ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: PROPIEDAD INTELECTUAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Propiedad Intelectual
1.2	Requisito	:	Ninguno
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA

El curso de Derecho de Propiedad Intelectual y Comunicaciones será desarrollado en forma teórica y práctica, a fin de capacitar al alumno en el conocimiento de los diversos derechos relacionados a la propiedad intelectual en las comunicaciones, así como su aplicación práctica y sus contenidos esenciales.

Además se realizará el estudio, análisis, debate y aplicación de las diversas normas nacionales e internacionales relacionadas a las comunicaciones, incluidos los Tratados suscritos por nuestro país y el estudio de los nuevos estándares técnico-legales que regulan el Derecho de Propiedad Intelectual a nivel nacional e internacional.

Comprende las siguientes unidades:

- Unidad I: **ASPECTOS GENERALES DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
- Unidad II: **EL DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS EN LAS COMUNICACIONES**
- Unidad III: **PROTECCION DE OBRAS AUDIOVISUALES**
- Unidad IV: **PROPIEDAD INTELECTUAL EN RADIO, TELEVISION Y CINE**

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Al concluir el curso los estudiantes conocen y valoran la importancia del Derecho de Propiedad Intelectual y su trascendencia en las actividades comunicativas; aplicando la legislación nacional e internacional a la solución de casos, así como los principios fundamentales de propiedad de las obras de creación intelectual escritas y audiovisuales.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Unidad 1.- El estudiante conocerá la importancia de la protección jurídica a lo que es producto de la creación intelectual del ser humano, diferenciará sus ámbitos de

aplicación y valorará la importancia de la propiedad intelectual en el ejercicio de las actividades comunicativas.

- Unidad 2.- El estudiante conocerá los principales aspectos de la titularidad de los derechos de autor e identificará los distintos derechos conexos a los derechos de autor en las comunicaciones.
- Unidad 3.- El estudiante conocerá y aplicará las principales normas del sistema internacional referidas a la protección y promoción de los derechos de autor de obras audiovisuales.
- Unidad 4.- El estudiante conocerá y aplicará las principales normas La Ley de telecomunicaciones y de la ley cinematográfica.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: ASPECTOS GENERALES DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	**CAPACIDAD:** El estudiante conocerá la importancia de la protección jurídica a lo que es producto de la creación intelectual del ser humano, diferencia sus ámbitos de aplicación y valorando la importancia de la propiedad intelectual en el ejercicio de las actividades comunicativas.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	1	Derecho de Propiedad Intelectual: Concepto. Orígenes y evolución histórica	Entiende la Importancia del Derecho a la propiedad intelectual, sus orígenes históricos y su desarrollo jurídico	Reconoce y valora los contenidos esenciales del derecho a la propiedad, el derecho a la propiedad intelectual	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Conoce la importancia del derecho a la propiedad intelectual en nuestro sistema jurídico y entiende su importancia para el ejercicio de las comunicaciones
	2	Áreas de protección y ámbitos de aplicación de la propiedad intelectual	Entiende el ámbito general de protección de la propiedad intelectual	Reconoce los mecanismos de protección del derecho a la propiedad intelectual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce y aplica los mecanismos de protección del derecho a la propiedad intelectual.
	3	Naturaleza jurídica de los derechos conexos a la propiedad intelectual	Entiende la naturaleza jurídica de la propiedad intelectual y los derechos conexos a esta.	Reconoce los derechos conexos a la propiedad intelectual, especialmente los referidos a las comunicaciones	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	lidentifica los derechos conexos a la propiedad intelectual, y entiende la naturaleza jurídica de cada uno
	4	Protección constitucional de la propiedad intelectual	Entiende el contenido constitucionalmente protegido de la propiedad intelectual, su protección como derecho fundamental	Reconoce aplica los principios constitucionales referidos a la propiedad y a la propiedad	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual	Aplica los principios y las normas constitucionales referidas a la propiedad

			y su importancia.	intelectual	y grupal. Ejercicios prácticos	intelectual a casos específicos.

