



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO

TALLER DE EXPRESIÓN ORAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Taller de Expresión Oral
1.2	Pre Requisito	:	
1.3	Ciclo Académico	:	III
1.4	Periodo 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

TALLER DE EXPRESIÓN ORAL

La asignatura tiene como objetivo lograr que los estudiantes desarrollen una expresión oral correcta, clara y funcional. Por un lado, aprende cómo construir un discurso lógico y, por otro, perfecciona su expresión oral, mediante el uso de técnicas de voz propias de la locución y la oratoria.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Reconoce, selecciona y aplica los conocimientos, habilidades, actitudes y contenidos éticos para realizar eficiente comunicación oral con el propósito de convencer por medio de la palabra para el ejercicio de su carrera profesional y personal.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Unidad 1:

Introducción a la comunicación y habilidades sociales.

Unidad 2:

El discurso y lenguaje corporal en el auditorio.

Unidad 3:

El líder como maestro de ceremonias.

Unidad 4:

La expresión oral en la exposición académica.



5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

		CAPACIDAD:				
		Identifica la importancia de la comunicación y habilidades sociales en las relaciones interpersonales.				
UNIDAD I: Introducción a la comunicación y habilidades sociales.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Introducción a la Comunicación. La comunicación y sus elementos.	Conoce el proceso de comunicación.	Valora la importancia de comprender el proceso de comunicación.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Aplicar de forma correcta el manejo del proceso de la comunicación.
	2	El uso de la palabra en el proceso comunicativo.	Conocer la importancia del uso de la palabra en las actividades académicas y relaciones interpersonales.	Valora la importancia del uso de la palabra en la intervención académica y relaciones interpersonales.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Aplicar técnicas en el uso de la palabra en público.
	3	Estilos y técnicas de comunicación efectiva. Estrategias en la exposición.	Aplica las estrategias para el desarrollo adecuado en la exposición.	Valora la importancia de las estrategias en el desarrollo de exposición.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Aplicar las estrategias en el desarrollo de comunicación efectiva.
	4	Proactividad, asertividad y empatía.	Conoce los beneficios de las habilidades sociales.	Valorar las habilidades sociales para las relaciones interpersonales.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra.	Aplicar la forma adecuada en las habilidades sociales.



CAPACIDAD:					
Reconoce el manejo del discurso y lenguaje corporal en su desempeño en el auditorio.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
5	El discurso, estructura.	Conoce los mejores discursos de la historia.	Valora el contenido de los diversos discursos en la historia.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Identifica el propósito y la estructura del discurso.
6	Estilos discursivos. Tipos de discursos.	Elabora, ensaya y expone el discurso.	Actitud para la elaboración de mensajes en el discurso.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Redacta discursos con propósito de capacidad comunicativa.
7	La expresión facial y corporal	Identifica el uso de técnicas como ejercicios de expresión corporal.	Valora la importancia de las técnicas adecuadas de la expresión gestual y corporal.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Aplica técnicas en el manejo de la expresión gestual y corporal.
8	El auditorio. Tipos de auditorio.	Conoce el concepto de auditorio y los tipos para el buen manejo comunicativo.	Razona en torno a la aplicación del concepto de auditorio.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entiende el auditorio y la interacción social.
EXAMEN PARCIAL					

UNIDAD II: El discurso y lenguaje corporal en el auditorio.



CAPACIDAD:					
Conoce ser líder como maestro de ceremonias en diversos eventos.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	El Líder. Características y cualidades.	Conoce el concepto líder para mejorar las relaciones interpersonales.	Valora el ejercicio del líder en la relación personal y profesional.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Identifica los puntos aplicables al líder y el manejo de liderazgo en el entorno.
10	El autoestima y características.	Conoce el concepto de autoestima y crea conciencia de la forma de vivir bien.	Valora a la autoestima para sentirse bien para su vida misma.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Identifica las características de la autoestima para su desarrollo personal y profesional.
11	El maestro de ceremonias.	Aplica las estrategias de maestro de ceremonias en los eventos.	Actitud para la elaboración de mensajes en los eventos.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Entiende el rol del maestro de ceremonias en un evento.
12	Conducción de evento.	Reconoce el protocolo como base para la conducción de eventos.	Aprueba el protocolo como herramienta para la conducción de eventos.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de	Identifica las características del protocolo y el manejo del evento.

UNIDAD III: El líder como maestro de ceremonias.



CAPACIDAD:					
Identifica la importancia de la expresión oral para una eficiente exposición académica.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
13	La expresión oral. Habilidades de un expositor.	Conoce el concepto de expresión oral en su transmisión de ideas y conceptos.	Visualiza y valora la importancia de la expresión oral.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Entiende la importancia del éxito de la expresión oral en las actividades académicas.
14	Como planificar una exposición.	Aplica la realización de planificación en la exposición.	Reflexiona y analiza sobre la importancia de la planificación en la exposición.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Identifica la recopilación de ideas y de soporte para una exposición.
15	La voz en la exposición.	Presenta su proyecto final práctico operativo.	Valora la importancia de la voz como elemento fundamental en la exposición.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casos pertinentes.	Identifica las estrategias adecuadas para el cuidado de la voz en la presentación de exposición.
16	EXAMEN FINAL				

UNIDAD IV: La expresión oral en la exposición académica.



EVALUACIÓN

5.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de Evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Desarrollo de trabajos de clase	Material usado trabajo de investigación	40%
	Exposición de material grupal y personal	Trabajo y exposición	
Examen Parcial (EP)	Prueba escrita	Prueba escrita	30%
Examen Final (EF)	Proyecto final y examen	Prueba escrita y calidad del proyecto	30%
TOTAL			100%

6. BIBLIOGRAFÍA

- CLAVO OCHOA, Carlos: "Los Fundamentos de la Expresión oral", Lima, 1992.
- FOVIDA: "Módulo 1 Liderazgo y desarrollo humano", Lima, Junio 2003.
- FOVIDA: "Modulo 3 Liderazgo y resolución de conflictos", Lima, Mayo 2003.
- ENCINAS ARANA, Sara: "Habilidades Sociales para los Jóvenes", CEAPAZ, Lima, 1era. edición: Diciembre del 2002.
- FISCHMAN, David: "El Líder Transformador I" UPC, Lima, 2005.
- FISCHMAN, David: "El Líder Transformador II" UPC, Lima, 2005.
- FISCHMAN, David: "El Líder Interior" UPC, Lima, 2005.



