifica las diversas superestructuras textuales.
	6	El texto descriptivo y expositivo.	Clasifica los textos de acuerdo a su estructura.	Reconoce la importancia de la tipología textual.	Exposición, PPT, trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos.	Diferencia los textos por su estructura.
	7	El texto argumentativo.	Resuelve ejercicios sobre los textos argumentativos.	Aprecia la importancia de los tipos de textos argumentativos.	Exposición, PPT, trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos.	Aplica su conocimiento para reconocer los textos argumentativos.
	8	Tipos de argumentos.	Deduce por las razones teóricas las características de los argumentos.	Aprecia la importancia del tipo y clase de argumentos de puntuación.	Exposición, PPT, trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos.	Reconoces las razones del tipo de argumentos.
EXAMEN PARCIAL						

CAPACIDAD: Identifica la redacción de textos formales.						
UNIDAD III: PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	El ensayo.	Reconoce e identifica la planeación de un ensayo.	Valora la importancia del ensayo en la vida de un estudiante universitario.	Exposición, separatas, diapositivas, ejercicios prácticos.	Reconoce las etapas y estructura de un ensayo.
	10	Proceso de redacción de un ensayo.	Reconoce e identifica los procesos de redacción de un ensayo.	Valora el ensayo en la vida académica.	Exposición, separatas, diapositivas, ejercicios prácticos.	Reconoce la importancia de redactar un ensayo.
	11	Documentos administrativos.	Reconoce los distintos tipos de documentos formales.	Aprecia la importancia de los documentos formales.	Exposición, separatas, diapositivas, ejercicios prácticos.	Reconoce el uso de los documentos formales.
	12	Principios fundamentales de la redacción de documentales.	Reconoce las diferentes estructuras de la redacción documentaria.	Aprecia la importancia de la redacción documentaria.	Exposición, separatas, diapositivas, ejercicios prácticos.	Reconoce la documentación según su estructura.

UNIDAD IV: EXPRESIÓN LITERARIA	CAPACIDAD: Analiza y distingue las expresiones literarias.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Composición en prosa	Reconoce los elementos de la composición en prosa.	Evalúa la importancia del análisis de la composición en prosa.	Separata, PPT, guía de ejercicios.	Reconoce los elementos de la oración de la narrativa o composición en prosa.
	14	Composición en diálogo.	Discrimina los textos de acuerdo a su composición.	Aprecia las composiciones dramáticas donde tiene supremacía los diálogos.	Separata, PPT, guía de ejercicios.	Diferencia y reconoce una obra dramática.
	15	Composiciones en verso o poéticas.	Diferencia las composiciones poéticas.	Valora la importancia de la poesía en el proceso educativo.	Separata, PPT, guía de ejercicios.	Diferencia las composiciones poéticas que han aparecido en el Perú.
16	EXAMEN PARCIAL					

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica	Práctica de comprensión lectora Análisis e interpretación desde la lingüística textual Control de Lectura Comprensión e interpretación Producción de textual escritos formales Exposiciones	Evaluación Unidad 1 Evaluación Unidad 2 Evaluación Unidad 3 Evaluación Unidad 4	33%
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
TOTAL			100%

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

- Alegría, M. & Rodríguez, T. (1995). Exposición de temas. México: Trillas.
- Alles, F. (1978). Cómo evitar errores de ortografía y gramática. Barcelona: De Vecchi.
- Álvarez, M. (1985). Tipos de Escrito II: Exposición y Argumentación. Madrid: Arcos libros.
- Amorós, M. (1998). Comunicación I. Lima: Metrocolo.
- Añorga, J. (1970). Elementos Gramaticales - Ortografía. New York: Minerva.
- Barinaga A. & García J. (1989). Hacia la Comunicación. Madrid: Alhambra.
- Bianchi, E. (1987). Gramática Estructural. Barcelona: Ediciones Daly.
- Cabrera, O. (1985). Temas Redacción. Científico Técnica. La Habana: La Habana.
- Carneiro, F. (2005). Manual de Redacción Superior. Lima: San Marcos.
- Casanny, D. (2004). Enseñar lengua. Barcelona: Crao.
- Cisneros, L. (1991). El funcionamiento del lenguaje. Lima: Editorial PUCP.
- Cortez, M. & García, F. (2010). Estrategias de comprensión lectora y producción textual. Lima: Editorial San Marcos.
- Couto, M. (2000). Como hablar bien en público. Barcelona: Gestión.
- Demory, B. (1999). Convencer con la palabra. Barcelona: Chotard Editores.
- Escarpeneter, J. (1996). Como eliminar errores y dudas acerca del lenguaje. Bogotá: Norma.
- Fernández, G. (1992). Como escribir correctamente. Bogotá: Norma.
- Fournier, C. (1998). Comunicación Verba. México: Ites Monterrey.
- Gatti, C. & Wiese, J. (2005). Técnicas de Lectura y Redacción. Lima: Universidad del Pacífico.
- Gómez, L. (2007). Hablar y escribir correctamente. Madrid: Arcos.
- Greviller, J. (1992). Como hablar en público. España: Destino.
- Lázaro, F. & Tusón, V. (1995). Curso de Lengua Española. Madrid: Anaya.
- Llamas, M. (2012). Lecturas de contacto: Manifestaciones estéticas de la interculturalidad y la transculturalidad. Madrid: ArcoLibros S. L.
- Maldonado, Héctor. (1998). Manual de Comunicación Oral. México: Alhambra.
- Maqueo, A. (1997). Redacción. México: Limusa.
- Martínez, J. (2000). Diccionario de Ortografía de la Lengua Española. México: Paraninfo.
- Martínez, L. (1997). De la oración al párrafo. México: Trillas.
- Martínez, Aurora. (2002). Didáctica de las figuras retóricas. Actividades para el aprendizaje creativo de las figuras fonológicas. Barcelona: Octaedro- EUB.
- Medina, M. & otros. (1996). Taller de Lectura y Redacción. México: Trillas.
- Tolchinsky, L. (Coord.) 2013. La escritura académica a través de las disciplinas. Barcelona: OCTAEDRO-ICE.
- Seco, M. (1986). Diccionario de dudas y dificultades. Madrid: Espasa Calpe.
- Reyes, G. (2009) Cómo escribir bien en español. Manual de redacción. Madrid: Arcoslibros, S.I. 7ª Edición.
- RAE. (2010). Ortografía de la Lengua Española. Madrid: Espasa Calpe.
- Viejo, L. (1999). Gramática española. Madrid: Síntesis.
- Van D. (1983). La ciencia del texto. Barcelona, España: Paidós.

8.2 Virtuales

Cassanny. (D). Enfoque para la enseñanza de la expresión escrita. Febrero 23, 2015, de En Comunicación, Lenguaje y educación Sitio web:
http://www.upf.edu/pdi/df/daniel_cassany/ideases.htm

Cassanny, (D). Prácticas letradas contemporáneas: Claves para su desarrollo. Febrero 23, 2015, Versión digital:
http://www.leer.es/wpcontent/uploads/webcast/documentos/practicas_letradas/conferencia_DanielCassanny.pdf

**ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL**

**SÍLABO
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
Código:**

1. DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Metodología de la Investigación
1.2 Requisito	:	Ninguno
1.3 Ciclo académico	:	II
1.4 Periodo Académico	:	
1.5 Horas Académicas Semanales	:	5
Horas de Teoría	:	2
Horas de Práctica	:	3
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	96
Horas de Teoría	:	32
Horas de Práctica	:	64
1.7 Créditos académicos	:	4

2 SUMILLA

La asignatura forma parte del área de Formación Profesional General del plan general de estudios, es de carácter teórico práctico, tiene como propósito desarrollar en los estudiantes competencias cognitivas de autonomía y creatividad, con el fin de conocer y dominar aspectos básicos del proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo y cuantitativo.

