

SÍLABO: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN AUDIOVISUAL

Código: 19A021

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Ninguno
1.3	Ciclo Académico	:	IV
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 considera el desarrollo de metodologías de innovación. Así como, el diseño, creación y puesta en marcha de proyectos transmedia, utilizando como herramientas las tecnologías audiovisuales.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: Cultura de Innovación y Creatividad
- Unidad II: Convergencia Audiovisual y Narrativa Transmedia
- Unidad III. Gestión de Proceso Creativos Transmedia
- Unidad IV. Desarrollo y Gestión de productos Transmedia

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Genérica:

Se comunica de forma creativa a través de todas las herramientas audiovisuales, junto con la innovación de los soportes digitales.

Específicas:

- a) Analiza las nuevas tendencias digitales en los diversos ámbitos del periodismo multimedia, orientándolo principalmente a la creación de contenidos transmedia.
- b) Reconoce la importancia de las redes sociales en la difusión de dichos contenidos y su interactividad en el diseño de páginas web y aplicaciones móviles para su uso en contenidos transmedia.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Elabora historias creativas e innovadoras, utilizando herramientas audiovisuales.
- Conoce los aspectos de la producción transmedia general, especializada y temática.
- Identifica los índices de gestión para los distintos procesos creativos.
- Analiza y gestiona productos de tipo transmedia.

6. ROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Elabora historias creativas e innovadoras, utilizando herramientas audiovisuales.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros	
UNIDAD I: Cultura de Innovación y Creatividad.	1	Proceso de innovación	Comprende cómo influye el proceso de innovación en la sociedad y su aporte al conocimiento y desarrollo social y empresarial.	Valora el esfuerzo transformador	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Comprende los contenidos conceptuales mediante organizadores visuales de línea del tiempo.
	2	Determinante de desempeño y tipos de innovación	Reconoce el desempeño del innovación y sus tipos	Valora el Sistema de recursos multimedia en plataformas digitales	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Demuestran la importancia y necesidad de un proceso creativo e innovador en detalle,
	3	La creatividad como gestión de la innovación	Conoce y valora los fundamentos de la creatividad como índice de gestión	Valora la importancia de la creatividad	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Reconocen los diferentes estilos en la construcción procesos de gestión
	4	Generación de comportamiento consistente con innovación	Ejercita diversos modelos de Comportamiento innovador y creativo	Respeto los diversos comportamientos creativos	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Expresa sus ideas con fluidez y coherencia.

UNIDAD II: Convergencia Audiovisual y Narrativa Transmedia.	CAPACIDAD: Conoce los aspectos de la producción transmedia general, especializada y temática.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
	5	Transformación cultural en la era digital	Identifica la transformación cultural través del tiempo hasta la era digital	Valora la importancia de la cultura de cambio	El docente expone con PPT. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Establecen cuadros comparativos de carácter estadístico e interpretan resultados.
	6	Convergencia de tecnología audiovisual	Conoce los estados de convergencia audiovisual.	Reconoce la importancia de la tecnología audiovisual	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce los aportes de la tecnología audiovisual
	7	La Narrativa Transmedia.	Valora el sistema de producción transmedia	Aprecia la importancia del uso de las reglas de producción transmedia	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce y domina las distintas maneras de producción transmedia
	8	Gestión y diseño de productos comunicacionales transmedia	Desarrolla la habilidad de manejar proyecto transmedia	Conoce y valora los fundamentos de la gestión de un proyecto	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Desarrolla los productos transmedia
EXAMEN PARCIAL						



CAPACIDAD: Identifica los índices de gestión para los distintos procesos creativos.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
9	Design Thinking	Reconoce e identificala importancia del diseño de ideas.	Expresa disposición y creatividad para trabajar de forma estructurada.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Desarrollar competencias que le permitan manejar métodos, técnicas y herramientas de innovación, reconociendo las diferentes metodologías de innovación.
10	Learn Startup	Reconoce e identifica la importancia de estructurar las ideas dentro de un proceso.	Confianza e innovación para desarrollar ideas innovadoras.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	
11	Storytelling / Storyboard.	Reconoce la importancia de la historia audiovisual.	Motiva la creación de historias	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Reconoce la importancia del uso de historias con los sistemas digitales y audiovisuales.
12	Gestión y optimización de las plataformas de gestión Transmedia (Redes Sociales).	Reconoce la importancia de la gestión de plataformas digitales de difusión.	Aprecia la importancia del adecuado uso de las redes sociales como potenciador transmedia.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Reconoce la importancia de las redes sociales.

UNIDAD III: Gestión de Proceso Creativos Transmedia

UNIDAD IV: Desarrollo y Gestión de productos Transmedia.	CAPACIDAD: Analiza y gestiona productos de tipo transmedia.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
	13	Autoconocimiento y gestión de la realidad	Reconoce los elementos de la gestión dentro de la coyuntura	Evalúa la importancia del análisis de la realidad	Separata PPT Guía de ejercicios	Se identificarán cuáles son las cualidades necesarias para integrar y gestionar un equipo que desarrolla proyectos y estrategias de innovación transmedia
	14	Gestión de las posibilidades y relaciones	Reconoce los elementos y posibilidades que tiene de afianzar su proyecto transmedia	Evalúa la importancia del análisis de las posibilidades de expansión de su proyecto transmedia.	Separata PPT Guía de ejercicios	
	15	Gestión de acción, resultados y aprendizaje participativo	Valora y comparte su experiencia en la gestión de su proyecto transmedia dentro del mercado.	Evalúa la importancia del desarrollo de un proyecto innovador	Separata PPT Guía de ejercicios Separata PPT Guía de ejercicios	
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)
Tareas académicas	• Redacción y coherencia de ideas	Práctica Calificada 1	34%
	• Investigación y exposición	Práctica Calificada 2	
	• Correlación de preguntas y respuestas	Cuestionario	
	• Correlación de preguntas y respuestas	Prácticas Calificadas	
	• Exposiciones	Cuestionario	
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:

- ELLIOT Jay. "El camino de Steve Jobs, El hombre que ha transformado el mundo de las comunicaciones" Aguilar, 2011
- ANDERSON, Chris "Gratis, el futuro de un precio radical"/ Tendencias (Urano) 2011
- ISAACSON, Walter. "Steve Jobs, La Biografía". Aguilar 2011.
- ARMAÑANZAS Emy/Díaz Noci, Javier/Meso, Koldo. "El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio". Editorial: Ariel. Barcelona, 1996.
- BANDRÉS Elena/García Avilés, José/Pérez, Gabriel/Pérez, Javier. "El periodismo en la televisión digital". Editorial: Paidós. Barcelona, 2000.
- CEBRIÁN, Juan Luis. "La red". Editorial: Taurus. Buenos Aires, 1998.
- COLLE, Raymond. "Para Informar en la www: Principios y fundamentos de construcción de sitios web". Editorial CEM. Santiago, 2001.
- DÍAZ Noci, Javier; Salaverría Aliaga; Ramón. "Manual de redacción ciberperiodística". Editorial: Ariel. Barcelona, 2003.
- GATES, Bill. "Los negocios en la era digital: cómo adaptar la tecnología informática para obtener el mayor beneficio". Editorial Plaza y Janes Editores. Barcelona, 1999.



SÍLABO FORMULACIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES

CÓDIGO: 19A022

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Marketing y Publicidad
1.3	Ciclo Académico	:	IV
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 forma parte del área de formación profesional básica, de carácter teórico y práctico, y tiene el propósito de brindar a los estudiantes el marco conceptual teórico y práctico para gestionar una empresa de medios de comunicación con un enfoque centrado en la calidad, competitividad y ética periodística.

La asignatura comprende el estudio de los fundamentos de gestión empresarial, de la organización, funcionamiento y economía de las empresas de medios, de la teoría de la comunicación y del proceso de comunicación de masas, del fenómeno de la digitalización de los medios, de la importancia del internet, y desarrolla un proyecto de creación de empresa de medios.