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO
MARKETING Y PUBLICIDAD
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Marketing y Publicidad
1.2	Pre Requisito	:	Comportamiento del Consumidor
1.3	Ciclo Académico	:	III
1.4	Periodo 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

El curso Taller de Marketing y Publicidad es una asignatura de Formación Profesional Especializada, de naturaleza teórica-práctico, que expone los principios del marketing y la publicidad, facilitándole al estudiante los conocimientos necesarios y aplicarlos en la elaboración de proyectos publicitarios en el campo de las Comunicaciones. Los temas son: Introducción al Marketing y la Publicidad, el Marketing Mix, La Investigación de Mercado, El Target, la Creación de Mensajes Publicitarios, La Estrategia de Medios y El Diseño una Campaña publicitaria.

- Unidad I: El Marketing, la estrategia y las relaciones con los clientes. El Análisis del mercado y del consumidor
- Unidad II: La Segmentación y posicionamiento. Variables del Marketing Mix: Producto y Precio
- Unidad III: Variables del Marketing Mix: Canales de Distribución y Comunicación Promocional
- Unidad IV: La Estrategia Publicitaria, la Agencia y los Medios Publicitarios

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Realiza planificación de marketing y campañas publicitarias a partir de los conceptos fundamentales del marketing y la publicidad, desarrollando una estrategia de marca y comunicación publicitaria eficaz, basada en el análisis, el cuestionamiento y la creatividad.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Conoce los conceptos y las estrategias de marketing, el análisis del mercado y la empresa, el Plan de marketing estratégico y operativo.
Conoce las características del Consumidor, la Segmentación y el Posicionamiento.
Conoce las estrategias y variables del Marketing Mix.
Analiza cómo se desarrolla una estrategia publicitaria y la elección de los medios.



5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Conoce los conceptos de marketing, la estructura del Plan de marketing, el análisis del mercado, del consumidor y su comportamiento de compra.						
UNIDAD I: EL MARKETING, LAS ESTRATEGIAS Y LA RELACION CON EL CLIENTE, EL ANÁLISIS DEL MERCADO Y DEL CONSUMIDOR	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de logro
	1	Introducción al Marketing: Proceso de marketing El mercado y los clientes Estrategias basadas en clientes Relaciones con clientes Creación de valor El rol actual de la Comunicación Audiovisual en el marketing	Conoce los diversos conceptos, características e importancia del Marketing y la publicidad en mercado actual.	Valora las estrategias y enfoques del Marketing. Entiendo el Rol de la Comunicación Audiovisual en el Marketing	El docente expone el tema con ayuda de Separatas Videos y Power point	Explica las diversas Estrategias y relaciones del Marketing.
	2	Planeación estratégica: Misión y Objetivos Propuesta de Valor Estrategia de Marketing La Mezcla de Marketing El análisis interno El análisis externo	Desarrolla en clase el análisis interno y externo de una empresa/marca y establece la misión, estrategia y objetivos.	Valora el Análisis Interno y Externo de una Empresa, los objetivos y la estrategia a aplicar.	El docente expone el tema con ayuda de Separatas, videos y Power Point	Explica las fuerzas competitivas y el análisis PESTEL de una empresa y su relación con los objetivos y la estrategia..
	3	Las necesidades de información para el marketing y la comunicación Desarrollo de la información Investigación de mercado Análisis y uso de la información	Conoce la manera de obtener información del mercado	Valora la utilidad de la información para realizar estrategias	El docente expone el tema con ayuda de Separatas, videos y Power point.	Sabe cómo realizar investigación o cómo solicitarla y analizarla
	4	Modelo de comportamiento de compra Tipos y Roles de compra Jerarquía de necesidades Maslow Proceso de decisión de compra Funnel de compras digital	Identifica en la información que docente indica en clase, los tipos de consumidores y el proceso de decisión de compra. El alumno analiza e interpreta en clase los estilos de vida de los limeños según Arellano Marketing.	Valora los NSE y estilos de Vida de los Consumidores peruanos. Reconoce y actúa basado en el proceso de decisión de compra	El docente expone el tema con ayuda de separatas, videos y Power point Analiza procesos de compra en diferentes sectores	Reconoce en una campaña los diversos tipos de consumidores de un producto y su comportamiento



CAPACIDAD: La Segmentación, el posicionamiento. Las Variables del Marketing Mix: Producto y Precio					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de logro
5	Segmentación de Mercado: variables Tipos de Segmentación Determinación de mercados meta Estrategias de segmentación Construcción de la estrategia de posicionamiento de marca	Segmentos en un mercado. práctica 1: El alumno Analiza e interpreta la información estadística de segmentos Asimismo entiende la importancia del posicionamiento de marca	Reconoce los segmentos que existen en un mercado. Características. Aprecia la importancia del posicionamiento del producto en el mercado.	Expone el tema con ayuda de Separatas, videos y Power Point	Diferencia los segmentos teniendo en cuenta sus características. Estructura posicionamiento para marcas existentes o nuevas
6	El Producto: Niveles, clasificación Decisiones de producto Estrategia de Desarrollo de Marca Marketing de servicios	Conoce los atributos del producto en una estrategia comercial	Valora la importancia de la marca y el producto.	El docente expone el tema con ayuda de Separatas Videos y Power point.	Describe una estrategia de marca y de producto
7	Estrategias para desarrollar nuevos productos Estrategias según el ciclo de vida del producto: Etapas	Identifica la etapa del ciclo de un producto. Conoce las bases para el desarrollo de nuevos productos	Valora la importancia del producto, su desarrollo de acuerdo a tu etapa.	El docente expone el tema con ayuda de Separatas Videos y Power point.	Sabe cómo desarrollar e introducir un nuevo producto al mercado.
8	El Precio: definición Factores a considerar para fijarlos Estrategia de precio de productos nuevos, para la mezcla de productos, para ajustar	Conoce las formas de determinar precios.	Valora la importancia del precio dentro del marketing mix	El docente expone el tema con ayuda de Separatas Power point	Sabe qué estrategia de precios seguir según el mercado y el posicionamiento elegido.
EVALUACION PARCIAL					