3. CONTENIDOS

- Unidad I: El hombre, la ciencia, paradigmas.
- Unidad II: Líneas, enfoques y tipos de investigación.
- Unidad III: El tema y problema de investigación.
- Unidad IV: El marco teórico.

4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Elabora y aplica la metodología de investigación científica a un tema de periodismo, hasta el marco teórico, con reflexión crítica.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

Discrimina la ciencia, el método y paradigmas argumentando de manera controversial.

Analiza las líneas, enfoques y tipos de investigación en una matriz de doble entrada. Evalúa el tema y problema de investigación.

Argumenta el marco teórico de la investigación que realiza.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Discrimina la ciencia, el método y los paradigmas, argumentando de manera controversial.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
1	El hombre: concepto, características; su rol en el desarrollo de la ciencia	Discrimina el rol del hombre en el desarrollo de la ciencia, a través de un informe.	Valora al hombre como investigador.	El profesor expone con PPT sobre el hombre. En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada	Discrimina el rol del hombre y la investigación en una estrategia determinada.
2	Investigación científica: concepto y características	Analiza el rol de la investigación científica en el desarrollo de la sociedad, produciendo un ensayo reflexivo	Critica con sentido constructivo el papel de la ciencia.	El profesor expone con PPT sobre la I.C. En grupo los alumnos debaten las características de la I.C.	Elabora un mapa conceptual sobre la investigación científica.
3	El método de la ciencia: Concepto, características y clases.	Analiza el método pertinente para la investigación que propone mediante un ensayo individual.	Valora el método utilizado para la investigación	El profesor expone con PPT., sobre métodos a utilizar en la IC. En grupo, los alumnos debaten sobre los distintos métodos de investigación en comunicación.	Elabora una determinada estrategia sobre el método de la ciencia.
4	Paradigmas de la investigación: positivismo, interpretativismo, constructivismo	Evalúa la investigación científica generando un mensaje crítico.	Discute con respeto y tolerancia sobre los paradigmas de investigación.	El profesor expone con PPT. Los paradigmas de la investigación. En grupo los alumnos debaten sobre los paradigmas	Redacta el paradigma de investigación y elabora la fundamentación

CAPACIDAD: Analiza las líneas, enfoques y tipos de investigación en una matriz de doble entrada.						
UNIDAD II. LÍNEAS, ENFOQUES Y TIPOS DE INVESTIGACIÓN	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Líneas de investigación, buscadores de datos y normas APA.	Discrimina las líneas de investigación, buscadores de datos y normas APA, redactando un informe argumentativo.	Debate sobre proceso la investigación científica.	El profesor expone con PPT., las líneas de investigación, uso de buscadores y normas APA. En grupo los alumnos identifican los buscadores y extraen de libros y tesis para su lectura	pofofofof investigación científica. En una matriz presenta las líneas de investigación el buscador, citas y referencias. (5 casos).
	6	Enfoques: Investigación cualitativa, cuantitativa y mixta. Definición y características	Discrimina las características que corresponden al enfoque cuantitativo como al cualitativo, a través de un informe.	Discute con respeto y tolerancia sobre los enfoques de la investigación	El profesor expone con PPT., sobre los enfoques de investigación. En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada-personal.	Elabora una matriz comparativa sobre los objetivos y características de ambos enfoques.
	7	La investigación cualitativa: tipos, ventajas y desventajas.	Reconoce las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de investigación cualitativa, redactando un comentario.	Valora algunas características de la investigación cualitativa.	El profesor expone con PPT sobre los tipos de investigación cualitativa. En grupo, los alumnos debaten respecto del mismo tema.	Selecciona un tipo de investigación cualitativa y fundamenta su aplicación en un problema de investigación.
	8	Investigación cuantitativa: tipos, ventajas y desventajas.	Reconoce las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de investigación cuantitativa, redactando un comentario.	Valora algunas características de la investigación cuantitativa.	El profesor expone con PPT., sobre los tipos de investigación cuantitativa En grupo los alumnos desarrollan un cuadro de doble entrada-personal	Selecciona un tipo de investigación cuantitativa y fundamenta su aplicación en un problema de investigación.
EXAMEN PARCIAL						

CAPACIDAD: Evalúa el tema y problema de investigación.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	Esquema de la investigación cualitativa y cuantitativa.	Identifica la estructura de un esquema de investigación cualitativa y/o cuantitativa, mediante ejemplos o casos de la realidad social.	Valora algunas características de la investigación cuantitativa.	El profesor expone con PPT sobre la estructura de un esquema de investigación cualitativa y cuantitativa	Elabora un cuadro comparativo de la estructura de cada esquema de investigación.
10	El título de investigación. Problema de investigación: Descripción del problema. Cuantitativo. Realidad problemática (cualitativo) Planteamiento del problema.	Identifica el tema de investigación, y realiza los criterios de fundamentación en ejemplos sobre problemas de investigación.	Con sentido crítico escoge el tema de investigación y redacta el planteamiento del problema.	El profesor expone con PPT sobre el tema, problema y planteamiento de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema.	Selecciona el título de la investigación y redacta el problema de investigación a partir de situaciones temáticas.
11	Problema de investigación: Formulación del problema y objetivos de la investigación.	Aplica los criterios adecuados para la formulación de los problemas y objetivos de investigación en ejemplos específicos.	Redacta con sentido crítico la formulación del problema y de los objetivos.	El profesor expone con PPT sobre criterios para formular problemas y objetivos. En grupo redacta problemas y objetivos.	Formula los problemas y objetivos de la investigación.
12	Justificación de la investigación.	Redacta la justificación tomando en cuenta sus diversos criterios.	Comparta la redacción de la justificación.	El profesor expone con PPT sobre el tema, problema y planteamiento de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema	Redacta la justificación del problema teniendo en cuenta la importancia y propósito de la investigación

UNIDAD III. EL TEMA Y PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

CAPACIDAD: Argumenta el marco teórico de la investigación que realiza.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
13	Marco teórico: antecedentes de la investigación: internacionales y nacionales. Bases teóricas y Definición de términos básicos. Enfoque cuantitativo.	Redacta los antecedentes internacionales y nacionales de acuerdo a las pautas señaladas.	Valora la importancia de los antecedentes revisados para incorporar en el marco teórico de la investigación.	El profesor expone con PPT los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y definición de términos básicos. En grupo los alumnos buscan antecedentes, bases teóricas y términos básicos.	Redacta los antecedentes de la investigación. Elabora un esquema de las Bases teóricas de cada variable.
14	Marco científico: marco referencial, marco teórico. (Enfoque cualitativo)	Construye el marco científico (referencial, y teórico).	Valora la importancia de redactar el marco científico en la investigación de enfoque cualitativo.	El profesor expone con PPT sobre el marco teórico, referencial, (enfoque cualitativo)	Redacta el marco referencial y teórico de la investigación.
15	Marco científico: marco histórico, marco legal (enfoque cualitativo).	Describe en forma preliminar el marco histórico, legal del tema seleccionado, para una investigación cualitativa.	Valora la importancia del marco histórico, legal del tema seleccionado para una investigación cualitativa.	El profesor expone con PPT el marco histórico, legal de la investigación. En grupo los alumnos analizan el planteamiento del problema.	Redacta el marco histórico y legal de la investigación.
16	EXAMEN PARCIAL				

UNIDAD IV: EL MARCO TEÓRICO

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (%) de influencia en el promedio del curso
Tarea académica (TA).	<i>Evaluación N° 1</i> Actividad personal sobre desarrollo de la Unidad I. <i>Evaluación N° 2</i> Actividad personal, sobre desarrollo de la Unidad II. <i>Evaluación N° 3</i> Actividad personal sobre desarrollo de la Unidad III. <i>Evaluación N° 4</i> Actividad personal, sobre desarrollo de la Unidad IV.	Lista de cotejo Ficha de observación Rúbrica	33.3%
Examen Parcial (EP)	Exposición del avance hasta la Unidad II (Capacidades).	Rúbrica para la exposición	33.3%
Examen final (EF)	Presentación y sustentación del avance de la investigación hasta el Marco Teórico.	Rúbrica para la sustentación.	33.3%
		Total	100%

7.2 Requisitos de aprobación

1º Asistencia: 70% o más.