La asignatura comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: Fundamentos de Gestión Empresarial.
- Unidad II: Organización y Funcionamiento de la Empresa.
- Unidad III: Economía y empresas de medios, teoría de la comunicación y el proceso de comunicación de masas.
- Unidad IV: Funcionamiento de la Empresa de Medios y Creación.



4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Conoce y aplica los principios, conceptos y teorías de la gestión empresarial con un enfoque centrado en la calidad, competitividad y ética; así como de la teoría de la comunicación y del proceso de comunicación de masas para entender mejor el funcionamiento de las empresas informativas, con el fin de gestionar o contribuir en el proceso de gestión con eficiencia, eficacia, responsabilidad social y ética periodística.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Conoce y aplica los fundamentos de gestión empresarial con un enfoque centrado en la calidad, competitividad y ética.

Conoce la organización y funcionamiento de la empresa destacando la importancia de la planeación y los sistemas de control; explica, evalúa y determina el modelo de negocio y el plan de negocios y describe las características del director como líder.

Conoce la economía y funcionamiento de las empresas de los medios, así como aspectos básicos de la teoría de la comunicación y del proceso de comunicación de masas; analiza, explica y evalúa tanto los factores económicos, como la función, efectos e influencia de los medios de comunicación, y la influencia de la economía y el gobierno sobre los medios de comunicación, valorando la importancia de una conducta ética en el periodista.

Analiza y explica el funcionamiento de las empresas informativas destacando la naturaleza de la información y la importancia del internet para las empresas de información digitales y usuarios. Conoce y desarrolla los aspectos básicos que contiene la presentación de un proyecto de creación de empresas de comunicación social.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: FUNDAMENTOS DE GESTIÓN EMPRESARIAL	CAPACIDAD: Conoce y aplica los fundamentos de gestión empresarial con un enfoque centrado en la calidad, competitividad y ética				
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)
1	<p>Desafío de la Gestión: Calidad, competitividad, y ética</p> <p>Gestión y gestores</p> <p>El proceso de gestión más calidad.</p>	<p>Define los términos de calidad, competitividad y ética.</p> <p>Define los términos de gestión y gestores</p>	<p>Valora la importancia de la calidad, competitividad y ética</p> <p>Reconoce la importancia del gestor en la gestión.</p>	<p>Presentación de la asignatura e información general para su desarrollo.</p> <p>Precisa la metodología, forma grupos de trabajo para las exposiciones, y dispone material bibliográfico.</p>	<p>Define los términos de calidad, competitividad y ética.</p> <p>Define los términos de gestión y gestores</p> <p>Explica por qué un enfoque centrado en</p>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	<p>Funciones tradicionales de la gestión.</p> <p>Tipos de gestores.</p> <p>Capacidades propias de la gestión.</p> <p>Roles de gestión.</p>	<p>Analiza y explica el proceso de gestión más calidad</p> <p>Identifica las funciones tradicionales de gestión.</p> <p>Clasifica los tipos de gestores.</p> <p>Explica qué tipo de capacidades necesitan los gestores para lograr sus objetivos.</p> <p>Identifica los roles asumidos por los gestores.</p>	<p>Reconoce la importancia de gestionar con un enfoque centrado en la calidad</p> <p>Reconoce la necesidad de las FTG y de su ejercicio eficaz.</p> <p>Valora la función del gestor en cada nivel de gestión.</p> <p>Reconoce la necesidad del gestor de adquirir y desarrollar una serie de capacidades</p> <p>Valora las pautas de conducta que se espera del gestor</p>	<p>Expone el tema.</p> <p>Comentario y debate.</p> <p>Resumen del profesor.</p> <p>Encargo de tarea.</p>	<p>la calidad se ha hecho imperativo</p> <p>Identifica las funciones tradicionales de gestión.</p> <p>Enumera los tipos de gestores.</p> <p>Explica qué tipo de capacidades necesitan los gestores para lograr sus objetivos</p> <p>Explica los roles asumidos por los gestores.</p>
2	<p>Planificación: Qué es la planificación.</p> <p>Por qué es necesaria la planificación.</p> <p>Ventajas de la planificación.</p> <p>Tipos de planificación.</p> <p>Etapas del proceso de planificación.</p> <p>Enfoque de calidad total para la planificación.</p>	<p>Define la planificación y analiza las características de la planificación eficaz.</p> <p>Describe los cuatro factores que ponen de relieve la necesidad de planificar.</p> <p>Analiza los beneficios que la planificación reporta a las organizaciones.</p>	<p>Reconoce la importancia de la planificación eficaz.</p> <p>Reconoce la necesidad de planificar en las organizaciones</p> <p>Aprecia los beneficios de la planificación.</p> <p>Diferencia las actividades de planificación. Reconoce la importancia del</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p>	<p>Define la planificación y analiza las características de la planificación eficaz.</p> <p>Describe los cuatro factores que ponen de relieve la necesidad de planificar.</p> <p>Analiza los beneficios que la planificación reporta a las organizaciones</p> <p>Describe los tipos de planificación.</p>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

			Describe los tipos de planificación. Describe las etapas del proceso de planificación. Explica los métodos de planificación basados en la calidad y los compara con otros enfoques.	proceso de planificación Reconoce la importancia de los métodos de planificación basados en la calidad.	El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Describe las etapas del proceso de planificación. Explica los métodos de planificación basados en la calidad y los compara con otros enfoques.
3	<p>Organización: La organización y la estructura organizativa.</p> <p>Determinación de la estructura de organización.</p> <p>Dimensiones de la estructura de la organización.</p> <p>Diseño de la organización.</p>	<p>Define los términos organizar y estructura de la organización.</p> <p>Explica cómo determinan los gestores la estructura de la organización.</p> <p>Explica las diferentes dimensiones mediante las cuales los gestores pueden entender y describir la estructura de la organización.</p> <p>Describe los modelos de diseño organizacional</p>	<p>Idéntica la importancia de una estructura organizativa eficaz.</p> <p>Resume las cuatro decisiones de mayor trascendencia para determinar la estructura de la organización.</p> <p>Identifica tres dimensiones mediante las cuales los gestores pueden entender la estructura de la organización.</p> <p>Compara las organizaciones mecanicistas, orgánicas y matriciales.</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p> <p>El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>Define los términos organizar y estructura de la organización.</p> <p>Explica cómo determinan los gestores la estructura de la organización.</p> <p>Explica las diferentes dimensiones mediante las cuales los gestores pueden entender y describir la estructura de la organización.</p> <p>Describe los modelos de diseño organizacional</p>	



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	4	<p>Dirección: Líderes y directivos o gestores.</p> <p>Poder y liderazgo.</p> <p>Modelos y teorías del liderazgo.</p> <p>Liderazgo transformacional</p> <p>Autoliderazgo.</p> <p>Aplicaciones del Auto liderazgo.</p> <p>Desarrollo de una cultura de Auto liderazgo.</p>	<p>Distingue entre líderes y directivos o gestores.</p> <p>Explica la relación entre liderazgo y poder.</p> <p>Describe las teorías de liderazgo conductuales, situacionales y de los rasgos.</p> <p>Describe la teoría del liderazgo transformacional</p> <p>Explica el concepto de autoliderazgo.</p> <p>Describe las diversas estrategias conductuales y cognitivas de autogestión.</p> <p>Explica cómo puede desarrollarse una cultura de autoliderazgo en la empresa.</p>	<p>Identifica la base de poder del líder.</p> <p>Compara las teorías de liderazgo conductuales situacionales y de los rasgos.</p> <p>Aprecia el liderazgo transformacional por que se basa en el cambio de valores y actitudes del trabajador</p> <p>Reconoce el autoliderazgo como una filosofía de gestión que conducen a un mejor rendimiento y eficacia.</p> <p>Diferencia la autogestión conductual de la autogestión cognitiva.</p> <p>Reconoce el compromiso de la alta dirección como necesario para crear una cultura solida de autogestión.</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p> <p>El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>Distingue entre líderes y directivos o gestores.</p> <p>Explica la relación entre liderazgo y poder.</p> <p>Describe las teorías de liderazgo conductuales, situacionales y de los rasgos.</p> <p>Describe la teoría del liderazgo transformacional</p> <p>Explica el concepto de autoliderazgo</p> <p>Describe las diversas estrategias conductuales y cognitivas de autogestión.</p> <p>Explica cómo puede desarrollarse una cultura de autoliderazgo en la empresa</p>
--	---	--	--	---	--	--