UNIDAD II: SEGMENTACIÓN, POSICIONAMIENTO Y LAS VARIABLES DEL MARKETING MIX: PRODUCTO Y PRECIO



CAPACIDAD: Las Variables del Marketing Mix: Canales de Distribución y Comunicación Promocional.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de logro	
UNIDAD III: LAS VARIABLES DE LA MARKETING MIX: CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN PROMOCIONAL	9	<p>Canales de Marketing y administración de la distribución</p> <p>Niveles, comportamiento y organización del canal</p> <p>Decisiones sobre el diseño y la administración del canal</p> <p>Venta minorista y detallista</p>	<p>Reconoce los distintos canales de distribución y cómo interactúan los miembros del canal</p>	<p>Identifica los principales canales existentes</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de Separatas, videos y Power point</p>	<p>Distingue el canal más adecuado para cada tipo de producto o servicio</p>
	10	<p>La Mezcla de Promoción:</p> <p>Comunicaciones Integradas de Marketing</p> <p>Establecimiento de la Mezcla de Promoción</p> <p>Las Ventas Personales, el Marketing Directo y Las Relaciones Publicas</p> <p>Definición y beneficios de la Promoción</p>	<p>Entender las comunicaciones integradas de marketing: El alumno analiza en clase, publicidad y propaganda, estableciendo los factores de éxito o fracaso</p>	<p>Valora la de la comunicación dentro del marketing mix.</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de Separatas, videos y Power point</p>	<p>Describe los componentes de una mezcla promocional</p>
	11	<p>La Promoción de Ventas: Objetivos</p> <p>Herramientas de promoción al consumidor y al canal</p> <p>Programa Promocional</p>	<p>Conoce e identifica las funciones de la promoción de venta y su impacto en los resultados del negocio.</p>	<p>Reconoce la utilidad que tiene la promoción de ventas.</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de PPT Separatas, videos.</p>	<p>Reconoce la función de la promoción según los objetivos de marketing.</p>
	12	<p>La Publicidad. Finalidad</p> <p>Objetivos publicitarios</p> <p>Establecimiento del presupuesto publicitario</p>	<p>Conoce e identifica las funciones de la Publicidad y las variables del marketing en una campaña publicitaria.</p>	<p>Reconoce las funciones que tiene la publicidad</p>	<p>El docente expone el tema con ayuda de PPT Separatas, videos.</p>	<p>Reconoce la función de la publicidad en una campaña</p>



CAPACIDAD: Analiza cómo se desarrolla una estrategia publicitaria y como seleccionar los medios						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de logro	
UNIDAD IV: LA ESTRATEGIA PUBLICITARIA, LA AGENCIA DE PUBLICIDAD Y LOS MEDIOS	13	Desarrollo de la Estrategia Publicitaria: Eliminación de la saturación Estrategia del mensaje: beneficios y concepto creativo Ejecución del mensaje: estilo y tono de comunicación	Conoce la forma de crear mensajes publicitarios. Identifica el estilo y tono de comunicación.	Reconoce la importancia del mensaje en la comunicación publicitaria.	El docente expone el tema con ayuda de PPT Exposición Separatas y video. Sabe estructurar mensajes publicitarios o dar las bases para solicitar su creación..	
	14	La Agencia Publicitaria Organización de una agencia. Tipos de Agencias. El brief publicitario La relación Cliente-Agencia: El Área de Cuentas, Medios y Creatividad	Conoce la manera como se Organiza y trabaja una agencia de publicidad.	Evalúa la importancia del trabajo con una agencia	El docente expone el tema con ayuda de PPT Separatas y video de campañas publicitarias exitosas. Reconoce la importancia de una agencia de Publicidad en una Campaña publicitaria.	
	15	La Selección de Medios: Alcance, frecuencia, impacto Elección de tipos de medios Medios específicos El ROI Publicitario	Conoce la manera como se desarrolla una estrategia de Medios para una campaña publicitaria	Valora la importancia de la estrategia de Medios en una Campaña publicitaria.	El docente expone el tema con ayuda de PPT Separatas y video.	Reconoce la importancia de una estrategia de medios en el éxito de una campaña publicitaria
		Los Medios ATL, BTL y los Medios Digitales en una campaña publicitaria	Conoce los medios publicitarios y sabe cómo utilizarlos de acuerdo al producto y objetivos	Valora la importancia de la estrategia de Medios en una Campaña publicitaria.	El docente expone el tema con ayuda de PPT Separatas y video.	Reconoce la importancia de usar el medio adecuado para el éxito de una campaña publicitaria
16	EVALUACIÓN FINAL					



6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Evaluación académica (EA)	Realiza Análisis Interno, Externo y competencia de un producto/servicio. (Grupal) Realiza investigación de mercado para validar un producto o un cambio en el mismo. (Grupal)	Evaluación 1	33%
	Determina el segmento elegido y el posicionamiento (Individual)	Evaluación 2	
	Realiza la mezcla de marketing para un producto o servicio (Grupal)	Evaluación 3	
	Presenta y Sustenta una Campaña Publicitaria (Individual)	Evaluación 4	
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%

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas

Quiñones, C. (2013). *Desnudando la mente del consumidor*. Lima: Planeta.

Mayorga, D., Araujo, P. (2013). *Marketing estratégico en la empresa peruana*. Lima: Universidad del Pacífico.

Vildosola, M. (2012). *Gerencia de Marketing*. Lima: Universidad San Marcos.

Kotler, P., Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.

Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Fundamentos Marketing*. México: Pearson Educación.

Alvarado, Liliana (2013). *Brainketing*. UPC



7.2 Virtuales

Asociación peruana de empresas de investigación de mercados. (2013). Niveles económicos. mayo 23, 2016, de Asociación peruana de empresas de investigación de mercados Sitio web: <http://apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-%20NSE-2013.pdf>

Arellano Investigación de Marketing. (2011). El consumidor del siglo XXI. Mayo 23, 2016, de Arellano IM, SA Sitio web: <http://www.arellanomarketing.com/images/upload/paginaweb/archivo/16/sumidores.pdf>

Compañía peruana de estudio de mercados. (2013). Market report. mayo 23, 2016, de Compañía peruana de estudio de mercados Sitio web: http://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MR_201311_01.pdf



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO

TALLER DE COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA

Código:

1. DATOS GENERALES

1.2 Asignatura	:	Taller de Composición Fotográfica
1.3 Pre Requisito	:	Ninguno
1.4 Ciclo Académico	:	III
1.5 Periodo Académico	:	
1.6 Horas Académicas Semanales	:	5
Horas de Teoría	:	2
Horas de Práctica	:	3
1.7 Horas Lectivas Semestrales	:	96
Horas de Teoría	:	32
Horas de Práctica	:	64
1.8 Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

La asignatura comprende el estudio de la fotografía como parte del lenguaje visual complejo y elaborado, que utiliza opciones variadas en la representación de imágenes fijas unidas al diseño y la composición, de tal modo, que se pueda estructurar códigos con valor estético y función social.