2º Promedio de la asignatura: 11 ó más.

El promedio de la asignatura (PA) es el promedio simple de los tres rubros de evaluación:

$$PA = \frac{TA + EP + EF}{3}$$

Donde:

TA = Tarea Académica

EP = Examen Parcial

EF = Examen Final

Escala de calificación: Vigesimal. Toda fracción de 0.5 o más se considera como una unidad.

8. Bibliografía

8.1. Física

8.1.1 Bibliografía obligatoria

Bunge, M. (1972). *La investigación científica*. España: Ediciones. (Clásico) Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento*. México:

Editorial Litografica Ingramex. (Clásico)
 Roberto, S. y otros (2013). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Litografica Ingramex.

Perelló, Salvador (2009). *Metodología de la investigación social*. Madrid: Editorial DYKYNSON. (Clásico)

8.1.2 Bibliografía complementaria

Ander, E. (2001). *Métodos y técnicas de investigación social*. Argentina: Editorial Lumen. (Clásico)

Caballero, A. (2014). *Guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado*. Lima: Editorial Alen Caro.

Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill. (Clásico)

Pérez, G. (2007). *Investigación cualitativa*. Madrid: Editorial la Muralla. (Clásico) Piscoya, L. (1995). *Investigación científica y educacional*. Lima: Amaru editores.

(Clásico)

Salas, E. (2000). *Introducción a la investigación científica*. Lima: Editorial Tarea. (Clásico)

Salkind, N. (1999). *Métodos de la investigación*. Naucalpan de Juárez. Editorial Prentice Hall. (Clásico)

Tamayo, M. (1992). *El proceso de la investigación científica*. Bogotá: Noriega Editores. (Clásico)

8.2. Virtuales

<https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CCcQ6AEwAg#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false>. El proceso de investigación científica.

<https://books.google.com.pe/books?id=-XG4KMFNnP4C&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CC0Q6AEwAw#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false>. Metodología de la investigación científica y tecnológica.

https://books.google.com.pe/books?id=RH_v8jDiHIQC&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ei=XSaOVfCtHcqpNsvai3A&ved=0CDMQ6AEwBA#v=onepage&q=Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica&f=false. Metodología formal de la investigación científica.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO
HERRAMIENTAS DE DISEÑO PARA LA COMUNICACIÓN 2
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Herramientas de Diseño para la Comunicación 2
1.2 Requisito	:	Herramientas de Diseño para la Comunicación 1
1.3 Ciclo Académico	:	II
1.4 Periodo Académico	:	
1.5 Horas Académicas Semanales	:	5
Horas de Teoría	:	2
Horas de Práctica	:	3
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	96
Horas de Teoría	:	32
Horas de Práctica	:	64
1.7 Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

La asignatura tiene como objetivo enseñar al alumno las herramientas y programas del diseño gráfico para la creación periodística y comercial. De esta forma, el futuro periodista estará capacitado para diseñar revistas, afiches, infografías e ilustraciones, utilizando para el caso los programas Adobe Illustrator, Adobe Photoshop y Adobe Indesign.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I.- Uso de Adobe Illustrator para la elaboración de diseños vectoriales.
- Unidad II.- Retoque fotográfico y edición de imágenes aplicando Photoshop. Desarrolla una sesión fotográfica.
- Unidad III.- Maquetación en Indesign
- Unidad IV.- Realización de Producto impreso y digital.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Al completar la asignatura el estudiante elabora productos impresos y digitales de alta calidad profesional aplicando el uso de herramientas informáticas (Adobe Illustrator, Photoshop e Indesign)

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Elaborar un producto gráfico vectorial empleando Adobe Illustrator en forma profesional.
 Desarrollar el retoque fotográfico y la edición de imágenes en Adobe Photoshop bajo los estándares profesionales del mercado.

Elaborar la maquetación de un producto periodístico para formatos impresos y digitales empleando Adobe Indesign.

Realiza un producto impreso y digital bajo los estándares de calidad periodísticos.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Elabora un producto gráfica vectorial empleando Adobe Illustrator en forma profesional.						
UNIDAD: USO DE ADOBE ILLUSTRATOR PARA LA ELABORACIÓN DE DISEÑOS VECTORIALES.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	¿Qué es el diseño? ¿Para qué sirve el diseño gráfico? La comunicación visual.	Reconoce el entorno de trabajo del software Adobe Illustrator. Emplea las herramientas básicas de dibujo. Emplea el software.	Valora el diseño como actividad cotidiana. Aplica sin temor el programa para realizar dibujos vectoriales.	Revisa el contenido del sílabo. Analiza la información proporcionada por el docente. Realiza la primera práctica en el laboratorio de cómputo.	Participa en clase en forma activa expresando sus ideas asertivamente.
	2	Los procesos del diseño.	Utiliza la herramienta pluma para iniciar los trazos de dibujo vectorial.	Valora el dibujo vectorial y lo aplica en una gráfica.	Elabora un dibujo vectorial replicando una caricatura.	Participa en clase de forma activa. Resuelve en clase las prácticas correctamente.
	3	La composición y el uso de elementos planos. Conoce la forma, el contraste y el equilibrio.	Emplea Illustrator para elaborar un producto gráfico.	Reconoce en Illustrator una herramienta sencilla y útil para elaborar contenidos profesionales.	Analiza la definición de composición en el uso de elementos y planos. Analiza la información proporcionada por el docente. Práctica de laboratorio.	Participa en clase de forma activa. Resuelve las prácticas en clases correctamente con destreza, técnica y creatividad.
	4	Composición y teoría del color. El color, propiedades del círculo cromático, grupos de colores y psicología del color. Conoce los modos de color: RGB/CMYK/web colors.	Utiliza la herramienta degradado, muestras de color, definición de color. Elabora un logo.	Reconoce el color como elemento importante del diseño.	Realiza una composición con lo aprendido, usando la teoría del color. Tema: logotipos y sus variaciones de color.	Participa activamente en clase. Resuelve las prácticas en clase elaborando un resumen de los temas expuestos.

CAPACIDAD: Desarrollar el retoque fotográfico y la edición de imágenes en Adobe Photoshop bajo los estándares profesionales del mercado.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
5	¿Cómo trabaja Photoshop? Novedades en Photoshop Formatos de imagen. Modos de color, resolución y formatos de imagen.	Analiza e investiga el tratamiento de las imágenes y su correcto uso para los distintos soportes.	Valora la importancia del tratamiento de las imágenes en el diseño editorial.	El docente expone y compara las distintas imágenes en soportes diferentes.	Expone distintas imágenes y explica la resolución y los modos de color correcto para distintos soportes.
6	El entorno de Photoshop. Area de trabajo, barra de menú y estado. El panel y barra de herramientas. Ventana navegador, información, color e historia. Métodos alternativos para desplazar la vista de la imagen.	Aplica y utiliza correctamente las ventanas y paneles del área de trabajo de Photoshop.	Demuestra seguridad y reconoce los elementos de la interfaz gráfica de Photoshop	El docente muestra y explica la interfaz del programa con ayuda de diapositivas.	
7	Herramienta de selección. Marco, lazo, varita y selección personalizada. Máscaras de selección.	Aplica y utiliza correctamente las herramientas de selección para la edición de imágenes digitales.	Reconoce la importancia de las herramientas de selección para la composición y montaje.	El docente con ayuda de diapositivas, expone diferentes montajes y explica las herramienta de selección que se utilizaron	Diseña fotomontajes (composición visual)
8	Las capas: crear, modificar, superponer, visibilidad, mover, alinear, distribuir, bloquear y máscara de capas. El texto: caracter, párrafo, estilos, color y deformación de textos. Retoque digital: corrector, parche, tampón de clonar.	Estructura y manipula las capas para el tratamiento visual de material gráfico o digital. Analiza y relaciona distintos tipos y estilos de textos. Manipula y reconoce las herramientas de retoque digital.	Valora la importancia de las capas y el texto en Photoshop. Demuestra creatividad en el retoque y la restauración de imágenes digitales.	El docente muestra y explica el uso y las características de las capas con ayuda de diapositivas. Diseño digital con tipografías. Retoque digital.	Crea y diseña collages, textos publicitarios y restuara y aplica color en una imagen digital.
EXAMEN PARCIAL					

UNIDADII: RETOQUE FOTOGRAFICO Y EDICION DE IMAGENES APLICANDO ADOBE PHOTOSHOP. DESARROLLA UNA SESION FOTOGRAFICA.