UNIDAD II: EL DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS EN LAS COMUNICACIONES	**CAPACIDAD:** El estudiante conocerá los principales aspectos de la titularidad de los derechos de autor e identificará los distintos derechos conexos a los derechos de autor en las comunicaciones.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	5	La obra como objeto de protección. Definición y Requisitos de protección.	Entiende los elementos constitutivos de la obra como producto intelectual	Reconoce y aplica los mecanismos de protección de la obra como producto intelectual	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Diferencia y aplica a los diferentes casos las normas de protección de la propiedad intelectual
	6	Contenido del derecho de autor: Derecho moral. Derecho patrimonial. Duración del derecho patrimonial.	Entiende el contenido y el ámbito de protección del derecho de autor.	Identifica los derechos morales y los derechos patrimoniales de los autores en la obra.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Aplica a los casos concretos el derecho de autor.
	7	Protección de obras especiales. Limitaciones del derecho. Uso de obras públicas. Y productos derivados	Entiende y delimita el derecho de autor en el uso de obras públicas y productos derivados	Reconoce las diferentes formas del derecho de propiedad intelectual y derechos de autor	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Identifica y aplica a los casos concretos las normas referidas a los derechos de autor y propiedad intelectual.
	8	Requisitos de la propiedad intelectual: originalidad y productos derivados	Entiende los requisitos de originalidad en la obra	Reconoce las diferentes formas en las que una obra de propiedad intelectual es reconocida como tal.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce y aplica las normas jurídicas que amparan la obra como producto original del autor.

UNIDAD III : PROTECCION DE OBRAS AUDIOVISUALES	**CAPACIDAD:** El estudiante conocerá y aplicará las principales normas del sistema internacional referidas a la protección y promoción de los derechos de autor de obras audiovisuales.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	9	Propiedad intelectual de los artistas, de los intérpretes o ejecutantes, de los productores de productos audiovisuales.	Entiende la Importancia de la propiedad intelectual en los productos audiovisuales	Reconoce y entiende objeto de protección de la propiedad intelectual y los sujetos de estos derechos	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Entiende y diferencia el objeto y lo sujetos de la propiedad intelectual.
	10	El Convenio de Berna. Principios de protección. La Convención de Roma.	Entiende la Importancia de las normas y los tratados internacionales respecto a propiedad intelectual	Diferencia y entiende las normas y los tratados internacionales respecto a propiedad intelectual.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce los casos en los que se aplican las normas y los tratados internacionales respecto a propiedad intelectual.
	11	Titularidad y Trasmisión de los Derechos de Autor	Entiende las formas de titularidad y transmisión de los derechos de autor	Aplica a casos concretos las formas de titularidad y transmisión de los derechos de autor.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce y aplica a casos concretos las formas de titularidad y transmisión de los derechos de autor
	12	La piratería y otras infracciones al derecho de autor.	Explica los factores que influyen en la permanente infracción a las normas del Derecho de Autor.	Adopta una opinión crítica respecto de los temas tratados.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Aplica a los casos concretos, las normas fundamentales referidas a la piratería y otras infracciones a los derechos de autor.

UNIDAD IV: PROPIEDAD INTELECTUAL EN RADIO, TELEVISION Y CINE	CAPACIDAD: El estudiante conocerá y aplicará las principales normas La Ley de telecomunicaciones y de la ley cinematográfica.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	13	La Ley de Cinematografía Peruana, Ley 26370. CONACINE	Entiende la Importancia de la ley de Cinematografía Peruana, Ley 26370. CONACINE	Identifica y aplica las normas de Cinematografía Peruana, Ley 26370. CONACINE	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Aplica la legislación vigente para el establecimiento de ´proyectos audiovisuales.
	14	Ley sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos: Copyright y Regalías	Entiende la Importancia de los derechos de autor en la producción de productos audiovisuales	Reconoce y entiende la legislación vigente aplicable a la actividad cinematográfica. Copyright y Regalías	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Identifica y aplica a los casos concretos la legislación cinematográfica peruana.
	15	Producción, Distribución, Bandas Sonoras, productos derivados.	Entiende las normas referidas a la producción y distribución de productos cinematográficos.	Identifica y aplica las normas de la legislación nacional referidas a la producción y distribución de productos cinematográficos.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point. Trabajo individual y grupal. Ejercicios prácticos	Reconoce la problemática actual de la regulación cinematográfica
	16	**EXAMEN FINAL**				

6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas :

- **ANTEQUERA PARILLI**, Ricardo y FERREYROS CASTAÑEDA, Marisol (1996). El nuevo Derecho de Autor en el Perú. Lima, Perú, Editorial Peru Reporting. Lima.
- **INDECOPI.** Colección de Jurisprudencia de la Sala de Propiedad Intelectual del Indecopi, 2000.
- **MARAVÍ CONTRERAS,** Alfredo. Cuaderno de Trabajo Nº 16: Breves apuntes sobre el problema de definir la originalidad en el derecho de autor. Departamento Académico de Derecho Pontificia Universidad Católica del Perú. Julio, 2010
- **UGARTECHE VILLACORTA**, Rubén (2008). Las instituciones del derecho de autor y los derechos conexos en el Decreto Legislativo 822. Anuario Andino de Derechos Intelectuales. Año III - Nº 4. Lima.

7.2 Virtuales:

- **Guía de Derecho de Autor en el Cine**
  https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/143803/GDA_cine.pdf

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: INDUSTRIAS CULTURALES Y DE ENTRETENIMIENTO

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Industrias Culturales y de Entretenimiento
1.2	Requisito	:	Ninguno
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	3

2. SUMILLA

La asignatura tiene como objetivo proporcionar al estudiante información referida a un elemento central de la sociedad moderna: la industria cultural, como la segunda industrialización basada en el mundo simbólico, de las imágenes y en lo onírico. Se diferencia de la revolución industrial, que fue la industrialización de objetos. Se explica la expansión del mercado a la cultura, se analiza el espacio público, las mediaciones culturales y el desarrollo de la industria cultural. Se analiza el rol de los medios en la industria cultural.

Comprende las siguientes unidades:

- Unidad I: La industria cultural de la edición bibliográfica.
- Unidad II: La industria cultural de la música.
- Unidad III: La industria cultural de la producción cinematográfica.
- Unidad IV: La industria cultural de los videojuegos y el entretenimiento.

3. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Eficacia para identificar y analizar la relevancia de las industrias culturales y su importancia en la sociedad.

4. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Reconoce el rol de los medios de comunicación identificando y distinguiendo la industria bibliográfica.
- Identifica soportes digitales y su importancia en el ámbito radiofónico.
- Identifica la importancia de la industria televisiva y cinematográfica.
- Desarrolla audiovisuales para el mercado de soporte digital.

5. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: La industria cultural de la edición bibliográfica.	**CAPACIDAD:** Reconoce el rol de los medios de comunicación identificando y distinguiendo la industria bibliográfica					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	1	Industrias culturales. Origen e historia de un concepto.	Investiga los conceptos básicos relacionados al tema.	Valora la importancia de las nociones generales sobre Industrias Culturales.	Lecturas, Power Point	Domina las nociones generales sobre Industrias Culturales.
	2	La Economía creativa y las industrias culturales.	Identifica y reconoce los principios de la economía creativa.	Reconoce la importancia de los principios de la economía creativa.	Lectura, Power Point	Conoce y aplica los principios de la economía creativa.
	3	El rol de los medios de comunicación en las industrias culturales.	Relaciona el rol de los mass media con las industrias culturales.	Asume una actitud crítica respecto a la relación entre los mass media y la industria cultural.	Texto, Lectura, Video, Power Point	Distingue y descubre las diferencias y similitudes entre los mass media y las industrias culturales.
	4	La industria de la edición bibliográfica.	Identifica características y particularidades de la industria bibliográfica.	Reconoce la importancia de la industria bibliográfica.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la industria bibliográfica.

UNIDAD II: La industria cultural de la música.	**CAPACIDAD:** Identifica soportes digitales y su importancia en el ámbito radiofónico.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	5	El mercado de la prensa diaria, semanal y mensual.	Identifica características y particularidades de la prensa diaria, semanal y mensual.	Reconoce la importancia de la prensa diaria, semanal y mensual.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la prensa diaria, semanal y mensual.
	6	La música grabada: de los soportes físicos a los servicios digitales.	Identifica características y particularidades de los soportes físicos y los servicios digitales de la música.	Reconoce la importancia de los soportes físicos y los servicios digitales de la música.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de los soportes físicos y los servicios digitales de la música.

	7	El Ministerio de Cultura. DAFO.	Identifica las oportunidades que brinda el Ministerio de Cultura a la industria del cine.	Reconoce la importancia del Ministerio de Cultura en la producción cinematográfica.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica las oportunidades que brinda el Ministerio de Cultura a la industria del cine.
	8	La industria radiofónica en Perú,	Identifica características y particularidades de la industria radiofónica.	Reconoce la importancia de la industria radiofónica.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la industria radiofónica.