3. CONTENIDOS

Unidad I: Fotografía Digital.

Unidad II: La imagen fija y el diseño.

Unidad III: Lenguaje fotográfico – Lenguaje visual.

Unidad IV: Análisis de imágenes.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Genera y analiza imágenes fotográficas como discurso visual propuestos por el autor de tal manera que se pueda emitir y recibir mensajes percibidos con el sentido de la vista.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

En el proceso de aprendizaje, el estudiante: reconoce y usa los elementos de la Fotografía Digital. Analiza los contenidos y la composición de la imagen fija. Diferencia los argumentos del lenguaje fotográfico y el lenguaje visual. Analiza los aspectos denotativos y connotativos de la imagen y genera imágenes en portafolios.



6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Reconoce y usa los elementos de la Fotografía Digital.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD I: FOTOGRAFÍA DIGITAL.	1	Define Fotografía Digital. Explica sus características. Reconoce los componentes de las cámaras digitales.	Manipula con propiedad una cámara digital.	Valora la importancia del sistema digital.	Revisa el silabo de la asignatura. Reconoce las partes de una cámara. Maneja una cámara fotográfica digital.	Participa de modo activo en el manejo de cámaras fotográficas digitales.
	2	Interpreta la Exposición fotográfica. Identifica los elementos ISO, Obturación y Abertura.	Maneja los elementos de la Exposición.	Toma conciencia de los reajustes de la Exposición.	Reconoce cada elemento de la exposición y los combina de modo adecuado.	Participa con alegría en la obtención de fotos usando los elementos de la exposición.
	3	Diferencia aplicaciones de Enfoque, Desenfoque y Profundidad de campo.	Produce imágenes con enfoque y desenfoque.	Se esfuerza para obtener imágenes con enfoque y desenfoque.	Diferencia resultados entre enfoque y desenfoque.	Participa activamente en la obtención de fotos con enfoque y desenfoque
	4	Principios de iluminación: Efectos, velocidades, congelado, barrido, fuentes luminosas y calidad de la luz de entorno.	Observa y aplica principios de iluminación fotográfica.	Aprecia resultados visuales obtenidos con los diferentes tipos de iluminación fotográfica.	Compara niveles provocados por los diferentes tipos de iluminación para fotografía.	Participa activamente en la obtención de fotografías con diferentes fuentes de iluminación.



CAPACIDAD: Analiza los contenidos visuales y la composición de la imagen fija.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD II: LA IMAGEN FIJA Y EL DISEÑO.	5	Describe el encuadre, los planos fotográficos y el punto de vista fotográfico.	Observa y aplica principios de composición como planos fotográficos y puntos de vista en la obtención de imágenes fijas.	Se esfuerza por aplicar pautas de composición en la obtención de imágenes.	Se visualizan diapositivas que muestran fotografías con aplicaciones de planos fotográficos y puntos de vista	Muestra sus obtenciones de fotografías con aplicaciones de planos y puntos de vista.
	6	Relaciona la narrativa de la imagen fija con las Reglas de composición fotográfica.	Observa y analiza las pautas que se aplican en las fotos sobre reglas de composición.	Interioriza la importancia de la composición fotográfica como gestor de la narrativa visual.	Se visualizan diapositivas que muestran la importancia de las aplicaciones de reglas de composición fotográfica.	Muestra en redes sociales fotografías que contienen aplicaciones de reglas de composición fotográfica.
	7	Interpreta el uso de la óptica fotográfica y su relación con la narrativa visual.	Reconoce y experimenta el uso de diversas clases de óptica fotográfica.	Aprecia resultados visuales a partir del uso de diferentes ópticas fotográficas	Se visualizan resultados a partir del uso de diferentes clases de óptica fotográfica.	Genera sus propias imágenes que obtiene con objetivos de diferentes distancias focales.
	8	Relaciona los principios de la fotografía: Enfoque. Encuadre. Exposición.	Compara e identifica cada componente técnico de la imagen fotográfica	Comparte experiencias de registro de imágenes variadas	Se visualizan y comparan resultados de enfoque, de encuadre y de exposición. Con diapositivas y recortes fotográficos.	Produce fotos y lo integra en un portafolios personal, aplicando principios de fotografía como son: enfoque, encuadre y exposición.
EXAMEN PARCIAL						



CAPACIDAD: Diferencia los argumentos del lenguaje fotográfico y del lenguaje visual.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	<p>Interpreta Imagen y realidad.</p> <p>Compara Imágenes representativas y simbólicas</p>	<p>Observa representaciones fotográficas y diferencia las imágenes representativas de las simbólicas.</p> <p>Planifica aplicaciones.</p>	<p>Interioriza diferencias entre imágenes representativas y simbólicas.</p> <p>Coopera en la planificación de aplicaciones.</p>	<p>Se proyectan fotos variadas en contenidos representativas y simbólicas para promover el análisis entre los estudiantes.</p>	<p>Describe y compara cada tipo de imagen propuesto</p>
10	<p>Conoce la función sociocultural de las imágenes.</p> <p>Analiza la percepción visual.</p>	<p>Debate acerca de la función sociocultural de las imágenes</p>	<p>Valora la función sociocultural de las imágenes. Participa en la percepción visual de las fotos.</p>	<p>Tras visualizar fotografías variadas, se promueve el intercambio de ideas sobre la función sociocultural de las imágenes.</p>	<p>Interioriza y expresa la importancia de los contenidos funcionales de las imágenes.</p>
11	<p>Interpreta códigos visuales y contextos de las imágenes</p>	<p>Debate acerca de los códigos visuales y contextos de las imágenes.</p>	<p>Atiende y se integra al debate acerca de los códigos visuales.</p>	<p>Tras visualizar fotografías variadas, se promueve el intercambio de ideas sobre los códigos visuales.</p>	<p>Establece diferencias entre códigos y contexto de las imágenes.</p>
12	<p>Reconoce el centro de interés que se genera en una fotografía</p>	<p>Distingue el punto de interés como parte de la composición fotográfica</p>	<p>Aprecia el centro de interés como ingrediente fotográfico generado en una escena.</p>	<p>Proyección de imágenes con contenidos fotográficos para intercambiar ideas sobre el centro de interés y contexto.</p>	<p>Fomenta la formación de un portafolio fotográfico personal con contenidos propios y de archivo.</p>