CAPACIDAD: Elaborar la maquetación de un producto periodístico para formatos impresos y digitales empleando Adobe In Design.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	Definición del programa. Descripción del entorno de trabajo y la caja de herramientas. Operaciones básicas. Definición del sistema de medida, reglas, guías y creación de objetos.	Identifica el entorno de trabajo, elementos de la ventana. Reconoce las herramientas y crea objetos en la hora o mesa de trabajo. Crea archivos y organiza las ventanas. Transforma objetos. Rotación manual y con valores precisos.	Manifiesta interés por el desarrollo del programa creando dibujos de forma básica.	Presentación general de los aspectos más significativos del programa. El docente expone la descripción y utilidad del programa.	Describe los procesos para operar las herramientas interactivas y sus propiedades.
10	Manejo de las herramientas de texto.	Define la función texto y sus propiedades. Contornos, recortes y ajustes entre textos y gráficos. Creación y aplicación de estilos. Convertir textos a curvas.	Cuida los equipos de cómputo. Responsable en la entrega de sus prácticas.	El docente desarrolla situaciones con el manejo de textos. Resuelve una práctica.	Utiliza las herramientas de texto para la creación de papelerías gráficas. Emplea textos y objetos dentro del entorno de trabajo.
11	Diseño y añadido de página. Manejo y desarrollo de los modelos de color.	Añadir una página a un trabajo. Diseño de página. Armado de páginas maestras. Guías y reglas. Modelos de color. Contornos.	Comparte valores comunes trabajando en equipo.	El docente propone como tarea un conjunto de situaciones problemáticas. Desarrolla una práctica.	Manipula los diseños de manera adecuada. Utiliza los colores y opciones de fondo.
12	Exportación, formatos de documentos. Empaquetado de fuentes y gráficos. Impresión	Formatos: guardado de un documento. Compatibilidad con versiones anteriores y multiplataforma. Formatos para dispositivos de impresión. Empaquetado e impresión.	Reconoce en sí mismo que será capaz de crear variados diseños que le ayudarán en su desempeño personal y laboral.	El docente organiza a sus estudiantes en equipo y desarrolla situaciones problemáticas.	Utiliza las herramientas básicas para crear una revista de manera adecuada. Emplea los tipos de impresión con propiedad.

UNIDAD III: MAQUETACIÓN EN IN DESIGN.

CAPACIDAD: Realiza un producto impreso y digital bajo los estándares de calidad periodísticos.						
UNIDAD IV: REALIZACIÓN DE PRODUCTO IMPRESO Y DIGITAL.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	El diseño, reunión de los elementos y su importancia en la elaboración de un producto periodístico.	Maqueta su producto final, reuniendo los materiales recopilados. Emplea Illustrator, Photoshop e InDesign en la realización de su proyecto.	Manifiesta interés por el proyecto gráfico.	En laboratorio, elabora el contenido y lo transforma en un producto gráfico.	Elabora su proyecto final.
	14	El proyecto final, sus alcances y objetivos, la "echadura" como herramienta de pre impresión.	Revisa su diagramación y da los acabados necesarios para lograr el estándar de calidad profesional requerido.	Responsable en la entrega de su proyecto final.	El docente desarrolla situaciones con el manejo del software y acabados de la publicación	Utiliza las herramientas de edición y maquetación. Emplea los textos y objetos de manera adecuada dentro del entorno de trabajo.
	15	El proyecto integral, utilizando todos los programas de diseño editorial.	Integra todo el software aprendido para presentar los acabados de su proyecto final.	Comprende la relevancia de la realización de un producto gráfico para la sociedad.	Revisión de los acabados de la publicación.	Entrega su producto gráfico impreso y digital bajo los estándares de calidad profesional.
	16	EXAMEN FINAL				

7. EVALUACIÓN 7.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Trabajo grupal: <ul style="list-style-type: none"> - Presentación virtual, en Prezi u otro programa, con creatividad. - Exposición oral. - Idoneidad de respuestas a preguntas de estudiantes y del docente. - Calidad de preguntas a integrantes de otros grupos - Valores y actitudes puestas en manifiesto (incluyendo asistencia y puntualidad) Aplicación de la teoría.	Evaluación Unidad 1 Evaluación Unidad 2 Evaluación Unidad 3 Evaluación Unidad 4	33%
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
TOTAL			100%

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

Título: La Biblia del Diseñador Gráfico

Editorial: Macro

Año: 2013

País: Perú

Título: Retoque y edite imágenes con Photoshop CS6 - 1 Autor: Alejandro Marcas León

Editorial Macro Año: 2013 País Perú

Título: Fotografía digital y publicitaria con Photoshop CS6 - 2 Autor: Alejandro Marcas León

Editorial Macro Año: 2013 País Perú

Título: Indesign CS6

Autor: Francisco Paz Gonzalez

Editorial Anaya

Año: 2012

País: España

Título: Illustrator CS6 (Manual Imprescindible)
Autor: José María Delgado
Editorial Anaya
Año: 2012
País: España

Título: Illustrator CS6 (Guía Práctica)
Autor: Laura Apolonio
Editorial: Anaya
Año: 2012
País: España

8.2 Virtuales

<https://books.google.es/books?id=ONd8bOGOBsgC&pg=PP24&dq=INTERFAZ+DE+PHOTOSHOP&hl=es&sa=X&ei=g3SFVfyLPMqfgwT0voHICQ&ved=0CCYQ6AEwAQ#v=onepage&q=INTERFAZ%20DE%20PHOTOSHOP&f=false>

HERRAMIENTAS DE SELECCIÓN EN PHOTOSHOP

https://books.google.es/books?id=v_8UWRjktUIC&pg=PA102&dq=HERRAMIENTAS+DE+SELECCIÓN+EN+PHOTOSHOP&hl=es&sa=X&ei=tXSFVYbfFljsgwT4ooKACw&ved=0CDEQ6AEwAw#v=onepage&q=HERRAMIENTAS%20DE%20SELECCIÓN%20EN%20PHOTOSHOP&f=false

Capas en Photoshop

<http://books.google.com.pe/books?id=ONd8bOGOBsgC&printsec=frontcover&dq=Photoshop+cs6&hl=es&sa=X&ei=frfGU4H1CizIsASp74HwDw&ved=0CEkQ6AEwBjgK#v=onepage&q=Photoshop%20cs6&f=false>

Retoque y Correcciones Photoshop

<http://books.google.com.pe/books?id=MY--C9nuyuUC&printsec=frontcover&dq=Photoshop+cs6&hl=es&sa=X&ei=57PGU9SrEsbLsASV5oDwAg&ved=0CDcQ6AEwAw#v=onepage&q=Photoshop%20cs6&f=false>

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Comportamiento del Consumidor.
1.2	Requisito	:	
1.3	Ciclo Académico	:	II
1.4	Periodo Académico	:	2019-2
1.5	Horas Académicas Semanales	:	4
	Horas de Teoría	:	2
	Horas de Práctica	:	2
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	64
	Horas de Teoría	:	32
	Horas de Práctica	:	32
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA

La asignatura enseña a segmentar el mercado, a identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores, así como a conocer las técnicas de persuasión para influir en públicos específicos.