UNIDAD III: La industria cultural de la producción cinematográfica	**CAPACIDAD:** Identifica la importancia de la industria televisiva y cinematográfica.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	9	La industria de producción cinematográfica.	Identifica características y particularidades de la producción cinematográfica.	Reconoce la importancia de la producción cinematográfica.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la producción cinematográfica.
	10	La industria de distribución y exhibición cinematográfica.	Identifica características y particularidades de la distribución y exhibición cinematográfica.	Reconoce la importancia de la distribución y exhibición cinematográfica.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la distribución y exhibición cinematográfica.
	11	La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas: El OSCAR.	Identifica características y particularidades de La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas: El OSCAR.	Reconoce la importancia de La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas: El OSCAR.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas: El OSCAR.
	12	La televisión de señal abierta: el multicanal TDT.	Identifica características y particularidades del multicanal TDT.	Reconoce la importancia del multicanal TDT.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades del multicanal TDT.

UNIDAD IV: La industria cultural de los videojuegos y el entretenimiento	CAPACIDAD: Desarrolla audiovisuales para el mercado de soporte digital.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	13	La televisión en señal cerrada: operadores de cable.	Identifica características y particularidades de la televisión por cable.	Reconoce la importancia de la televisión por cable.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades de la televisión por cable.
	14	El fenómeno Netflix	Identifica características y particularidades del streaming: caso Netflix.	Reconoce la importancia del streaming: caso Netflix.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades del streaming: caso Netflix
	15	El mercado de los videojuegos y el software de entretenimiento.	Identifica características y particularidades del mercado de los videojuegos y el software de entretenimiento.	Reconoce la importancia del mercado de los videojuegos y el software de entretenimiento.	Texto, Video, Power Point	Distingue e identifica particularidades del mercado de los videojuegos y el software de entretenimiento.
	16	**EXAMEN FINAL**				

6. EVALUACIÓN

6.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 Físicas:

Comparato, Doc. (1986). El guion: Arte y técnica de escribir para cine y tv. Buenos Aires, Argentina. Garay ediciones.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: CREATIVIDAD Y DIRECCIÓN ARTÍSTICA

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Creatividad y Dirección Artística
1.2	Requisito	:	Ninguno
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2020-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

Asignatura de naturaleza teórico-práctica que tiene como propósito desarrollar diversas técnicas del quehacer creativo que incentiven al estudiante a explorar sus talentos y habilidades basados en su inspiración personal. Con esto, el estudiante será capaz de realizar propuestas inventivas en favor de la dirección de arte de diferentes proyectos audiovisuales, teniendo en cuenta conocimientos específicos de las áreas de diseño escenográfico, vestuario, maquillaje, entre otros.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: La creatividad en la sociedad.
- Unidad II: El proceso y las técnicas creativas.
- Unidad III. Fundamentos estéticos de la dirección de arte.
- Unidad IV. Propuesta de dirección de arte.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analizar proyectos y diseñar propuestas creativas para diversos campos de acción de la profesión, empleando conocimientos específicos de las áreas de diseño escenográfico, vestuario, maquillaje entre otros.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Reconoce una situación problemática, selecciona y plantea un problema por resolver, a partir de la misma.
- Realiza soluciones innovadoras vinculadas a los aspectos comunicacionales, teniendo en cuenta las técnicas del quehacer creativo.
- Conoce los fundamentos estéticos de la dirección de arte.
- Elabora una propuesta de arte, teniendo en cuenta los diferentes conocimientos específicos de las áreas de diseño escenográfico, vestuario, maquillaje, entre otros, en función de un guion.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: LA CREATIVIDAD EN LA SOCIEDAD	**CAPACIDAD:** Reconoce una situación problemática, selecciona y plantea un problema por resolver, a partir de la misma.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	La creatividad ¿Se hace o se nace? La actitud creativa.	Investiga sobre ambas posturas y debate sustentando su opinión. Realiza un organizador visual sobre el tema.	Sustenta su postura de forma respetuosa.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo. Debate.	Conceptualiza y explica la creatividad.
	2	La creatividad para el comunicador audiovisual.	Aplica la creatividad proponiendo un producto audiovisual de concientización frente a una problemática social.	Valora la importancia de la creatividad en la labor del comunicador audiovisual.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo colaborativo.	Identifica la importancia de la creatividad para el comunicador audiovisual, en su ejercicio profesional.
	3	La creatividad y la innovación.	Realiza un organizador visual sobre la innovación y la creatividad.	Reconoce el valor de la creatividad en la innovación.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Reconoce los aportes de la creatividad en la innovación tecnológica.
	4	La creación y sus formas. ¿Cómo se generan las ideas?	Analiza y propone hipótesis sobre posibles acontecimientos, a partir de fotografías.	Reconoce signos y genera ideas a partir de los disparadores creativos.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Desarrollan relatos creativos a partir de imágenes propuestas.