UNIDAD III: LENGUAJE FOTOGRÁFICO Y LENGUAJE VISUAL



CAPACIDAD: Analiza los aspectos denotativos y connotativos de la imagen para generar imágenes en portafolios.						
UNIDAD IV: ANÁLISIS Y OBTENCIÓN DE IMÁGENES.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Explica los aspectos denotativos de las imágenes. Describe la lectura objetiva	Debate sobre los aspectos denotativos de la imagen y provoca lecturas objetivas.	Respeto los diversos puntos de vista que provoca la lectura objetiva de la imagen.	Tras visualizar fotografías variadas, se promueve el intercambio de ideas sobre la lectura objetiva de la imagen.	Aclara el panorama de la lectura objetiva de las imágenes.
	14	Explica los aspectos connotativos de las imágenes. Describe la lectura subjetiva	Debate sobre los aspectos connotativos de la imagen y provoca lecturas subjetivas.	Respeto los diversos puntos de vista que provoca la lectura subjetiva de la imagen.	Tras visualizar fotografías variadas, se promueve el intercambio de ideas sobre la lectura objetiva de la imagen.	Aclara el panorama de la lectura subjetiva de las imágenes.
	15	Resume la interpretación de las imágenes. Señala conclusiones	Organiza su conocimiento acerca de las variaciones de las imágenes.	Participa en el proyecto de formación de portafolios por alumnos	Se integra al trabajo grupal para diseñar un portafolio personal..	Proyecta la creación de un portafolio fotográfico personal.
	16	EXAMEN FINAL				



7. EVALUACIÓN

Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Dominan y aplican capacidades y conocimientos. Aplican capacidades y conocimientos en la elaboración de exposiciones de investigación. Ponen de manifiesto valores y actitudes. Asisten con puntualidad a sus clases y trabajos prácticos.	Rúbrica Listas de cotejo. Observación y seguimiento. Registro de evaluación.	33.3%
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33.3%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	33.3%
TOTAL:			100%

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

- FREEMAN, Michael. GUÍA COMPLETA DE LUZ E ILUMINACIÓN EN FOTOGRAFÍA DIGITAL, 1ra. Ed. Barcelona. Ediciones Blume. 2013. 224 p. ESPAÑA. ISBN: 97-8848-07688-18

8.2 Virtuales

- TODO – FOTOGRAFIA: Luz y Fotografía. 2011 – 2016
<http://todo-fotografia.com/2012/luz-y-fotografia/>
- OJEDA, José: Fotografía para principiantes. 2012
<http://fotografiaparapricipiannntes.blogspot.pe/>



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO

LITERATURA Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Literatura y Narrativa Audiovisual
1.2	Pre Requisito	:	Taller de Comunicación Escrita
1.3	Ciclo Académico	:	III
1.4	Periodo 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

LITERATURA Y NARRATIVA AUDIOVISUAL

La asignatura muestra las técnicas narrativas literarias como base de los relatos, incluyendo el relato audiovisual. Se aplica la dramaturgia clásica para la creación de conflictos y personajes.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

El estudiante podrá reconocer y analizar el empleo de las técnicas narrativas, así como podrá aplicarlas en relatos literarios o audiovisuales propios.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Unidad 1:

Analizando el relato clásico.

Unidad 2:

Desarrollando una estrategia narrativa.

Unidad 3:

Dándole espesor al relato.

Unidad 4:

Escritura y reescritura del relato.



5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Identifica los elementos de un relato clásico.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
1	La imaginación. -Crear para comunicar. Las ideas. -La imaginación se desarrolla. -La creatividad.	Conocer y entender las estrategias para ejercitar la imaginación.	Valora la importancia de comprender la necesidad de desarrollar la imaginación y la creatividad.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Aplicar de forma correcta los ejercicios para desarrollar la imaginación y la creatividad.
2	Naturaleza de la narración de ficción -Ficción y realidad. Universo ficcional. Mimesis y diégesis. Verosimilitud. -Naturaleza de la narración literaria. -Naturaleza de la narración de ficción. La narración audiovisual de ficción dramática, sus características y particularidades en relación a otros medios.	Conocer la naturaleza de la narración de ficción. Entender la diferencia entre la narración literaria y la audiovisual.	Valora la ancestral necesidad humana de contar historias y cómo se ha mantenido a lo largo del tiempo, pero adaptándose a la aparición de distintos medios tecnológicos para hacerlo.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Reconocer las diferencias entre la narración literaria y audiovisual, entendiendo cuáles son las técnicas pertinentes a aplicar en cada caso.
3	El paradigma de los tres actos. Estructura clásica. El paradigma aristotélico y el esquema de Hollywood Los tres actos: Planteamiento, Confrontación y Resolución. Plot points.	Aplica el conocimiento de la estructura aristotélica en analizar distintos relatos literarios o audiovisuales.	Valora la importancia de la estructura aristotélica como una herramienta para llegar al público.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas. Así como de casuística.	Reconocer los elementos de la estructura aristotélica en los relatos de ese tipo.
4	Conflicto dramático Tipos de conflicto. Acción dramática. Fuentes de ideas y criterios para su adaptación.	Conoce el funcionamiento del conflicto dramático. Aprender a reconocerlo.	Valorar el uso del conflicto como el insumo principal del narrador.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Reconocer cuándo hay conflicto, cuáles son los tipos de conflicto y cuál es la acción dramática.