Comprende las siguientes unidades:

- Unidad I: Comportamiento del consumidor. Definiciones.
- Unidad II: Conociendo al consumidor.
- Unidad III: Segmentación del mercado.
- Unidad IV: Cultura y sociedad de consumo.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Conoce los diferentes aspectos y motivaciones que determinan el comportamiento del consumidor, desde el inicio del proceso de selección, hasta la adquisición de un producto o servicio. Asimismo, comprende la importancia de estudiar este comportamiento en distintas situaciones de consumo, para el diseño de estrategias de comunicación y marketing efectivas.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Conoce los conceptos del comportamiento desde la perspectiva del marketing y la forma cómo se construye la fidelidad del consumidor.

- Identifica los aspectos que determinan la conducta del consumidor en los procesos de compra y consumo.
- Maneja adecuadamente las variables tanto internas como externas que influyen en el comportamiento del consumidor.
- Comprende que las creencias, los valores, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y los hábitos adquiridos por los consumidores, influyen directamente sobre su comportamiento en una sociedad de consumo.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Conoce los conceptos del comportamiento desde la perspectiva del marketing y la forma cómo se construye la fidelidad del consumidor.						
UNIDAD I: Comportamiento del consumidor. Definiciones.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Conducta y comportamiento humano.	Conoce la diferencia entre conducta y comportamiento humano.	Relaciona la conducta y el comportamiento humano con el consumo.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce la conducta y el comportamiento en diversas situaciones.
	2	Definición de comportamiento del consumidor.	Comprende el concepto de comportamiento del consumidor.	Entiende que el comportamiento define el consumo humano.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el comportamiento define el mercado de consumo.
	3	Relación entre el comportamiento del consumidor y el marketing.	Comprende la importancia de la investigación del comportamiento del consumidor en el desarrollo de estrategias de Marketing.	Entiende que el estudio es fundamental para el desarrollo de estrategias de Marketing.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el Marketing puede influenciar en el comportamiento del consumidor.
	4	Teorías sobre el comportamiento del consumidor.	Conoce las teorías que definen científicamente el comportamiento del consumidor.	Valora la aplicación de las teorías en los comportamientos humanos.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que hay una razón científica para el estudio del comportamiento del consumidor.

CAPACIDAD: Identifica los aspectos que determinan la conducta del consumidor en los procesos de compra y consumo.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	Características de los consumidores y los clientes.	Reconoce las principales características que resaltan en el consumidor y en el cliente.	Identifica algunas de las características en su comportamiento de consumo.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el consumidor y el cliente tienen intereses diferenciados.
	Motivación del consumidor.	Comprende necesidades y los motivos del consumidor frente a la oferta del mercado.	Entiende que el comportamiento de los consumidores está relacionado con muchos aspectos de la vida.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el comportamiento del consumidor está influenciado por las motivaciones.
	Aprendizaje del consumidor.	Comprende la influencia que tiene el aprendizaje en el comportamiento del consumidor.	Relaciona el aprendizaje obtenido directa o indirectamente, con los hábitos de consumo.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el aprendizaje se obtiene conforme vaya adquiriendo experiencia de consumo.
	Proceso de compra.	Comprende de qué manera los consumidores deciden si prueban o adquieren un producto o servicio.	Descubre que el consumo es una conducta que está ligada a un proceso establecido.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que la toma de decisiones, afecta los resultados del proceso de compra.
EXAMEN PARCIAL					

UNIDAD II: Conociendo al consumidor.

CAPACIDAD: Maneja adecuadamente las variables tanto internas como externas que influyen en el comportamiento del consumidor.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	Beneficios de la segmentación de mercados.	Comprende la importancia de identificar las necesidades similares de los diferentes consumidores.	Asume que las necesidades propician una segmentación ajustada.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce la importancia de la Investigación de Mercados.
10	Variables para la segmentación.	Conoce los atributos que le corresponden a los consumidores y que permiten la segmentación.	Identifica las distintas formas de segmentación de mercados.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce cuales son las variables que corresponden a su entorno.
11	El mercado meta.	Identifica cuáles son los atributos que tienen los diferentes segmentos y si se acercan más a los mercados de consumo.	Valora el interés de las marcas por encontrar un mercado idóneo.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Conoce que existen mercados metas.
12	Percepción y riesgo del consumidor.	Comprende que la percepción es parte del proceso de consumo y que el riesgo es inherente a la actividad de selección.	Identifica las percepciones y los riesgos a los que está expuesto el consumidor.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Conoce que el consumo se debe a la percepción que se tiene del producto o servicio.

UNIDAD III: Segmentación del mercado.

UNIDAD IV: Cultura y sociedad de consumo.	CAPACIDAD: Comprende que las creencias, los valores, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y los hábitos adquiridos por los consumidores, influyen directamente sobre su comportamiento en una sociedad de consumo.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	3	Cultura y comportamiento del consumidor.	Entiende que la cultura y el ámbito donde se desenvuelve un consumidor, influyen en su comportamiento.	Identifica los atributos culturales que activan su decisión de consumo.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que la cultura forma parte del comportamiento del consumidor.
	4	Estilos de vida y grupos sociales.	Estudia diferentes estilos de vida y el diseño de estrategias de marketing.	Comprende los diferentes estilos de vida y su relación con el comportamiento del consumidor.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que los estilos de vida y grupos sociales, determinan los gustos por uno u otro consumo.
	5	Psicromarketing.	Conoce la importancia de su estudio, para conocer las normas que guían el comportamiento del consumidor.	Valora a la ciencia y a su campo de estudio más específico.	Uso de multimedia, videos y gráficos. Internet. Material de lectura. Ejercicios prácticos.	Reconoce que el cerebro es el que define el comportamiento del consumidor.
	6	EXAMEN FINAL				

6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Identifica su comportamiento frente al consumo.	Evaluación Unidad 1	33%
	Simula un proceso de compra.	Evaluación Unidad 2	
	Identifica las necesidades de consumo de su entorno.	Evaluación Unidad 3	
	Presentación proyecto final.	Evaluación Unidad 4	
Examen Parcial (EP)	Definiciones de consumo y consumidor.	Prueba escrita	33%
Examen Final (EF)	Definiciones de segmento y cultura.	Prueba escrita	33%
TOTAL			100%

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas :

Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. Comportamiento del consumidor. ESIC Editorial. Madrid. 2010.

Arellano, Rolando. Al medio hay sitio. El crecimiento social según los Estilos de Vida. Perú. Editorial Planeta Perú S.A. 2010.

Bonet, A., Deza M., Delgado J. y Fernández R. El nuevo consumidor digital: el cubo Noriso. Editorial Círculo Rojo, 2015.

Hawkins, Best y Coney. Comportamiento del Consumidor. Colombia. 2004.

Kotler P. y Amstron G. Marketing. Pearson Prentice Hall. España. 2008.

Lindstrom, M. Brandwashed, Titivillus. 2011.

Mullins J. y Walker O. Administración de Marketing. MacGraw Hill. México. 2007.

Shiffman L. y Kanuk L. Comportamiento del Consumidor. Pearson Educación. México. 2010.

Solomon, Michael R. Comportamiento del consumidor. Séptima edición. Pearson Educación. México. 2008.

Vildósola Basay, M. Comportamiento del consumidor. UNMSM - Fondo Editorial. Lima. 2011.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO

DEONTOLOGÍA AUDIOVISUAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Deontología Audiovisual
1.2	Requisito	:	
1.3	Ciclo Académico	:	II
1.4	Período Académico	:	
1.5	Horas Académicas Semanales	:	4
	Horas de Teoría	:	2
	Horas de Práctica	:	2
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	64
	Horas de Teoría	:	32
	Horas de Práctica	:	32
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA:

La asignatura promueve un comportamiento profesional con sentido ético en el campo de los medios audiovisuales. Comprende temas relativos a la ética, a la deontología y la axiología se analiza críticamente los problemas y dilemas éticos en la comunicación Audiovisual.

Comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

- **Unidad I:** La ética, moral y deontología: Historia, fundamentos éticos definición e importancia, para su aplicación en los trabajos de producción de los medios de comunicación audiovisual.
- **Unidad II:** Los valores, construcción de escala de valores, axiología y su aplicación en los Medios de Comunicación Audiovisuales. Críticas y consecuencias sobre el trabajo de los Medios de Comunicación Audiovisual.

- **Unidad III:** La deontología y su aplicación en los Medios de Comunicación Audiovisual (radio, televisión, prensa y medios digitales. Conocer los desafíos éticos que afectan a la comunicación audiovisual.
- **Unidad IV:** La deontología y la responsabilidad social de la comunicación Audiovisual y a los mecanismos éticos de regulación y autorregulación. autonomía y criterio como para discernir entre prácticas que enriquecen o menoscaban la profesionalidad.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Conoce las teorías éticas y deontológicas, para analizar los métodos y problemas de la comunicación audiovisual, así como su lenguaje, adquiriendo la capacidad para asumir el liderazgo en proyectos de comunicación audiovisual, gestionándolos eficazmente y asumiendo los principios de responsabilidad social, tomando como base la libertad de expresión y de información, en bien de la sociedad.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Define y establece el estudio de la ética, moral y deontología en los Medios de Comunicación Audiovisual.

Analiza y aplica los valores y la axiología en los medios audiovisuales, para conocer y manejar los desafíos éticos que afectan a la comunicación audiovisual.

Establece los problemas y desafíos que se presentan en la radio, televisión, prensa y medios digitales, así como el uso ético y jurídico de los responsables de contenidos audiovisuales (guionista, director, realizador y productor).

Mantiene y comprende la importancia de los deberes para con nuestra sociedad, con conocimiento de los fundamentos de los derechos humanos y principios éticos, con criterio de colaboración y solidaridad, en los Medios de Comunicación Audiovisual.

CONTENIDOS

UNIDAD I: HISTORIA Y FUNDAMENTOS DE LA ÉTICA, MORAL Y DEONTOLOGÍA					
CAPACIDAD: Define y establece el estudio de la ética, moral y deontología en los Medios de Comunicación Audiovisual.					
Sem	Contenidos conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje	Indicadores de logro
1	Definición e importancia de la ética. Objeto de estudio. División de la ética. La ética como ciencia teórica y la ética como ciencia práctica Definición y fundamentos de la moral y la deontología. Características e importancia	Desarrolla fundamentos de la Ética, la moral y la deontología con los trabajos de producción audiovisual.	Analiza la importancia de la ética y la deontología y su aporte a la sociedad.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Fomenta el diálogo con participación de los alumnos. Análisis de videos relacionados con el tema.	El alumno define la ética, la moral y la deontología. Define los objetivos, alcances y exigencias deontológicas dentro de la comunicación audiovisual.
2	La ética y su relación con las otras ciencias. Evolución de la ética, la moral y la deontología profesional.	Establece la relación de la ética con otras ciencias. Desarrolla una reseña histórica y la evolución de la ética, la moral y la deontología. Fomenta el estudio de las teorías éticas y aplicación al campo del trabajo audiovisual.	Establece la importancia de ética, la moral y la deontología y trascendencia en los trabajos audiovisuales.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT) y proyección de videos.	Los alumnos hacen una reseña histórica de la ética, moral y deontología, haciendo un reconocimiento de los cambios de la sociedad y los retos dentro de la profesión.
3	La deontología profesional y su aplicación en el campo del trabajo audiovisual. Tratamientos estereotipados en la comunicación audiovisual: tipología, particularidades, riesgos y consecuencias.	Define a la deontología como base fundamental para la profesión y el trabajo audiovisual. Sus características y usos, teniendo en cuenta la cultura y costumbres en una sociedad.	Analiza la importancia de la deontología dentro de los medios de comunicación, para el manejo trabajos audiovisuales, teniendo en cuenta las características de la sociedad	El docente expone el tema, con ayuda de (PPT) y videos casuísticos. Fomenta el análisis de casos y sus consecuencias.	Los estudiantes, analizan y detectan casos sobre faltas éticas y deontológicas en medios de comunicación, los mismos que son expuestos, manejando las teorías aprendidas.

4	La virtualidad de la deontología profesional en los medios de comunicación audiovisual. El desvanecimiento de la deontología en el ejercicio de la profesión.	Establece los beneficios con sentido humanizador de la aplicación de los principios deontológicos dentro de una sociedad democrática, con carencia de valores.	Analiza e interioriza la aplicación de la deontología en la profesión, con sentido social y utilitario.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Recomienda lecturas.	Los estudiantes detectan problemas y virtudes en producciones audiovisuales ya existentes, manejando sus propios conceptos definidos.
---	--	--	---	---	---

UNIDAD II: LOS VALORES, LA AXIOLOGÍA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL					
CAPACIDAD: Analiza y aplica los valores y la axiología en los medios audiovisuales, para conocer y manejar los desafíos éticos que afectan a la comunicación audiovisual.					
Sem	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje	Indicadores de logro
5	La axiología. Conceptos y características. Axiología desde la moral Axiología desde la ética.	Define y analiza las características de la axiología.	Revisa las teorías éticas, axiológicas y deontológicas y la aplicación de los mismos.	El docente expone el tema con ayuda del (PPT). Fomenta el diálogo y la participación de los alumnos.	Los estudiantes muestran el manejo de las teorías éticas y la importancia de la axiología en los trabajos de producción audiovisual.
6	La deontología y axiología informativa. Origen e importancia de las fuentes del conocimiento.				
7	Campo profesional de la comunicación y su enfoque axiológico. Axiología y deontología en medios de comunicación audiovisual	Analiza los principios deontológicos y la axiología su aplicación en el ejercicio de la profesión de la comunicación audiovisual, sus contenidos, mensajes, gráficos etc.	Aprecia el respeto de los profesionales al cumplimiento deontológico.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Plenario. Análisis de videos relacionados con el tema.	Los estudiantes exponen sus trabajos efectuados de manera grupal, respecto al tema tratado. Establecen si los valores establecidos por la axiología son respetados
8	Principios axiológicos y deontológicos del profesional.				
EXAMEN PARCIAL					

UNIDAD III: LA DEONTOLOGÍA Y SU APLICACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO, TELEVISIÓN, PRENSA Y MEDIOS DIGITALES)

CAPACIDAD: Establece los problemas y desafíos que se presentan en la radio, televisión, prensa y medios digitales, así como el uso ético y jurídico de los responsables de contenidos audiovisuales (guionista, director, realizador y productor etc.).

Sem.	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje	Indicadores de logro
9	Los dilemas éticos y deontológicos en los medios de comunicación audiovisual. Exposición de casos, ejemplos.	Interpreta los dilemas éticos y deontológicos que suelen presentarse en el ejercicio de la producción audiovisual.	Analiza e interpreta los dilemas éticos que se presentan en los medios de comunicación audiovisual.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Presentación de videos relacionados con el tema. Se revisan los trabajos efectuados por equipos.	Toma conciencia sobre los dilemas éticos en los trabajos audiovisuales. Analiza casos y los expone de manera grupal
10	La ética y la deontología en la radio, televisión y cine. La ética y la deontología en ta prensa , fotografía y publicidad La ética y la deontología en medios digitales.	Examina el tratamiento de la información en los medios de comunicación audiovisual.	Incentiva el análisis crítico del contenido de los medios de comunicación audiovisual.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Análisis de videos relacionados con el tema.	Elabora un cuadro comparativo sobre los manejos de la información de contenidos audiovisuales.