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CAPACIDAD: Conoce la organización y funcionamiento de la empresa destacando la importancia de la planeación y los sistemas de control; explica, evalúa y determina el modelo de negocio y el plan de negocios y describe las características del director como líder.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD II: ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE EMPRESA	5	<p>La Empresa Empresa, empresario y emprendedor.</p> <p>Objetivo de la empresa</p> <p>Tipos de empresa</p>	<p>Define los términos de empresa, empresario y emprendedor.</p> <p>Explica el objetivo de las empresas y su relación inherente con el mercado y el entorno.</p> <p>Clasifica los tipos de empresa por sector económico, tamaño, región, y por tipo de mercado</p>	<p>Reconoce la importancia de la empresa y distingue entre emprendedor y empresario</p> <p>Identifica el objetivo fundamental de las empresas y la importancia del mercado y el entorno</p> <p>Reconoce la importancia de clasificar los tipos de empresa</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>La Empresa</p> <p>Empresa, empresario y emprendedor.</p> <p>Objetivo de la empresa</p> <p>Tipos de empresa</p>
	6	<p>Elementos de la empresa: -Gobierno corporativo. -Área de operación. -Área de ventas. -Área de finanzas. -Área de RH.</p> <p>La cadena de valor</p>	<p>Explica los elementos que conforman la empresa, sus funciones y la relación que se establece entre ellos.</p> <p>Analiza y explica la cadena de valor</p>	<p>Identifica la importancia de cada elemento de la empresa</p> <p>Reconoce la cadena de valor como forma de análisis para identificar ventaja competitiva</p> <p>Reconoce la importancia del marketing para satisfacer al consumidor a</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p>	<p>Explica los elementos que conforman la empresa, sus funciones y la relación que se establece entre ellos.</p> <p>Analiza y explica la cadena de valor</p> <p>Analiza y explica el marketing</p>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

		Marketing	Analiza y explica el marketing	cambio de utilidades para la empresa.	El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	
7	Planeación y Sistemas de control: Planificación estratégica. Marcos lógicos de negocios. Modelo de negocio. El papel del director.	Explica la planificación estratégica Analiza y explica la estructura del Marco lógico de negocios Analiza y explica el modelo de negocio Analiza y explica el papel del director.	Valora la importancia de la planificación estratégica Desarrolla los conceptos de misión, visión y objetivos Determina el modelo de negocio. Valora el papel del director para alcanzar los objetivos de la empresa	Grupo de alumnos expone el tema. El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía. El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Explica la planificación estratégica Analiza y explica la estructura del Marco lógico de negocios con un ejemplo. Analiza y explica el modelo de negocio con un ejemplo Analiza y explica el papel del director.	
8	Sistemas de Control Plan de negocios	Describe el uso de los sistemas de control para evaluar las operaciones de la empresa. Analiza y explica el plan de negocios	Reconoce la importancia de los sistemas de control para el logro de los objetivos de la empresa. Reconoce la necesidad y utilidad del plan de negocios para crear nuevas	Grupo de alumnos expone el tema. El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.	Describe el uso de los sistemas de control para evaluar las operaciones de la empresa con un ejemplo. Analiza y explica el plan de negocios con un ejemplo.	



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

				empresas o nuevas unidades de negocio para empresas en marcha.	El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	
EVALUACIÓN PARCIAL						



UNIDAD III: ECONOMÍA Y EMPRESAS DE MEDIOS, TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DE MASAS	CAPACIDAD: Conoce la economía y funcionamiento de las empresas de los medios, así como aspectos básicos de la teoría de la comunicación y del proceso de comunicación de masas; analiza, explica y evalúa tanto los factores económicos, como la función, efectos e influencia de los medios de comunicación, y la influencia de la economía y el gobierno sobre los medios de comunicación, valorando la importancia de una conducta ética en el periodista.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Economía de los Medios Factores económicos de las empresas de medios Cadena de valor En las empresas de medios. El Producto de los medios.	Analiza y explica los factores económicos de las empresas de medios. Analiza y explica la cadena de valor en las empresas de medios. Analiza las características de los productos mediáticos.	Reconoce la influencia de los factores económicos en las empresas de medios. Reconoce la cadena de valor como forma de análisis para identificar ventaja competitiva en las empresas de medios Identifica las características de los productos mediáticos.	Grupo de alumnos expone el tema. El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía. El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Analiza y explica los factores económicos de las empresas de medios. Analiza y explica la cadena de valor en las empresas de medios con un ejemplo Analiza las características de los productos mediáticos con ejemplos
10	Clasificación de las empresas de medios Empresas de servicios de comunicación. Empresas de medios.	Clasifica y explica cómo funcionan las empresas de servicios de comunicación. Clasifica y explica cómo funcionan las empresas de medios.	Distingue entre las empresas de servicio de comunicación las agencias de relaciones públicas y agencias de publicidad. Distingue entre las empresas de medios las empresas de	Grupo de alumnos expone el tema. El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.	Analiza y explica cómo funcionan las empresas de servicios y su importancia. Analiza y explica cómo funcionan las empresas de medios y su importancia	



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

				entretenimiento y las empresas informativas.	El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	
11	<p>Teoría de la comunicación.</p> <p>Tipos y funciones de los medios de comunicación.</p> <p>Efectos de los medios de comunicación.</p> <p>La relación de los medios de comunicación con otras formas de comunicación.</p>	<p>Analiza y explica los tipos y funciones de los medios de comunicación.</p> <p>Analiza y explica los efectos de los medios de comunicación.</p> <p>Explica la relación de los medios de comunicación con otras formas de comunicación.</p>	<p>Valora la función que cumplen los medios de comunicación.</p> <p>Identifica tres efectos de los medios de comunicación</p> <p>Valora como teorías de la comunicación la teoría de dos pasos y la teoría del cultivo.</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p> <p>El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>Analiza y explica los tipos y funciones de los medios de comunicación.</p> <p>Analiza y explica los efectos de los medios de comunicación.</p> <p>Explica la teoría de los dos pasos y la teoría del cultivo.</p>	
12	<p>El proceso de comunicación de masas.</p> <p>Papel de los medios de comunicación.</p> <p>Otra clasificación de los medios de comunicación.</p>	<p>Analiza y explica las cuatro funciones básicas para los medios de comunicación.</p> <p>Clasifica los medios de comunicación a través de su uso previsto y como medios elitistas y populistas.</p>	<p>Identifica las funciones básicas de los medios de comunicación.</p> <p>Obtiene una comprensión más completa de medios de comunicación.</p> <p>Reconoce el papel social y cultural de los</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p>	<p>Analiza y explica las cuatro funciones básicas para los medios de comunicación</p> <p>Describe la clasificación de medios de comunicación a través de su uso previsto y como medios elitistas y populistas.</p>	