UNIDAD II: EL PROCESO Y LAS TÉCNICAS CREATIVAS.	CAPACIDAD: Realiza soluciones innovadoras vinculadas a los aspectos comunicacionales, teniendo en cuenta las técnicas del quehacer creativo.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	El pensamiento. Tipos de pensamiento. El proceso creativo.	Ejemplifica y explica los diferentes tipos de pensamiento.	Valora los diferentes tipos de pensamiento.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Identifica los tipos de pensamiento y su uso en la resolución de problemas.
	6	Técnicas creativas: Scamper, Sensanation, Sleep Writting.	Propone un producto o servicio aplicando las técnicas vistas en clase.	Valora la variedad de técnicas creativas y sus usos.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Aplica las diferentes técnicas creativas vistas durante la clase.
	7	Brainstorming, Mapas mentales, Técnica de los 6 sombreros. .	Propone un producto o servicio aplicando las técnicas vistas en clase.	Valora la variedad de técnicas creativas y sus usos.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Aplica las diferentes técnicas creativas vistas durante la clase.
	8	Examen Parcial	Aplica los conocimientos adquiridos frente a casos específicos.	Trabaja colaborativamente en favor de un proyecto de aplicación.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Realiza propuestas creativas relacionadas al ámbito comunicacional.

UNIDAD III: FUNDAMENTOS ESTÉTICOS DE LA DIRECCIÓN DE ARTE	**CAPACIDAD:** Conoce los fundamentos estéticos de la dirección de arte.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	La dirección de arte. El equipo de dirección de arte.	Analiza y clasifica la labor del equipo de arte en un producto audiovisual.	Valora la importancia de la dirección de arte en los proyectos audiovisuales.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Identifica el trabajo de la dirección de arte y su equipo de trabajo.
	10	Teoría del color	Identifica los colores empleados en los logos de diferentes marcas para explicar la identidad.	Reconoce el significado de los colores según su psicología.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Clasifica los colores en el círculo cromático.
	11	Desarrollo de la paleta de color	Crea una paleta de color a partir de un proyecto audiovisual determinado.	Evalúa la pertinencia de la combinación de colores en un proyecto audiovisual.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Aplica la teoría del color, al crear una paleta en función de un caso particular. Identifica la armonía cromática de un proyecto audiovisual.
	12	Procesos de arte a partir de la lectura de un guion.	Reconoce las tareas a realizar y las áreas respectivas, a partir de la lectura de un guion, para realizar una propuesta de dirección de arte.	Valora la importancia del equipo de arte, y su trabajo, a partir de la lectura de un guion.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Analiza un guion, lo interpreta visualmente y clasifica las actividades a realizar teniendo en cuenta los roles del equipo de arte.

UNIDAD IV: PROPUESTA DE DIRECCIÓN DE ARTE	**CAPACIDAD**: Elabora una propuesta de arte, teniendo en cuenta los diferentes conocimientos específicos de las áreas de diseño escenográfico, vestuario, maquillaje, entre otros, en función de un guion.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	13	Scouting de locaciones, Escenografía y ambientación de un proyecto.	Identifica los requerimientos de un guion en cuanto a las locaciones necesarias para contar una historia. Elabora una propuesta de escenografía y ambientación	Demuestra criterio para proponer locaciones, elementos escenográficos y de ambientación.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo	Propone locaciones, estilo de escenografía y ambientación para un proyecto.
	14	Propuesta de utilería.	Identifica las necesidades de un guion en cuanto a utilería y elabora una propuesta.	Demuestra criterio para identificar y proponer la utilería de un proyecto.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Propone la utilería necesaria para un proyecto.
	15	Propuesta de vestuario, peinados y maquillaje.	Reconoce los perfiles de los personajes de un guion y propone su vestuario, peinado y maquillaje.	Demuestra criterio para realizar una propuesta de vestuario, peinado y maquillaje.	Exposición dialogada. Aprendizaje activo. Trabajo de grupo.	Propone estilos de vestuario, peinado y maquillaje en función de los personajes de una historia. .
	16	**EXAMEN FINAL**				