11	<p>La ética y deontología en la libertad de expresión y libertad de prensa</p> <p>Límites y dimensión en la libertad expresión y libertad de prensa.</p>	<p>Hace un recuento sobre la libertad expresión y libertad de prensa, significado, límites y dimensión ética</p>	<p>Reflexiona y valora la utilidad de la libertad expresión y libertad de prensa, en el ejercicio de la profesión, para el desarrollo de las sociedades</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Análisis de videos relacionados con el tema.</p>	<p>El estudiante elabora un análisis sobre la libertad de expresión y libertad de prensa, en los medios de comunicación.</p>
12	<p>El rol de los comunicadores sociales en las producciones audiovisuales.</p> <p>El manejo de ética y deontología en los comunicadores y trabajos audiovisuales.</p>	<p>Explica los alcances éticos de los comunicadores en la elaboración los trabajos audiovisuales Analiza las faltas éticas en los medios de comunicación audiovisual.</p>	<p>Reflexiona sobre el tema, y su implicancia e impacto en la sociedad</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Análisis de texto.</p>	<p>El estudiante elabora y expone un trabajo de investigación sobre el tema.</p>

UNIDAD IV LA DEONTOLOGÍA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CAPACIDAD: Mantiene y comprende la importancia de los deberes para con nuestra sociedad, con conocimiento de los fundamentos de los derechos humanos y principios éticos, con criterio de colaboración y solidaridad, en los medios de comunicación audiovisual.

Sem	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje	Indicadores de logro
13	Problemática sobre globalización de la información y comunicación, en el manejo de producciones audiovisuales. El uso de criterios éticos para el respeto de los fundamentales de la persona.	Analiza con rigor el problema de la globalización, donde está inmerso el mundo de la información, la tecnología y el conocimiento.	Valora la importancia de la ética para el respeto de los derechos humanos y el buen manejo de la tecnología e información.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Lectura y análisis de textos relacionados con el tema.	Los reconocen los derechos fundamentales y principios éticos para su aplicación en los trabajos audiovisuales. Expone sus conceptos y apreciaciones.
14	La función responsable de los comunicadores en la producción de trabajos audiovisuales. Las censuras jurídicas.	Desarrolla el rol de los comunicadores, bajo el uso de principios deontológicos para la realización de proyectos de producciones audiovisuales	Valora la importancia del rol del comunicador social, responsable de las producciones audiovisuales.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Incentiva el debate y expone casos.	Los alumnos recopilan información sobre antecedentes con censuras jurídicas. Exponen los casos
15	Desafíos para la comunicación audiovisual. El trabajo de responsabilidad social frente a un colectivo, llamado sociedad.	Desarrolla y establece el rol del comunicador, para la ejecución de su responsabilidad social dentro de la sociedad.	Reflexiona sobre las consecuencias de las faltas éticas y su inoperancia dentro del trabajo de responsabilidad social.	El docente expone el tema con ayuda de (PPT). Análisis de videos relacionados con el tema.	Los alumnos entregan propuestas para la ejecución de un trabajo con responsabilidad social
16	EXAMEN FINAL				

5. EVALUACIÓN

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de Evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tareas Académicas (TA)	Trabajo y Exposición grupal Idoneidad de respuestas a preguntas de estudiantes y del docente. Calidad de preguntas a integrantes de otros grupos. Monografía personal. Análisis de casos.	Evaluación Unidad 1 Evaluación Unidad 2 Evaluación Unidad 3 Evaluación Unidad 4	33%
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje.	Prueba escrita	33%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación de competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
TOTAL			100%

6. BIBLIOGRAFIA

- Aznar, H. (1999). *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona, España: Paidós Ibérica.
- Aznar, H. (2017). *Comunicación responsable: deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, España: Ariel.
- Arendt, H. (2017). *Verdad y mentira en la política*. Bogotá, Colombia: Página indómita.
- Barroso A. Códigos deontológicos de los medios de comunicación. Ediciones Paulina, Ed. Verbo Divino, España, 1984
- Berrocal, S. (2016). (coord.). *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación*. S.L.: Tirant lo Blanch.
- Bonete, E. (2017). *Ética de la comunicación audiovisual. Materiales para una ética mediática*. Bogotá, Colombia: Tecnos.
- Brajnovic, L. Deontología Periodística, S.A. EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra, 1977
- Cortina, A. (2018). *Para qué sirve realmente la ética*. Barcelona, España: Paidós.
- Escobar V, (1992). *Ética. Introducción a su problemática y su historia*. McGraw-Hill, México.
- Fronzizi, R (1996). *¿Qué son los valores?* Breviarios FCE, México.
- Gallo A. (2006). *Introducción a los Valores*, Guatemala.
- Gozálvez, V. & Conill, J. (2018). *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Madrid, España: Gedisa.

López T, María del Mar (2008). *Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, televisión y cine*. Universidad Complutense de Madrid.

Matelski, M. (2016). *Ética en los informativos de televisión*. Madrid, España: Instituto Oficial de Radiotelevisión Española.

Sontag, S. (2018). *Ante el dolor de los demás*. Barcelona, España: Círculo de Lectores.

Terrones Negrete, E (2000). *Periodismo y deontológico*. A.F.A. Editores Importadores. S.A., Lima.

- La ética en los multimedios de comunicación.

Imprenta BASIGRAF. 1ª. Edición, Lima, 2008

- Cien códigos de ética periodística. Universidad Jaime Bausate y Meza. Lima. 2009.

Vásquez Fernández, F (1991). *Ética y deontología de la información*. Editorial Paraninfo, S.A., Madrid.

Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama.2000

Bibliografía Virtual

ww.academiaperiodismo.org.a

r/etica/eticayperiodismo

http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/7923/1/La%20autorregulaci%C3%B3n%20deontol%C3%B3gica%20de%20los%20medios%20a%20trav%C3%A9s%20del%20Consejo%20de%20Prensa_Tesis_Serrano%20Moreno%2C%20Juan.pdf

<https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/oficinas/oce/archivos/ficheros/planesdocentes/Biblioteconomia/audivisual/101966.pdf>

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO INGLÉS BÁSICO 2

Código:

1 DATOS GENERALES

1.1 Asignatura	:	Inglés Básico 2
1.2 Requisito	:	Inglés Básico 1
1.3 Ciclo Académico	:	II
1.4 Periodo Académico	:	
1.5 Horas Académicas Semanales	:	6
Horas de Teoría	:	2
Horas de Práctica	:	4
1.6 Horas Lectivas Semestrales	:	96
Horas de Teoría	:	32
Horas de Práctica	:	64
1.7 Créditos Académicos	:	4

2 SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Formación Profesional General del plan de estudios, es de carácter teórico práctico y tiene como propósito brindar a los alumnos las estructuras básicas de la lengua que permiten construir un discurso sencillo sobre temas cotidianos para satisfacer necesidades de tipo básica e inmediata. El estudiante desarrollará funciones del idioma y se expresará sobre personajes importantes en la historia del mundo, atracciones turísticas y vacaciones.

Comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

- **Unidad I:** Ciudades del mundo y costumbres.
- **Unidad II:** El clima y nosotros.
- **Unidad III:** Memorias y hechos del pasado
- **Unidad IV:** Producto periodístico.

3 COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Comprende textos orales y escritos en un nivel básico de la lengua inglesa, expresándose con claridad y propiedad en cada situación comunicativa. El estudiante puede redactar textos cortos, mensajes, cartas. Así como brindar información cuando se le solicite.

4 CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Expresa rutinas utilizando los MODAL VERBS y el tiempo presente simple.

- Compara ciudades y pueblos con la ayuda de adjetivos organizando la información en listas, textos narrativos y oraciones.
- Compara hechos sobre el clima, comidas y prendas de vestir.
- Utiliza el tiempo pasado para expresar sus ideas.