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	<p>Medios de comunicación y cultura.</p> <p>Medios de comunicación y economía.</p> <p>Historia de las comunicaciones de masas.</p> <p>Los controles sobre los medios de comunicación</p>	<p>Analiza la influencia de los medios de comunicación en la cultura.</p> <p>Analiza la influencia de la economía sobre los medios de comunicación.</p> <p>Comenta la historia de la comunicación de masas.</p> <p>Explica las formas de control sobre los medios de comunicación.</p>	<p>medios de comunicación.</p> <p>Reconoce como aspecto importante de los medios de comunicación el económico.</p> <p>Considera la historia de la comunicación de masas como una serie de revoluciones en el desarrollo del lenguaje y la comunicación misma.</p> <p>Reconoce la existencia de una gran variedad de controles reales o potenciales sobre el funcionamiento de los medios de comunicación.</p>	<p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p> <p>El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>Analiza la influencia de los medios de comunicación en la cultura.</p> <p>Analiza la influencia de la economía sobre los MC.</p> <p>Describe la historia de la comunicación de masas como una serie de revoluciones en el desarrollo del lenguaje y de la comunicación misma.</p> <p>Explica las formas de control sobre los medios de comunicación</p>
--	--	--	---	--	--



CAPACIDAD: Analiza y explica el funcionamiento de las empresas informativas destacando la naturaleza de la información y la importancia del internet para las empresas de información digitales y usuarios. Conoce y desarrolla los aspectos básicos que contiene la presentación de un proyecto de creación de empresas de comunicación social.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro	
UNIDAD IV: FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE MEDIOS Y CREACIÓN	13	<p>Funcionamiento de la empresa informativa en medios tradicionales</p> <p>La información como bien social y la gratuidad de la información.</p> <p>Empresas informativas de prensa.</p> <p>Empresas informativas en medios electrónicos.</p>	<p>Explica la importancia de la información dentro de la sociedad.</p> <p>Explica los ingresos, gastos y funcionamiento administrativo de las empresas informativas de prensa</p> <p>Explica los ingresos, gastos, y funcionamiento administrativo de las empresas informativas en medios electrónicos.</p>	<p>Identifica la importancia de la información dentro de la sociedad.</p> <p>Identifica la forma en que la estructura empresarial de empresas informativas de prensa genera y distribuye los ingresos para construir valor.</p> <p>Identifica la forma en que la estructura empresarial de empresas en medios electrónicos genera y distribuye los ingresos para construir valor.</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.</p> <p>El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas.</p> <p>El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.</p>	<p>Explica la importancia de la información dentro de la sociedad.</p> <p>Explica los ingresos, gastos y funcionamiento administrativo de las empresas informativas de prensa</p> <p>Explica los ingresos, gastos, y funcionamiento administrativo de las empresas informativas en medios electrónicos.</p>
	14	<p>Empresa Informativa en los Medios Digitales.</p> <p>La digitalización de los medios.</p> <p>Internet</p>	<p>Analiza el fenómeno de la digitalización de los medios.</p> <p>Explica la importancia del internet para las empresas de información digitales y usuarios.</p>	<p>Reconoce que la digitalización de la información implica profundas consecuencias para cada aspecto de la comunicación</p>	<p>Grupo de alumnos expone el tema.</p> <p>El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta.</p> <p>Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente</p>	<p>Analiza el fenómeno de la digitalización de los medios.</p> <p>Explica la importancia del internet para las empresas de información digitales y usuarios.</p>



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	Modelo de negocio. Cambios en las empresas informativas digitales.	Explica el modelo de negocio de las empresas informativas digitales y describe las variantes de publicidad. Analiza los cambios que la digitalización de la comunicación ha provocado en las empresas de información tradicionales.	Reconoce que el uso del internet en las empresas informativas provoca un cambio en la estructura de la compañía. Configura el modelo de negocio y encuentra en la publicidad su fuente de ingresos más importante. Reconoce como reto de las empresas informativas encontrar caminos para informar al público de forma mucho más profunda y rápida.	trabajado en base a la bibliografía. El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Explica el modelo de negocio de las empresas informativas digitales y describe las variantes de publicidad. Analiza los cambios que la digitalización de la comunicación ha provocado en las empresas de información tradicionales.
15	Creación de Empresas de Comunicación Social. Marco legal de la empresa.	Describe las obligaciones legales de las empresas. Describe las formas jurídicas en que se organizan las empresas.	Reconoce la importancia de cumplir las obligaciones legales de la empresa, entre ellas la normatividad fiscal y socio-laboral. Identifica las ventajas y desventajas de la forma jurídica que se organiza la empresa.	Grupo de alumnos expone el tema. El profesor analiza y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate teniendo el alumno como ayuda un informe de ideas principales del tema previamente trabajado en base a la bibliografía.	Describe las obligaciones legales de las empresas. Describe las formas jurídicas en que se organizan las empresas.
16	Formas Jurídicas. Ejemplo de proyecto de creación de empresa de	Desarrolla un proyecto de creación de empresa de comunicación social	Muestra criterio técnico y trabaja en equipo con creatividad, responsabilidad y juicio crítico.	El profesor hace un resumen del tema. Y dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo	Desarrolla un proyecto de creación de empresa de comunicación social



		comunicación social.			posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	
EVALUACION 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)	Juicio crítico.	Control lectura 1	33%
	Comprensión de textos	Trabajo individual 1.	
	Juicio crítico	Control de lectura 2	
	Comprensión de textos	Trabajo individual 1	
	Disertación	Exposición	
Examen Parcial (EP)	Dominio de las Bases Teóricas y Práctica de la Metodología de Investigación Científica.	Prueba Escrita	33%
Examen Final (EF)	Dominio de las Bases Teóricas y Práctica de la Metodología de Investigación Científica.	Prueba Escrita	33%
TOTAL			100%



8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

Chiavenato, I. (2013). *Introducción a la teoría general de la administración*. Colombia: Mc Graw Gill.

Koontz, H., Heinz W. (2012). *Administración*. México: Mc. Graw Gil

8.2 Virtuales

Correa. J. (2012) Estructura de la Organización de la Empresa Periodística. Red Tercer Milenio. Primera edición 2012. Recuperado de:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Estructura_organizacion_empresa_periodistica.pdf

Larrea. C. (2012) Administración de Empresas de Comunicación Social. CCE Benjamín Carrión Núcleo de Chimborazo. Recuperado de:
<http://www.culturaenecuador.org/images/stories/documentos/libros/administracion.pdf>

Weimberger. K. (2012) Plan de Negocios. USAID. PERU. MYPE.
http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf

SÍLABO

TALLER DE COMPOSICIÓN AUDIOVISUAL

Código: 19A023

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Taller de Composición Fotográfica
1.3	Ciclo Académico	:	IV
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 uso técnico y creativo de cámaras de video, luces y filtros para el tratamiento estético de la imagen.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: La cámara de video y sus partes.
- Unidad II: Lenguaje audiovisual.
- Unidad III. El guion técnico.
- Unidad IV. Estética audiovisual.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Genera y analiza contenido audiovisual de forma correcta, teniendo en cuenta la teoría y las experiencias como sus principales herramientas de trabajo.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Reconoce las partes de la cámara de video y su correcta manipulación.
- Reconoce y emplea correctamente el lenguaje audiovisual.
- Utiliza la estructura de un guion técnico para planificar la realización audiovisual.
- Reconoce y aplica procedimientos estéticos para potenciar un mensaje.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Reconoce las partes de la cámara de video y su correcta manipulación.						
UNIDAD I: LA CÁMARA DE VIDEO Y SUS PARTES.	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
	1	Inicios de la imagen en movimiento en el cine	Reconoce los orígenes del cine.	Valora la historia del cine.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Reconoce el origen del cine.
	2	La cámara profesional de video	Reconoce la cámara de video y sus partes.	Identifica las partes de una cámara de video.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Diferencia las partes de una cámara de video.
	3	Lente, zoom, balance de blancos	Interacción mecánica del estudiante con la cámara.	Aprecia las diferencias en la imagen a partir del uso de los dispositivos de la cámara de video.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Describe los resultados obtenidos en la práctica.
	4	Accesorios complementarios.	Exposición e interacción de los estudiantes con los accesorios complementarios de la cámara de video.	Aprecia el uso de los diferentes accesorios complementarios de la cámara de video.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Reconoce las facilidades que le ofrece el uso de los accesorios complementarios de la cámara de video.