**UNIDAD I:
ANALIZANDO EL RELATO CLÁSICO.**



CAPACIDAD: Comienza a planar un relato propio.						
UNIDAD II: DESARROLLANDO UNA ESTRATEGIA NARRATIVA	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	El triángulo argumental o de fuerza. Protagonista Antagonista -Objeto	Conoce el fundamento desde el que parte el relato clásico.	Aprender a establecer el fundamento de un relato clásico propio.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Aplicar el conocimiento del triángulo argumental en relatos propios.
	6	Principios básicos del storyline.	Conoce y maneja el adecuado germen de un relato y sabe sintetizarlo para potenciarlo.	Analiza y usa adecuadamente los principios de una storyline.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Reconoce las partes de una storyline y aplica sus propiedades en relatos propios.
	7	Desarrollo de la acción dramática y <i>sinopsis</i> Historia y trama. Causalidad. Ritmo narrativo. Curva dramática	Amplía la información sobre su relato sin desviarse del plan original propuesto en la storyline.	Valora la importancia de desarrollar el relato en progresión.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Reconoce las partes de una sinopsis y aplica sus propiedades en relatos propios.
	8	Líneas argumentales principales y secundarias Estructuras con más de una línea argumental. Estilos y relación entre líneas argumentales.	Conoce el concepto de líneas argumentales. Reconoce la diferencia entre líneas argumentales centrales y secundarias.	Razona en torno a la aplicación del concepto de líneas argumentales.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Entiende la cobertura y límites de la globalización en el Perú.
EXAMEN PARCIAL						



CAPACIDAD: Humaniza las historias						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD III: DÁNDOLE ESPESOR AL RELATO	9	Personajes y perfil de personajes. Funciones de los personajes. Construcción del personaje. El perfil de personaje	Conoce cómo construir un personaje tridimensional.	Valora el hecho de conocer a los personajes, desde su nacimiento hasta la edad que tienen en el relato.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Identifica la manera de pensar y sentir de los personajes, que los llevan a actuar (concepto de acción dramática).
	10	La espina dorsal del personaje Motivación, intención y meta	Poner al personaje a actuar, es decir realizar la acción dramática del relato.	Saber poner a los personajes en la situación dramática.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Identifica cuál es la meta, la intención y el objetivo de cada personaje.
	11	Procedimientos narrativos. El punto de vista narrativo.	Conoce la perspectiva desde la que se narra, tanto espacial como temporal e incluso con qué nivel de información.	Sabe determinar el punto de vista narrativo o incluso los puntos de vista narrativos.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Define el punto de vista narrativo adecuado para su relato.
	12	Definición de secuencia y escena. La Escaleta.	Reconoce las diferentes unidades en que se divide el relato y elabora una estructura.	Aprecia la necesidad de dividir el relato en secuencias y escenas atendiendo a una adecuada progresión en la estructura.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de la pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Elabora una escaleta.



CAPACIDAD: Escribe y reescribe sus relatos					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
13	La escritura del guion: lo visual La dimensión visual del guion. Naturaleza y características de la narración visual.	Conoce la manera de utilizar una escritura visual.	Visualiza y valora la importancia de una descripción visual en el relato.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Redacta de manera visual.
14	La escritura del guion: el sonido y los diálogos La dimensión sonora del guion. Relación sonido – imagen. Sonido diegético y no diegético. Funciones del diálogo. Realismo y convención en el diálogo. Diálogo y personajes. Intención y subtexto. Uso de la voz en off y voz over.	Conoce la forma de escribir diálogos verosímiles, además de toda la descripción sonora.	Reflexiona y analiza sobre la importancia de hacer una descripción sonora, en particular de los diálogos.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Aplica la redacción de diálogos y la descripción sonora.
15	Microestructura: desarrollo de secuencias y escenas Los tres actos aplicados a la estructuración y desarrollo de secuencias. Recursos y procedimientos narrativos aplicados a las secuencias. Manejo del punto de vista en las secuencias.	Presenta sus trabajos literario y audiovisual finales.	Valora la importancia de su proyecto como elemento de práctica profesional.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas, así como de casuística.	Identifica las estrategias para la presentación de sus trabajos finales.
16	TRABAJO FINAL				

UNIDAD IV: ESCRITURA Y REESCRITURA DEL RELATO



5.1 EVALUACIÓN

5.2 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de Evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Desarrollo de trabajos de investigación	Material de investigación	30%
	Presentación personal de avances de los relatos literario y audiovisual.	Trabajos	
Examen Parcial (EP)	Prueba escrita	Prueba escrita	30%
Examen Final (EF)	Proyecto final	Calidad de los relatos literario y audiovisual	40%
TOTAL			100%

6. BIBLIOGRAFÍA

1. ARISÓTELES. Poética. Gredos. Madrid, 1992
2. ARRIAGA, Guillermo Amores Perros Grupo editorial Norma, México D.F., 2007.
3. BORDWELL, DAVID. La narración en el cine de ficción. Ediciones Paidós. Barcelona, 1985.
4. CARRIERE, Jean Claude. The End: Práctica del guion cinematográfico. Piados. Barcelona, 1991
5. COMPARATO, Doc Guiones: arte y técnica de escribir para cine y televisión Garay Ediciones, Buenos Aires, 1966
6. CHION, Michel Cómo se escribe un guion Ediciones Cátedra S.A., Madrid, 1988
7. FELDMAN, Simón Guion argumental, guion documental Editorial Gedisa S.A., Barcelona, 1993
8. FIELD, Syd El manual del guionista. Plot Ediciones, Madrid, 1996



9. LAWSON, J. Howard Teoría y técnica del guion cinematográfico. ICAIC, Editorial Nacional de Cuba, La Habana, 1963
10. TAMAYO, Augusto El guion de ficción audiovisual. Argos Producciones Editoriales E.I.R.L., Lima, 2016
11. VALE, Eugene Técnicas del guion para cine y televisión. Editorial GEDISA, Barcelona, 1996
12. VARGAS LLOSA, MARIO. Cartas a un joven novelista. Ariel. Barcelona, 1997

6.1. CIBERGRAFÍA

13. <http://www.abcguionistas.com>
14. <http://www.lapaginadelguionista.org>
15. <http://www.guionistas.net>
16. <https://www.facebook.com/Escribe-Guion-1725625007749789/>



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO

ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL PERÚ

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Análisis de la Producción Cinematográfica en el Perú.
1.2	Pre Requisito Visual.	:	Historia de la Comunicación
1.3	Ciclo Académico	:	III
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

ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL PERÚ

La asignatura permite conocer los orígenes del cine peruano, su historia y situación actual, poniendo énfasis en la obra de algunos directores y en hechos que han propiciado su evolución (crecimiento económico, promulgación de leyes de fomento de la actividad, etc.). Además, el estudiante realizará una comparación de la situación actual de cinematografías vecinas.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

El estudiante podrá tener un panorama amplio de la historia del cine peruano hasta su situación actual, situando nuestra producción en el contexto de la producción del continente.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Unidad 1:

Cine peruano, etapa silente. (1897-1927)

Unidad 2:

Cine peruano, adolescencia. (1928-1971)

Unidad 3:

Ley de Promoción de la Industria Cinematográfica (1972-1992).