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas:

- Davis, T. (20029.Escenógrafos: artes escénicas. España: Océano.
- Ettedgui, P. (2002). Diseño de producción y dirección artística: Cine. España: Océano.
- Fernández, D. Jácome, D. (2018). Vestir al personaje. España: Cumbres Ediciones
- Hendrick, N. Tamayo Vargas, A. (2015). La Dirección de arte en el cine peruano. Perú: Universidad
- de Lima Fondo Editorial
- Murcia, F. (2002). La escenografía en el cine. España: IBERAUTOR
- Nadoolman, D. (2004). Cine: Diseñadores de vestuario. España: Océano.
- Rizzo, M. (2007). Manual de Dirección Artística Cinematográfica. España: Omega.
- Tauler, A. (2010). Dirección artística de cine y Televisión. E.E.U.U: Xlibris.
- De Bono, Edward (2008). “El pensamiento Lateral”. Argentina: Paidós.
- Foster T.R. (2007). “101 Métodos para generar ideas: como estimular la creatividad”. España. Deusto.
- Gardner,Howard (2005). “Arte, mente y cerebro”. España: Surcos.
- Guilera Agüera, Llorenc (2011). “Anatomía de la Creatividad” España. Fundit escuela Superior de Disseny ESDi.
- Rodriguez, Santiago (2009). “Creatividad en Marketing Directo”. España. Deusto S.A.

8.2 Virtuales:

- Zapelli, G. (2016) Imagen Escénica. Editorial de la Universidad de Costa Rica Sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=LFKyyti4OY8C&pg=PA33&dq=escenografias+en+el+cine&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi2kKPE6pTuAhXoI7kGHcgsAxIQ6AEwBXoECAgQAg#v=onepage&q=escenografias% 20en%20el%20cine&f=false

- Hernández, G. Dirección de arte para producciones Audiovisuales. Sitio web: https://books.google.com.pe/books?id=GnqbDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=direccion+de+arte+en+el+cine&hl=es- 419&sa=X&ved=2ahUKEwio-PCP6ZTuAhV9GbkGHXw2CKgQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=direccion%20de%20arte%20en%20el%20cine&f=false

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: COMUNICACIÓN CORPORATIVA AUDIOVISUAL

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Comunicación Corporativa Audiovisual
1.2	Requisito	:	Comunicación y Resolución de Crisis
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico		2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
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:

- 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

2. 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

3. 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.

4. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I:FUNDAMENTOS DE GESTIÒN 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)**	**Indicadores de Logro**
	1	Desafío de la Gestión: Calidad, competitividad, y ética Gestión y gestores El proceso de gestión más calidad. Funciones tradicionales de la gestión. Tipos de gestores. Capacidades propias de la gestión. Roles de gestión.	Define los términos de calidad, competitividad y ética. Define los términos de gestión y gestores Analiza y explica el proceso de gestión más calidad Identifica las funciones tradicionales de gestión. Clasifica los tipos de gestores. Explica qué tipo de capacidades necesitan los gestores para lograr sus objetivos. Identifica los roles asumidos por los gestores.	Valora la importancia de la calidad, competitividad y ética Reconoce la importancia del gestor en la gestión. Reconoce la importancia de gestionar con un enfoque centrado en la calidad Reconoce la necesidad de las FTG y de su ejercicio eficaz. Valora la función del gestor en cada nivel de gestión. Reconoce la necesidad del gestor de adquirir y desarrollar una serie de capacidades	Presentación de la asignatura e información general para su desarrollo. Precisa la metodología, forma grupos de trabajo para las exposiciones, y dispone material bibliográfico. Expone el tema. Comentario y debate. Resumen del profesor. Encargo de tarea.	Define los términos de calidad, competitividad y ética. Define los términos de gestión y gestores Explica por qué un enfoque centrado en la calidad se ha hecho imperativo Identifica las funciones tradicionales de gestión. Enumera los tipos de gestores. Explica qué tipo de capacidades necesitan los gestores para lograr sus objetivos