CAPACIDAD: Reconoce y emplea correctamente el lenguaje audiovisual.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
5	Lenguaje audiovisual: Los planos y sus usos.	Clasifica los planos y sus usos.	Valora la importancia del uso de los diferentes planos.	El docente expone con PPT. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Identifica los planos y sus usos.
6	Los ángulos y sus usos	Reconoce los ángulos y sus funciones en el lenguaje audiovisual.	Reconoce la importancia de los ángulos y su importancia dentro de la narrativa audiovisual	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Aplica los ángulos y sus usos correctamente.
7	Los movimientos y sus usos.	Reconoce y aplica los movimientos de cámara.	Aplica los movimientos de la cámara de video para potenciar la narrativa audiovisual.	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Aplica los diferentes movimientos de la cámara de video.
8	El audio	Reconocimiento del uso del audio en una grabación.	Reconoce el uso del audio a la hora de realizar una grabación.	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Identifica el registro del audio durante una grabación.
EXAMEN PARCIAL					



CAPACIDAD: Utiliza la estructura de un guion técnico para planificar la realización audiovisual.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
9	La composición de la imagen en un audiovisual.	Reconoce y aplica las reglas de composición de la imagen audiovisual.	Valora la importancia del uso adecuado de la composición de la imagen.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Reconoce y aplica las reglas de composición de la imagen audiovisual.
10	La narrativa audiovisual	Reconoce los diferentes elementos de la narrativa audiovisual	Valora la importancia de la narrativa dentro de la creación de un producto audiovisual.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Reconoce la importancia de la narrativa audiovisual.
11	Las locaciones.	Identifica y analiza la importancia de las locaciones en una producción audiovisual.	Analiza y valora la importancia de las locaciones.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Propone locaciones para diferentes tipos de escenas.
12	El guion técnico	Identifica y emplea la estructura de un guion técnico.	Valora la utilidad de un guion técnico en una producción audiovisual	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Desarrolla un guion técnico simple para una idea de cortometraje.

UNIDAD III: GUION TÉCNICO

CAPACIDAD: Reconoce y aplica procedimientos estéticos para potenciar un mensaje.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
13	El realismo audiovisual	Organiza su conocimiento y reconoce diferentes elementos presentes en una entrevista o documental	Analiza el contenido de un producto audiovisual.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Identifica los elementos que componen el producto audiovisual.
14	Iluminación	Reconoce y analiza esquemas de iluminación.	Reconoce la importancia de la iluminación.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Ilumina correctamente diferentes escenas.
15	La metáfora visual	Reconoce y comprende la metáfora en un producto audiovisual.	Analiza escenas metafóricas en diferentes cortometrajes.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Crea metáforas audiovisuales para transmitir un mensaje.
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)
Tareas académicas	• Práctica de uso de la cámara	Práctica Calificada 1	34%
	• Realización de un guion técnico	Práctica Calificada 2	
	• Trabajos prácticos.	Prácticas calificadas Lista de Cotejo	
Examen Parcial (EP)	• Grabación de escenas.	Trabajo práctico.	33%
Examen Final (EF)	• Grabación de un cortometraje.	Trabajo práctico.	33%
TOTAL:			100 %

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

- Museo Comunitario Rabinal Achi (2004) Manual de Formación Audiovisual. Guatemala.
- Edición: Fundación Cholsamaj.
- Otto Limann (1989) Fundamentos de la Televisión. Barcelona. Edición: Marcombo
- Peter Jones (1977) La técnica de cámara de tv. EEUU. Instituto Oficial de Radiodifusión y televisión.
- Susana Espinosa y Eduardo Abbate (2005) La producción de video en el aula. Argentina. Ediciones Colihue SRL
- Jordi Sánchez Navarro (2006) Narrativa Audiovisual. Madrid Editorial UOC
- Joaquim Romaguera (1999) Lenguaje cinematográfico: Gramática, géneros, estilos, y materiales. Madrid. Ediciones De La Torre.
- Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía (1994) Dirección de Producción para Cine y Televisión. Barcelona. Ediciones Paidós.
- Marcel Martin. (2002). El lenguaje del cine. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Federico Fernández y José Martínez. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.
- Daniel Arijon. (1987). Gramática del lenguaje Audiovisual. La Primitiva Casa Baroja.
- Jacques Aumont. (2002). Teorías de los cineastas 1 y 2. Paidós.
- Nestor Almendros. Días de una cámara. Seix Barral.
- Sydney Lumet. (2000). Así se hacen las películas. Madrid: Ediciones Rialp.
- David Bordwell & Kristin Bordwell. (2010). El Arte Cinematográfico. Barcelona: Paidós Comunicación,
- Fernando León de Aranoa. Contra la Hipermetropía. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Jean-Claude Carriere. (1997). La película que no se ve (The secret language film). España: Editorial Paidós.
- Blake Snyder. (2016). ¡Salva al Gato! Alba Editorial. François Truffaut. El Cine Según Hitchcock. Alianza Editorial

SÍLABO TALLER DE NARRATIVA AUDIOVISUAL

Código: 19A024

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Literatura y Narrativa Audiovisual
1.3	Ciclo Académico	:	IV
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 enseña las formas de narración propias de los medios audiovisuales y fomenta la práctica permanente para reforzar el aprendizaje.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: La narrativa.
- Unidad II: Procedimientos narrativos.
- Unidad III. La creación del relato.
- Unidad IV. El guion literario.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Redacta creativa y metodológicamente, guiones literarios para cortometrajes de género ficción, empleando las técnicas y estilos aprendidos en clase.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Reconoce la estructura de la narrativa y los elementos presentes en una historia.
- Reconoce y emplea correctamente los diferentes procedimientos narrativos.
- Redacta creativamente una historia propia para la creación de un guion literario.
- Redacta el guion literario de una historia de ficción.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: LA NARRATIVA.	CAPACIDAD: Reconoce la estructura de la narrativa y los elementos presentes en una historia.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
	1	La narrativa. Estructura de la narrativa.	Reconoce la narrativa y las diferentes estructuras de una historia.	Analiza un cortometraje e identifica su estructura.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Clasifica en una estructura los diferentes momentos de una historia.
	2	El conflicto.	Reconoce el conflicto y sus características.	Identifica el tipo de conflicto presente los objetivos de los personajes.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Comprende el tipo de conflicto presente en un cortometraje
	3	Los personajes.	Reconoce los tipos de personajes y los factores de su composición.	Analiza los personajes de un cortometraje y los describe con claridad.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Crea personajes verosímiles para historias creadas.
4	Funciones de los personajes,	Reconocen las diferentes funciones que pueden desempeñar los personajes.	Analiza la función de los personajes de un cortometraje.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Reconoce la función que desempeñan los personajes en un cortometraje	

CAPACIDAD: • Reconoce y emplea correctamente los diferentes procedimientos narrativos.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
5	La temporalidad.	Comprende el funcionamiento del tiempo en una narración.	Valora la importancia del uso del tiempo en una narración.	El docente expone con PPT. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Emplea los procedimientos vistos en clase de manera adecuada
6	Escenas oníricas, Leitmotiv y McGuffin	Reconoce los procedimientos vistos en clase en cortometrajes.	Analiza diferentes historias y evalúa la posibilidad de insertar los procedimientos vistos en clase	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Emplea los procedimientos vistos en clase de manera adecuada
7	Anticipación, Hareng Sour, Suspense y Sorpresa	Reconoce los procedimientos vistos en clase en cortometrajes	Analiza diferentes historias y evalúa la posibilidad de insertar los procedimientos vistos en clase	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Emplea los procedimientos vistos en clase de manera adecuada
8	Repaso de los procedimientos narrativos vistos en la unidad.	Desarrollan actividades prácticas empleando los procedimientos narrativos.	Aplican los procedimientos vistos en clase en cortometrajes.	El docente expone el tema con PPT Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Emplea los procedimientos vistos en clase de manera adecuada
EXAMEN PARCIAL					



CAPACIDAD: Redacta creativamente una historia propia para la creación de un guion literario.					
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros
9	La Idea. La sinopsis.	Identifica un disparador creativo y lo transforma en una historia.	Atiende a los disparadores presentados y se enfoca en el desarrollo de una historia propia.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Aplica lo aprendido y redacta la sinopsis de una historia.
10	El argumento.	Desarrolla la sinopsis creada y la convierte en un argumento.	Valora el trabajo realizado y continúa su desarrollo, teniendo en cuenta los detalles.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Aplica lo aprendido y redacta el argumento de una historia.
11	La escaleta.	Identifica las diferentes escenas presentes en la historia desarrollada y reconoce la estructura de la escaleta.	Valora la importancia de la realización de una escaleta.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Divide el argumento redactado y construye una escaleta para identificar los diferentes momentos de la historia.
12	El tratamiento	Desarrolla la escaleta realizada teniendo en cuenta mayores detalles en favor de la creación del guion literario.	Se esfuerza en los detalles de cada escena creada para su historia.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Desarrolla el tratamiento en favor del guion literario de su historia.