Unidad 4:

El cine peruano ante la globalización.



5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Conoce cómo llegó del cine al Perú y cómo se incluyó como espectáculo.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD I: Cine peruano, etapa silente (1897-1927).	1	Primeras exhibiciones en Lima.	Conocer y entender el contexto histórico en que se dieron las primeras exhibiciones de cine en Lima.	Valora la importancia de conocer cómo el país absorbió las nuevas tecnologías.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entender y explicar el contexto histórico en que se dieron las primeras exhibiciones de cine en Lima.
	2	De espectáculos de feria itinerantes a un cine sedentario.	Conocer cómo fue el inicio de la exhibición de películas en el país.	Analiza la importancia de las conocer el inicio de la exhibición de cine en el país.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entender y explicar los comienzos de la exhibición cinematográfica en el país.
	3	Primeras películas peruanas.	Conoce cómo se inició la producción de las primeras películas peruanas.	Valora la importancia de la producción de las primeras películas peruanas.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entender y explicar cómo se inició la producción de películas en el país.
	4	El cine estadounidense se consolida tras la Primera Guerra Mundial.	Conoce cómo se establecieron las redes internacionales de distribución cinematográfica.	Analiza la importancia de las redes de distribución en el éxito del negocio cinematográfico.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entender y explicar cómo se establecieron las actuales redes internacionales de distribución cinematográfica.



CAPACIDAD: Conoce los primeros intentos privados por establecer una industria cinematográfica.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
5	Cine sonoro en el Perú.	Conoce cómo se asimiló en cine sonoro en el país.	Valora el impacto del cine sonoro en la exhibición y la producción nacionales.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entender y explicar el contexto histórico en que aparece el cine sonoro en el país.
6	Amauta films, un nuevo cine.	Conoce el primer intento de crear una industria de producción cinematográfica nacional.	Analiza las condiciones necesarias para implantar una industria cinematográfica en el país.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Reconoce las dificultades que enfrenta la creación de una industria cinematográfica en el país.
7	La Escuela del Cusco y el indigenismo.	Conoce el intento de establecer el primer movimiento de cine en el interior del país.	Valora la importancia de contar con producción cinematográfica al interior del Perú.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entiende y explica el contexto en que apareció el primer movimiento de cine en el interior del país.
8	Hablemos de cine, revista especializada. Armando Robles Godoy, cineasta moderno.	Conoce el más sólido acercamiento al análisis y crítica de cine en el país.	Razona en torno a la importancia de analizar las películas desde el lenguaje cinematográfico.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entiende la necesidad de analizar las películas por su empleo del lenguaje cinematográfico.
EXAMEN PARCIAL					

UNIDAD II: Cine peruano, adolescencia (1928-1971).



CAPACIDAD: Conoce cómo la intervención estatal dio el mayor impulso a una industria cinematográfica propia.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
9	D.L. 19327, dado por el Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas.	Conoce cómo una adecuada legislación puede promover una industria cinematográfica.	Valora la defensa que debe hacer el Estado de su cultura nacional.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Identifica cuáles son los pilares que sostienen una industria cinematográfica.
10	Cortometrajes y largometrajes. La exhibición obligatoria. La deducción del impuesto municipal. El neorrealismo peruano.	Conoce cómo el cine se convierte en una herramienta de exploración de la realidad nacional.	Valora el cine como un herramienta cultural.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Identifica los orígenes de lo que hoy es la industria audiovisual peruana.
11	Años 80: La vuelta a la democracia. Una Ley que se resiste a morir.	Conoce cuál fue el apoyo de los gobiernos democráticos a la promoción de la industria de cine peruana.	Valora que los gobiernos ya consideran al cine una herramienta cultural.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entiende y explica cómo una industria cinematográfica se convierte en una necesidad para el Estado.
12	Cine de género a la manera de EEUU. Misión en los Andes: Luis Llosa y Roger Corman.	Conoce algunas de las estrategias que han seguido los productores peruanos para llegar a un gran público.	Valora la necesidad de los cineastas peruanos de formar un público.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de la pizarra y diapositivas.	Identifica las estrategias que han seguido los cineastas peruanos para llegar al mercado.

UNIDAD III: Ley de Promoción de la Industria Cinematográfica (1972-1992)



CAPACIDAD: Conoce el devenir de la incipiente industria nacional ante los avatares del mercado					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
13	Derogación del D.L. 19327: adiós a la exhibición obligatoria y al impuesto municipal.	Conoce cómo cambió la perspectiva sobre el cine peruano ante la llegada del neoliberalismo.	Valora la necesidad de que el Estado impulse una industria de cine propia.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Entiende y explica cómo la industria de cine peruano quedó en el abandono.
14	La nueva Ley de Cine. De la promoción de la industria cinematográfica a los premios culturales. Incursión de los publicistas. El cine comercial.	Conoce la realidad actual del cine peruano, incluyendo las producciones independientes.	Reflexiona y analiza sobre la importancia de una legislación moderna.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Identifica las distintas expresiones del cine peruano.
15	Proyecto final	Presenta su proyecto final.	Valora la importancia de su proyecto como la base de su conocimiento del mercado audiovisual.	El docente expone e interactúa con los estudiantes con apoyo de pizarra y diapositivas.	Identifica el mercado en el que se desempeñará profesionalmente.
16	EXAMEN FINAL				

UNIDAD IV: El cine peruano ante la globalización.