5 PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: CIUDADES DEL MUNDO Y COSTUMBRES.	CAPACIDAD					
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Expresa rutinas utilizando los MODAL VERBS y el tiempo presente simple. ➤ Compara ciudades y pueblos con la ayuda de adjetivos organizando la información en listas, textos narrativos y oraciones. 					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Preposiciones de movimiento.	Describe algún hecho, costumbre o ciudad.	Se interesa por conocer el mundo a su alrededor.	Descripción de imágenes Uso de videos y multimedia	Redacta textos describiendo algún hecho o costumbre.
	2	Adjetivos comparativos Compara medios de transporte y viviendas.	Compara lugares	Respeto las ideas de sus compañeros.	Redacción de un texto. Uso de videos y multimedia	Redacta oraciones comparando lugares y medios de transporte.
3	Modals: CAN/CAN'T, COULD,	Pide un favor y los realiza también.	Se muestra atento ante las intervenciones de sus compañeros.	Elaboración de diálogos. Uso de videos y multimedia	Utiliza los modal verbs para solicitar un favor	
4	Modals: HAVE TO, MUST/ MUSTN'T	Brinda consejo y los solicita también.	Valora y respeta los consejos que puedan darle sus compañeros.	Descripción oral y escrita de sus habilidades	Utiliza los modal verbs para solicitar un favor.	

UNIDAD II: EL CLIMA Y NOSOTROS.	CAPACIDAD					
	➤ Compara hechos sobre el clima, comidas y prendas de vestir.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Presente Progresivo	Describe lugares y actividades que se encuentran ejecución en el momento de nárralas	Respeto y valora diversas expresiones.	Elaboración de diálogos. Uso de videos y multimedia	
	6	Comparación del presente simple con el Presente Progresivo	Compara e identifica el tiempo presente simple y el tiempo presente progresivo.	Comparte experiencias con sus compañeros	Elabora cuadros comparativos. Uso de video y multimedia	identifica el uso adecuado del tiempo presente simple y el progresivo
	7	Uso de CAN/ CAN'T; MUST/ MUSTN'T	Identifica lugares en un centro comercial. Practica vocabulario sobre prendas de vestir, comidas y bebidas. Compara tipos de clima.	Comparte experiencias sobre visitas a un centro comercial.	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Redacta oraciones utilizando CAN , CAN'T, MUST, MUSTN'T
8	Pronombres	Utiliza correctamente los pronombres en textos	Se interesa por brindar información sobre el clima en otras lugares	Lectura y comprensión de textos cortos	Redacta emails informales	
EXAMEN PARCIAL						

UNIDAD III: MEMORIAS Y HECHOS DEL PASADO	CAPACIDAD ➤ Utiliza el tiempo pasado para expresar sus ideas.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Tiempo pasado WAS/WERE Verbo HAD	Redacta oraciones utilizando el tiempo pasado	Respeto y valora opiniones. Comparte	Uso de separatas u otros como medio de práctica. Uso de video y multimedia	Se expresa a través de diálogos utilizando el tiempo pasado.
	10	Simple Past	Redacta oraciones utilizando el tiempo pasado	Valora Civilizaciones pasadas	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Se expresa a través de diálogos utilizando el tiempo pasado.
	11	Uso de COULD	Comparte sus ideas sobre sus memorias.	Respeto y valora opiniones.	Desarrollo de ejercicios gramaticales Uso de video y multimedia	Utiliza el verbo HAD en textos cortos. Utiliza el modal COULD en oraciones.
12	Pasado Simple: verbos regulares e irregulares	Comenta sobre estilos de vida del pasado	Se interesa por brindar información sobre diferentes estilos de vida.	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Expresa sus ideas tomando en cuenta el tiempo pasado y los verbos.	

UNIDAD IV: PRODUCTO PERIODISTICO	CAPACIDAD ➤ Utiliza los tiempos y las estructuras correctas para expresar sus ideas.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Temas desarrollados en el curso en especial los referido a los de la profesión	Identifica los temas tratados de mayor relevancia en su profesión y Expone su producto utilizando variedad de medios	Se interesa por brindar información sobre el tema. Respeta y valora diversas expresiones.	Trabajo en equipo para el desarrollo del producto periodístico a ser presentado	Presentación del producto con confianza y conocimiento de forma clara, expresiva y contacto visual.
	14					
	15					
16	EVALUACIÓN FINAL					

UNIDAD IV: PERSONAJES QUE CONTRIBUYERON AL DESARROLLO DEL MUNDO	CAPACIDAD					
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Describe hechos importantes de personajes famosos de la historia del mundo, utilizando estructuras del tiempo pasado. ➤ Redacta información sobre desastres naturales, utilizando el tiempo presente perfecto. 					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Uso del tiempo pasado: verbos regulares e irregulares Formulación de preguntas en pasado.	Personajes históricos	Respeto a personajes famosos de su localidad.	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Utiliza adecuadamente los verbos regulares e irregulares.
	14	Conectores: BECAUSE, SO AND, TOO, ALSO, BUT	Lectura de fechas. Hechos del pasado	Respeto y valora opiniones.	Uso de separatas u otros como medio de práctica. Uso de video y multimedia	Redacta oraciones utilizando conectores.
15	Tiempo presente perfecto. Uso de YET, ALREADY, SINCE, FOR, EVER, NEVER Uso del tiempo presente perfecto comparado con el tiempo pasado. Uso de HAVE BEEN / HAVE GONE Formación de adjetivos con terminaciones ING / ED	Vocabulario sobre desastres naturales. Sugerencias sobre preferencias.	Valora la organización y ayuda mutua en casos de desastre la naturales Se interesa por brindar información sobre preferencias.	Desarrollo de ejercicios gramaticales Uso de video y multimedia Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Redacta textos cortos sobre desastres naturales. Redacta oraciones comparando ambos tiempos	
16	EXAMEN FINAL					

6 EVALUACIÓN

6.1 Rubros.

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	.Group conversation. . Writing skills. . Individual expositions. . Video activities.	Evaluación Unidad 1 Evaluación Unidad 2 Evaluación Unidad 3 Evaluación Unidad 4	33%
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33%
TOTAL			100%

6.2 Requisitos de aprobación

1° Asistencia: 70% o más

2° Promedio de la asignatura: 11 o más

El promedio de asignatura (PA) es el promedio simple de los tres rubros de evaluación:

$$PA = \frac{TA + EP + EF}{3}$$

Donde:

TA = Tarea Académica

EP= Examen Parcial

EF= Examen Final

7 BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas

Evans, V., Dooley, J. (2014). I-Discover 2. EEUU: Express Publishing.
Bonner, M. (2012). Basic Focus on Grammar. New York: Longman
Terrones, E. (2010). Diccionario de Inglés para periodistas. Lima: Editores Importadores S.A.
Merriam Webster (2016). Diccionario Español Inglés. EEUU: Merriam-Webster Inc.

7.2 Virtuales

- Curso-Ingles.com. Recuperado de: <http://www.curso-ingles.com/gramatica-inglesa/psimple.php>

- Englishpage.com. Recuperado de: <http://www.englishpage.com/verbpage/simplepresent.html>
- Inglés sencillo.com. Recuperado de: <http://www.inglessencillo.com/presente-simple>
- My English pages. Recuperado de: http://www.myenglishpages.com/site_php_files/grammar-exercise-simple-past.php
- Agenda web. Recuperado de: http://www.agendaweb.org/verbs/past_simple-exercises.html
- English Grammar Online. Recuperado de: <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/simple-past>
- English Grammar Online. Recuperado de: <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/present-progressive/form/exercises?form02>
- Really, Learn English. Recuperado de: <http://www.really-learn-english.com/present-progressive-exercises.html>
- Englisch Hilfen.de. Recuperado de : http://www.englisch-hilfen.de/en/exercises/tenses/present_progressive_mix.htm