UNIDAD III: LA CREACIÓN DEL RELATO

CAPACIDAD: Redacta el guion literario de una historia de ficción.						
Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logros	
UNIDAD IV: EL GUION LITERARIO.	13	Los diálogos	Reconoce las características de los personajes para la creación de diálogos verosímiles	Analiza los personajes y el contexto en el que se encuentran para crear diálogos verosímiles.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Construye diálogos verosímiles para los personajes de su historia.
	14	El guión literario	Reconoce la estructura del guion literario.	Se esfuerza en el desarrollo del guion literario de su historia, buscando diálogos verosímiles.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas. Ejercicios prácticos.	Redacta el guion literario a partir de la historia creada.
	15	Asesoría	Revisión y asesoría de los trabajos realizados durante la unidad.	Se esfuerza por mejorar los trabajos realizados durante la unidad.	El docente asesora los trabajos realizados.	Concluye la redacción del guion literario de su historia.
	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)
Tareas académicas	• Práctica de creación de personajes y conflictos.	Práctica Calificada 1	34%
	• Redacción de la historia que se desarrollara en el guion literario.	Práctica Calificada 2	
	• Trabajos prácticos.	Prácticas calificadas Lista de Cotejo	
Examen Parcial (EP)	• Creación de historias cortas empleando los procedimientos narrativos.	Trabajo práctico.	33%
Examen Final (EF)	• Creación de un guion literario.	Trabajo práctico.	33%
TOTAL:			100 %

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

- Museo Comunitario Rabinal Achi (2004) Manual de Formación Audiovisual. Guatemala.
- Jordi Sánchez Navarro (2006) Narrativa Audiovisual. Madrid Editorial UOC
- Joaquim Romaguera (1999) Lenguaje cinematográfico: Gramática, géneros, estilos, y materiales. Madrid. Ediciones De La Torre.
- Marcel Martin. (2002). El lenguaje del cine. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Federico Fernández y José Martínez. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.
- Daniel Arijon. (1987). Gramática del lenguaje Audiovisual. La Primitiva Casa Baroja.
- Jacques Aumont. (2002). Teorías de los cineastas 1 y 2. Paidós.
- Comparato. Doc. 1988. De la creación al guión. IRTV. Madrid.
- Field, Syd 1995. El libro del Guión. Plot ediciones. Madrid.
- Seger, Linda. 1992. Cómo convertir un buen guión en un guión excelente. Ed. Rialph. Madrid.
- Truffaud, Françoise. El cine según Hitchcock. Alianza Editorial. Madrid
- Comparato, D. (1998) *El guion. Arte y técnica de la escritura para cine y televisión*. Buenos Aires. Editorial Universitaria de Buenos Aires
- Chion, M. (1995) *Cómo se escribe un guion*. Madrid. Ediciones Cátedra, S.A.
- Field, S. (1979) *Screenplay: The Foundations of Screenwriting*. (El libro del guion, fundamentos de la escritura de guiones). Madrid. Plot Ediciones.
- McKee, R. (2009) *El Guión*. Alba Minus.

8.2 Virtuales

- Campbell, J. *El héroe de las mil caras*
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25143_91318.pdf
- CELTX <https://www.celtx.com/index.html>
- Gómez Tarín, F. El guión en la producción audiovisual de ficción
http://www.academia.edu/2055500/El_gui%C3%B3n_en_la_producci%C3%B3n_audiovisual_de_ficci%C3%B3n



SÍLABO PRODUCCIÓN DE RADIO I

Código: 19A025

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Taller de Expresión Oral
1.3	Ciclo Académico	:	IV
1.4	Periodo Académico	:	
1.5	Horas Académicas Semanales	:	6
	Horas de Teoría	:	3
	Horas de Práctica	:	3
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	112
	Horas de Teoría	:	48
	Horas de Práctica	:	64
1.7	Créditos Académicos	:	5

1. SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Formación Profesional Especializada del plan de estudios, es de naturaleza teórico-práctico práctico que permite a los estudiantes adquirir competencias: cognitivas al descubrir los antecedentes históricos y el desarrollo socio tecnológico de la radiodifusión convencional y en internet; así como las comunicativas al indagar los tipos de producción radial y los géneros periodísticos radiales; de relaciones interpersonales al desarrollar las formas comunicativas en entornos de multiplataforma y de autonomía y creatividad al producir programas radiales innovadores en todo el sistema semiótico radiofónico.

Comprende las siguientes unidades de aprendizaje:

- Unidad I: Contexto y evolución socio económico y tecnológico del sistema de radiodifusión.
- Unidad II: La radiodifusión general, especializada y temática.
- Unidad III: La producción radial y el periodismo radial.
- Unidad IV: Producción periodística especializada en radio y multiplataformas.

2. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Descubre los aspectos cognoscitivos del desarrollo de la radiodifusión y sus formas comunicativas masivas mediante las relaciones interpersonales con autonomía, perseverancia y creatividad.

3. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Descubre el desarrollo y evolución tecnológica, sociocultural y económica de la radiodifusión.

Conoce los aspectos de la producción radial general, especializada y temática.

Desarrolla programas radiales informativos mediante el uso de multiplataformas y redes sociales.

Produce con creatividad programas radiales especializados para medios convencionales y multiplataformas.

4. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

CAPACIDAD: Descubre el desarrollo y evolución tecnológica, sociocultural y económica de la radiodifusión.						
UNIDAD I: CONTEXTO Y EVOLUCIÓN SOCIO ECONÓMICO Y TECNOLÓGICO DEL SISTEMA DE RADIODIFUSIÓN	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	<p>Introducción, características, fundamentos, competencias y capacidades de la asignatura.</p> <p>Tecnología de la radiodifusión.</p> <p>Señal analógica y digital, frecuencia, acústica radial</p> <p>Formas sonoras: ruido, sonido, silencio, Timbre, tono, intensidad, melodía, armonía, ritmo. La tecnologización de la radio</p>	<p>Identifican los requisitos de la asignatura</p> <p>Comprende el desarrollo y evolución tecnológica radial</p>	<p>Seguridad e interés por la asignatura</p> <p>Valora el esfuerzo transformador</p>	<p>Interpretan los gráficos de las diapositivas</p> <p>A partir de las diapositivas Indaga la evolución tecnológica de la radio</p>	<p>Interpreta requisitos y procedimientos para aprobar la asignatura</p> <p>Comprende los contenidos conceptuales mediante la presentación de organizadores visuales de línea del tiempo.</p>
	2	<p>Sistema semiótico radiofónico (SSR): Lenguaje radiofónico, tecnología radiofónica, audiencia radial; público objetivo percepción radial.</p> <p>Lenguaje Radiofónico: La palabra, música, silencio, efectos sonoros. El spot radial.</p>	<p>Distingue los subsistemas semióticos radiofónico</p> <p>Distingue la características del lenguaje radiofónico</p>	<p>Valora el Sistema semiótico radiofónico como eje central de la radiodifusión</p> <p>Valora el lenguaje radiofónico como elemento principal de la radiodifusión</p>	<p>Mediante organizadores visuales explica los diferentes subsistemas del SSR</p> <p>En cabina de radio, graba y produce spots radiales diversos para evidenciar el aprendizaje de los contenidos conceptuales.</p>	<p>Demuestran la importancia y necesidad del SSR y sus componentes en detalle, mediante examen escrito y grabación de spots radiales en prácticas calificadas</p>