EVALUACIÓN

5.1 Rubros:

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de Evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Desarrollo de trabajos	Material usado trabajo de investigación	40%
	Exposición de material grupal y personal	Trabajo y exposición	
Examen Parcial (EP)	Prueba escrita	Prueba escrita	30%
Examen Final (EF)	Proyecto final y examen	Prueba escrita y calidad del proyecto	30%
TOTAL			100%

6. BIBLIOGRAFÍA

1. BEDOYA, Ricardo Cien años de cine en el Perú. Universidad de Lima. Lima, 1995
2. BEDOYA, Ricardo Un cine reencontrado. Diccionario ilustrado de las películas peruanas. Universidad de Lima. Lima, 1997
3. BEDOYA, Ricardo El cine silente en el Perú. Universidad de Lima. Lima, 2009
4. BEDOYA, Ricardo El cine sonoro en el Perú. Universidad de Lima. Lima, 2009
5. BUSTAMANTE, Emilio; LUNA VICTORIA, Jaime. Las miradas múltiples. El cine regional peruano. Tomos I y II. Universidad de Lima, 2017
6. CARBONE, Giancarlo. El cine en el Perú: 1897 - 1950. Universidad de Lima, 1992
7. CARBONE, Giancarlo. El cine en el Perú: 1950 - 1972. Universidad de Lima, 1993
8. CARBONE, Giancarlo. El cine en el Perú: El cortometraje. 1972 - 1992. Universidad de Lima, 2007
9. GARCÍA, Nelson Cuando el cine era una fiesta: la producción de la Ley 19327. Grupo Chaski, 2013
10. NÚÑEZ GORRITI, Violeta. El cine en Lima: 1897 – 1929. Edición propia. 2012



ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
SÍLABO
INGLÉS BÁSICO 3
Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Inglés Básico 3
1.2	Requisito	:	Inglés Básico 2
1.3	Ciclo Académico	:	III
1.4	Periodo 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 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 y reforzar aquellas desarrolladas en los dos primeros ciclos; las cuales le permitirán interactuar con sus pares utilizando un discurso sencillo sobre temas cotidianos de interés personal o que sean pertinentes para la vida diaria. Podrá hablar acerca de personajes importantes en la historia de la humanidad, desastres naturales y como brindar ayuda social en estos casos. Profundizarán información en el idioma sobre ecología, cuidado del medio ambiente, animales en peligro de extinción. Asimismo manejarán estrategias para enfrentar una entrevista laboral en inglés y conocerán más detalles sobre las tendencias culturales del siglo XXI.

Comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

- **Unidad I:** Preferencias sobre comidas y bebidas.
- **Unidad II:** Atracciones turísticas y tiempo de vacaciones
- **Unidad III:** Personajes destacados en la historia
- **Unidad IV:** Producto Audiovisual.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Describe eventos, discursos breves, reporta hechos, cuenta historias. Así como participa en conversaciones extensas, con cierta fluidez.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Expresa sus preferencias sobre alimentos y bebidas, clasificando el vocabulario en sustantivos contables y no contables, utilizando adverbios de cantidad (TOO/ENOUGH)
- Planifica el itinerario de un tour turístico en alguna ciudad o pueblo en formato de tríptico, carta, propaganda, utilizando estructuras en tiempo futuro.
- 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.

5. PROGRAMACION DE CONTENIDOS



UNIDAD I: PREFERENCIAS SOBRE COMIDAS Y BEBIDAS.	CAPACIDAD					
	➤ Expresa sus preferencias sobre alimentos y bebidas, clasificando el vocabulario en sustantivos contables y no contables, utilizando adverbios de cantidad (TOO/ENOUGH)					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	Sustantivos contables y no contables Uso de a/an; some/any	Hábitos alimenticios Ordenar comida en un restaurante.	Comparte experiencias sobre hábitos alimenticios.	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Se expresa asertivamente y con naturalidad al ordenar comida en un restaurante.
	2	Cuantificadores	Hacer reservaciones en un restaurante	Respeto y valora lugares de su comunidad	Creación de diálogos Uso de video y multimedia	Elabora un diálogo sobre reservaciones en un restaurante.
3	Uso de Too y Enough	Descripción de algún festival de comida en la comunidad.	Respeto y valora costumbres de su comunidad	Desarrollo de ejercicios gramaticales Uso de video y multimedia	Elabora un texto sobre algún festival de comida.	
4	Vocabulario sobre comidas y preparación de platos.	Brindar información sobre preparación de platos. Seguir instrucciones.	Acepta indicaciones y las ejecuta con respeto.	Comprensión lectora. Elaboración de recetas. Uso de video y multimedia	Sigue las indicaciones de una receta de cocina.	



UNIDAD II: ATRACCIONES TURÍSTICAS Y TIEMPO DE VACACIONES	CAPACIDAD: Planifica el itinerario de un tour turístico en alguna ciudad o pueblo en formato de tríptico, carta, propaganda, utilizando estructuras en tiempo futuro.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Uso del tiempo futuro: WILL	Tipos de vacaciones.	Muestra respeto frente a diferentes opiniones.	Lectura y comprensión de textos cortos Uso de video y multimedia	Desarrolla oraciones utilizando el tiempo futuro.
	6	Uso de GOING TO para expresar el futuro.	Actividades vacacionales.	Valora el tiempo como herramienta para el progreso.	Uso de hojas de trabajo, fichas u otros. Uso de video y multimedia	Utiliza adecuadamente GOING TO para expresar el futuro.
	7	Uso del tiempo presente progresivo en una connotación de tiempo futuro	El Eco- turismo	Se interesa por brindar información sobre el tema.	Trabajo en parejas Elaboración de una propaganda Uso de video y multimedia	Utiliza adecuadamente el tiempo presente progresivo con connotación de futuro.
	8	Expresiones de probabilidad: MIGHT, MAY, WILL PROBABLY, WILL DEFINITELY	Eventos inesperados en las vacaciones	Respeto y valora diversas expresiones.	Redacción de cartas. Uso de video y multimedia	Expresa probabilidades.
EXAMEN PARCIAL						



UNIDAD III: PERSONAJES DESTACADOS EN LA HISTORIA	➤ CAPACIDAD: Describe hechos importantes de personajes famosos de la historia del mundo, utilizando estructuras del tiempo pasado.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Uso del tiempo pasado: verbos regulares	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.
	10	Uso del tiempo pasado: verbos irregulares	Identifica líderes del mundo antiguo	Reconoce personajes destacados en la historia.	Responde cuestionarios de personajes histórico y su accionar Uso de video y multimedia	Utiliza adecuadamente los verbos irregulares.
	11	Formulación de preguntas con pronombres interrogativos en pasado	Biografía de personajes famosas	Respeto y valora legados históricos.	Escribe Biografía sobre alguien famoso	Redacta cuestionarios sobre personajes históricos
12	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.	



UNIDAD IV: PRODUCTO AUDIOVISUAL	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 audiovisual a ser presentado	Presentación del producto con confianza y conocimiento de forma clara, expresiva y contacto visual.
	14					
15						
16	EVALUACIÓN 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.	Unidad 1	33%
		Unidad 2	
		Unidad 3	
		Unidad 4	
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 3*. 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 Ingles*. 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>

Ingles 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