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	3	Funciones de la radio: Tipos de radios: comercial, libre, "pirata" la radiodifusión por y en internet, radionet, multiplataformas Elementos cualitativos de la radio: Imagen credibilidad, patrocinio, afinidad con franjas de audiencia. Radio consumo, audiencia, análisis, alcance. La creatividad radial La empresa y micro-empresa radial, La agencia de Noticias	Reconoce y aplican las funciones de la radio en los programas radiales a desarrollar. Diferencia los tipos de emisoras radiales y reconocen los elementos cualitativos y marketing radial	Revalora las funciones, de la radio y su impacto diferenciado de los tipos de emisoras radiales	En organizadores viduales y diapositivas observan, comprenden y diferencian las funciones, tipos y cualidades de la radio	Construyen blogs y páginas web gratuitas con contenidos radiales por grupos
	4	Ventajas de la radio, Características de la radio. El periodismo radial: Los géneros periodísticos en radio convencional y en Internet. Producción radial, Etapas: preproducción, producción y post-producción radial. El programa y la programación	Diferencia las ventajas y características de la radio. Reconocen los géneros periodísticos radiales Analizan y aplican la producción radial	Valora el desarrollo de la creatividad periodística en los programas radiales	Establecen la estructura de los programas radiales y desarrollan los contenidos de un programa radial. Audios de ejemplo y diapositivas	Proponen el libreto, guion y pauta radial de un programa de su preferencia y de un programa informativo radial

UNIDAD II: LA RADIODIFUSIÓN GENERAL, ESPECIALIZADA Y TEMÁTICA	CAPACIDAD: Conoce los aspectos de la producción radial general, especializada y temática.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	La radiodifusión en Lima y Provincias Cobertura y Audiencia local, nacional e internacional. Audiencia selectiva Grupos y corporaciones radiales La radiodifusión general, especializada y temática: radioemisoras informativas y musicales. Recursos de la radio en Internet	Diferencia y compara, cobertura, audiencia radial local, nacional e internacional. Reconoce recursos básicos de hardware y software	Comparte resultados de las investigaciones realizadas sobre la radiodifusión en Lima y provincias Aprecian los recursos informáticos	Separatas para análisis de radios en Lima y provincias. Revisión de páginas web de medios de radiodifusión Audios de emisoras y Diapositivas	Establecen cuadros comparativos en tablas de doble entrada e interpretan resultados
6	Diseño y estructura de programas radiales, El libreto, guion y pauta radial El marketing radial. Las páginas web de radiodifusión	Distingue tipos, características, elementos de programas radiales y la rentabilidad,	Aprecia los componentes del ejercicio profesional de la radiodifusión.	Audios de programas radiales top y determinan la relación entre los	En páginas web y blogs se propone estructuras de programas radiales innovadores	

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

			publicidad y propaganda radial.		componentes de los programas radiales.	
7	El potencial humano en radio: Estructura orgánica, funciones y roles del personal radial, distribución de tareas y comisiones.	Revisa la distribución del personal de radio, sus, responsabilidades, funciones y actividades		Destacan la importancia de la organización radial.	Páginas web de radios, separatas, diapositivas funciones en diferentes emisoras y contextos radiales	Grabación de noticiero utilizando los recursos radiales
8	La redacción periodística para radio. El gorro radial. Locución radial. El presentador o conductor radial y de noticias, el narrador de noticias. Estilo radial	Diferencia características, reglas, formatos de redacción radial. Describen componentes de gorros radiales. Diferencian entre información y noticia		Valora la comunicación radial pertinente, oportuna y asertiva	Textos apropiados para radiodifusión. Audios radiales Caracterización de mensajes	Desarrolla un programa radial informativo con gorros radiales, reporteros y recursos radiales
EVALUACIÓN PARICIAL						

UNIDAD III: LA PRODUCCIÓN RADIAL Y EL PERIODISMO RADIAL	CAPACIDAD: Desarrolla programas radiales informativos mediante el uso de multiplataformas y redes sociales.					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Producción radial informativa. La noticia radial. Análisis de la audiencia, el rating radial.	Desarrolla características, elementos y procedimientos de la producción, noticia y audiencia radial.	Expresa disposición y creatividad para trabajar en equipo de producción radial	Separatas, videos, audios y diapositivas	Analizan la preferencia radial y segmentación de audiencia
	10	La crónica radial. El despacho periodístico. La opinión radial, crítica, comentario, editorial. La encuesta vox populi.	Especifica los componentes características, tipos y procedimientos de construcción de crónicas, opiniones y encuestas	Confianza e innovación para narrar y opinar	Audios de ejemplo, separatas, videos, audios y diapositivas	Analizan y desarrollan programas radiales de noticias
11	El informe radial. El reportaje radial.	Determina las características,	Motiva y crítica los	Audios, textos, separatas,	Redacta, selecciona temas para la	



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

		clases y selección de temas para elaborar informes y reportajes radiales	acontecimientos y temas de construcción informativa	videos y diapositivas	presentación de reportajes e informes radiales
12	La entrevista radial.	Desarrolla características, tipos, técnicas selección de temas e invitados y documentación previa.	Valora y comparte las experiencias periodísticas	Audios, separatas, videos, diapositivas	Grabación en Cabina de programas de entrevista radial por grupos

UNIDAD IV: PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA EN RADIO Y MULTIMEDIAS	CAPACIDAD: Maneja las técnicas de la locución en el género de opinión y la locución televisiva					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Los boletines radiales, El Micro-noticiero radial, El flash radial, Noticia de último minuto	Conoce la definición, características, estructura y contenido de un boletín radial	Revalora los contenidos radiales para establecer según su especialización	Audios, separatas, videos, diapositivas	Identifican programas especializados en grabaciones de diferentes medios
	14	Ampliación de la noticias El volteo de información. Los informes en directo. La improvisación responsable.	Conoce la técnica del volteo de la información	Es paciente y tolerante durante el trabajo equipo	Audios, separatas, videos, diapositivas	Identifican programas especializados en grabaciones de diferentes medios
	15	Programas radiales deportivos, de espectáculos, culturales, económicos.	Establecen la estructura de programas radiales especializados	Valora el trabajo en equipo	Audios, separatas, videos, diapositivas	Desarrollan un programa especializado
		El consultorio radial, magazine radial. La radio informativa y musical, La oferta radial: laboral e informativa	Determinan la estructura y contenido especializado de programas y analizan la oferta radial laboral e informativa	Confianza en desarrollar programas radiales de todo tipo	Audios, separatas, videos, diapositivas	Efectúan programas de consultorio radial
16	EVALUACIÓN FINAL					

5. EVALUACIÓN

Rubros de evaluación	Criterios generales	Instrumentos de evaluación	Peso (% de influencia en el promedio de la asignatura)
Tarea académica (TA)	Redacción y coherencia de ideas	Ensayos	33%
	Investigación y exposición	Exposiciones	
	Correlación de preguntas y respuestas	Análisis de encuestas	
	Pertinencia, oportunidad y asertividad	Programa radial	
	Conocimiento teórico	Examen escrito	
Examen Parcial (EP)	Conocimiento teórico práctico	Examen escrito y programa radial	33%
Examen Final (EF)	Conocimiento teórico práctico	Examen escrito y programa radial	33%
TOTAL			100%

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 Físicas

- Alegría, A. (2013). O.A.X. *Crónica de la radio en el Perú (1925-1990) 5ta. Edición*. Lima: Bracco.
- Casanellas, A. (2014). *Breve manual de locución*. Lima: Causachum.
- García, A., Núñez, S., & Paredes, Z., & Paredes, F. (2014). *El libro del español correcto*. Barcelona: Espasa.
- Londoño, H. (2013). *Marketing Radial*. Colombia: McGraw Hill.
- Terrones, E. (2013). *Glosario radiofónico 3era. Edición*. Lima: A.F.A., Importadores, S.A.
- Terrones, E. (2014). *Diccionario de Periodismo 3era edición*. Lima: A.F.A., Importadores, S.A.

6.2 Virtuales

- Bustamante, E. (2012). La historia de la radio en el Perú. mayo 26, 2016, de Concejo consultivo de radio y televisión Sitio web:
<http://www.concortv.gob.pe/index.php/noticias/1061-la-historia-de-la-radio-en-el-peru-por-emilio-bustamante.html>

- Portocarrero, V. (2011). Historia del periodismo en el Perú II. mayo 26, 2016, de Universidad Alas Peruanas Sitio web: <http://historyperiodismoperu.blogspot.pe/2011/06/la-radio-en-el-peru.html>
- Periodismo. pe. (2010). Las primeras radios en el Perú. mayo 25, 2016, de Periodismo en línea org. Sitio web: <http://periodismo.pe.tripod.com/radio/historia.html>
- Saavedra, W. (2013). Historia del periodismo radial. mayo 25, 2016, de Andina Sitio web: <http://dglocal10.blogspot.pe/2007/12/coloquio-historia-del-periodismo-radial.html>

SÍLABO

INGLÉS APLICADO I

Código: 19A026

1. DATOS GENERALES

1.1	Área	:	FPB
1.2	Requisito	:	Inglés Básico III
1.3	Ciclo Académico	:	IV
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

1. SUMILLA

La asignatura corresponde al área de Formación Profesional General del plan de estudios, es de carácter teórico práctico tiene como propósito brindar al estudiante estrategias para organizar y desarrollar sus ideas en el idioma de manera cohesiva en forma oral y escrita, utilizando vocabulario especializado de la carrera de periodismo incluyendo temas como tipo de publicaciones, partes de la prensa escrita, citar fuentes, medios digitales, campos de accionen del periodismo entre otros; las cuales le permitirán abordar temas variados de forma oral y escrita, estando preparados para iniciar, mantener y cerrar una conversación profesional en forma natural, así como redactar cotidianos de su quehacer profesional.

2. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- **Unidad I:** Periodismo y Noticias
- **Unidad II:** El Periódico
- **Unidad III:** Estilos de Periódicos
- **Unidad IV:** Historias y artículos

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

El estudiante será capaz de describir, entender e interpretar hechos cotidianos, sociales, académicos y culturales con vocabulario y expresiones propias de la especialidad de periodismo, respondiendo asertivamente preguntas formuladas por su interlocutor o lectores.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Utiliza expresiones y terminología propia del periodismo y la noticias
 Utiliza expresiones y terminología del ámbito de la prensa escrita
 Utiliza expresiones y terminología técnica propios de la prensa escrita
 Maneja expresiones y lenguaje relacionado a la elaboración de artículos

6. CONTENIDOS DEL CURSO.

CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología propia del periodismo y la noticias						
UNIDAD I: PERIODISMO Y NOTICIAS	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	1	El Periodismo	Discute Intereses	Muestra interés por conocer hechos relacionados por sus compañeros.	- Lee comprensivamente una página web y practica un dialogo al respecto.	Completa un formato de postulante.
	2	Publicaciones	Describe Experiencias	Respeto las intervenciones de sus compañeros.	- Lee comprensivamente un artículo y practica un dialogo al respecto.	Completa un formato resumen de entrevistador
	3	Tipos de Noticias	Solicita mayor información	Se esfuerza por desarrollar los ejercicios propuestos.	- Lee comprensivamente un horario de actividades y practica un dialogo al respecto.	Completa una guía de programación
	4	Tipos de Periódicos	Brinda noticias buenas	Valora la importancia de la lectura como parte de su crecimiento personal y profesional.	- Lee comprensivamente un artículo de una enciclopedia y practica un dialogo al respecto.	Redacta un breve análisis del medio

CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología del ámbito de la prensa escrita						
UNIDAD II: EL PERIODICO	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	5	Roles en un Periódico - Parte 1	Realiza Presentaciones personales	Respeto las ideas de sus compañeros.	Lee comprensivamente un email y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción de un memorándum
	6	Roles en un Periódico - Parte 2	Expresa su acuerdo	Respeto los puntos de vista de sus compañeros.	Lee comprensivamente un anuncio de trabajo y practica un dialogo al respecto.	Completa un formato resumen de entrevistador
	7	Equipos de la Sala de Prensa	Ofrece su apoyo	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un memorándum y practica un dialogo al respecto.	Completa un formato de solicitud de mantenimiento
	8	Partes de un Periódico	Hace cambios	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente una guía y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción de un memorándum
EXAMEN PARCIAL						

CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología técnica propios de la prensa escrita						
UNIDAD III: ESTILOS DE REDACCION	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	9	Diseño y Organización de un Periódico – Parte 1	Discute opciones	Trabaja con responsabilidad compartiendo con sus pares	Lee comprensivamente un capítulo de libro y practica un dialogo al respecto.	Completa la solicitud de un cambio de diseño

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

	10	Diseño y Organización de un Periódico – Parte 2	Hace recordatorios	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un email y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción de email
	11	Estilo de Periódico	Solicita opiniones	Respeto puntos de vista de sus compañeros	Lee comprensivamente un capítulo de libro y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción de una propuesta de diseño
	12	Contenido de un artículo periodístico	Describe resultados mixtos	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un columna de consejería y practica un dialogo al respecto.	Completa la evaluación de desempeño de un estudiante

UNIDAD IV: HISTORIAS Y ARTÍCULOS	CAPACIDAD: Maneja expresiones y lenguaje relacionado a la elaboración de artículos					
	Semana	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales	Contenidos Actitudinales	Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)	Indicadores de Logro
	13	Desarrollo de un Historia	Manifiesta su confusión o duda	Valora el medio ambiente y propone soluciones para su conservación.	Lee comprensivamente e apuntes y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción nota para el editor
	14	Brite: Articulo Breve	Brinda retroalimentación positiva	Respeto opiniones e ideas de sus compañeros al momento de exponerlas	Lee comprensivamente e asignaciones académicas y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción nota de autocrítica académica
	15	Redacción de un Articulo	Expone su preocupación	Muestra interés al escuchar las intervenciones de sus pares.	Lee comprensivamente e un fragmento de un manual y practica un dialogo al respecto.	Completa la redacción de una nota a un aprendiz
	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)	. Group conversation. . Writing skills. . Individual expositions. . Video activities.	(Práctica 1)	40%
		(Práctica 2)	
Examen Parcial (EP)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	30%
Examen Final (EF)	Dominio en aplicación en competencias de aprendizaje	Prueba escrita	30%
TOTAL			100%

7.2 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

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

Charles Mooe - Jenny Dooley, (2018). Career Paths: Journalism. 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.



8.2 Virtuales

- <http://www.curso-ingles.com/gramatica-inglesa/psimple.php>
- <http://www.englishpage.com/verbpage/simplepresent.html>
- <http://www.inglessencillo.com/presente-simple>
- http://www.myenglishpages.com/site_php_files/grammar-exercise-simple-past.php
- http://www.agendaweb.org/verbs/past_simple-exercises.html
- <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/simple-past>
- <http://www.ego4u.com/en/cram-up/grammar/present-progressive/form/exercises?form02>
- <http://www.really-learn-english.com/present-progressive-exercises.html>
- http://www.englisch-hilfen.de/en/exercises/tenses/present_progressive_mix.htm