				Valora las pautas de conducta que se espera del gestor		Explica los roles asumidos por los gestores.
	2	Planificación: Qué es la planificación. Por qué es necesaria la planificación. Ventajas de la planificación. Tipos de planificación. Etapas del proceso de planificación. Enfoque de calidad total para la planificación**.**	Define la planificación y analiza las características de la planificación eficaz. Describe los cuatro factores que ponen de relieve la necesidad de planificar. Analiza los beneficios que la planificación reporta a las organizaciones 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.	Reconoce la importancia de la planificación eficaz. Reconoce la necesidad de planificar en las organizaciones Aprecia los beneficios de la planificación. Diferencia las actividades de planificación. Reconoce la importancia del proceso de planificación Reconoce la importancia de los métodos de planificación basados en la calidad.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Define la planificación y analiza las características de la planificación eficaz. Describe los cuatro factores que ponen de relieve la necesidad de planificar. Analiza los beneficios que la planificación reporta a las organizaciones 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.
	3	Organización: La organización y la estructura organizativa. Determinación de la estructura de organización. Dimensiones de la estructura de la organización. Diseño de la organización.	Define los términos organizar y estructura de la organización. Explica cómo determinan los gestores la estructura de la organización. Explica las diferentes dimensiones mediante las cuales los gestores pueden entender y describir la estructura de la organización. Describe los modelos de diseño organizacional	Idéntica la importancia de una estructura organizativa eficaz. Resume las cuatro decisiones de mayor trascendencia para determinar la estructura de la organización. Identifica tres dimensiones mediante los cuales los gestores pueden entender la estructura de la organización. Compara las organizaciones mecanicistas, orgánicas y matriciales.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Define los términos organizar y estructura de la organización. Explica cómo determinan los gestores la estructura de la organización. Explica las diferentes dimensiones mediante las cuales los gestores pueden entender y describir la estructura de la organización. Describe los modelos de diseño organizacional

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

UNIDAD II: ORGANIZACIÓN y FUNCIONAMIENTO DE EMPRESA

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
5	La Empresa, empresario y emprendedor. Objetivo de la empresa Tipos de empresa	Define los términos de empresa, empresario y emprendedor. Explica el objetivo de las empresas y su relación inherente con el mercado y el entorno. Clasifica los tipos de empresa por sector económico, tamaño, región, y por tipo de mercado	Reconoce la importancia de la empresa y distingue entre emprendedor y empresario Identifica el objetivo fundamental de las empresas y la importancia del mercado y el entorno Reconoce la importancia de clasificar los tipos de empresa	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	La Empresa, empresario y emprendedor. Objetivo de la empresa Tipos de empresa
6	Elementos de la empresa: -Gobierno corporativo. -Área de operación. -Área de ventas. -Área de finanzas. -Área de RH. La cadena de valor Marketing	Explica los elementos que conforman la empresa, sus funciones y la relación que se establece entre ellos. Analiza y explica la cadena de valor Analiza y explica el marketing	Identifica la importancia de cada elemento de la empresa Reconoce la cadena de valor como forma de análisis para identificar ventaja competitiva Reconoce la importancia del marketing para satisfacer al consumidor a cambio de utilidades para la empresa.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Explica los elementos que conforman la empresa, sus funciones y la relación que se establece entre ellos. Analiza y explica la cadena de valor Analiza y explica el marketing
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	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor 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 empresas o nuevas unidades de negocio para empresas en marcha.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	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.

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.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor 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 entretenimiento y las empresas informativas.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, debate, comenta y explica el tema, y retroalimenta. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Analiza y explica cómo funcionan las empresas de servicios y su importancia. Analiza y explica cómo funcionan las empresas de medios y su importancia
11	Teoría de la comunicación**.** Tipos y funciones de los medios de comunicación. Efectos de los medios de comunicación. La relación de los medios de comunicación con otras formas de comunicación.	Analiza y explica los tipos y funciones de los medios de comunicación. Analiza y explica los efectos de los medios de comunicación. Explica la relación de los medios de comunicación con otras formas de comunicación.	Valora la función que cumplen los medios de comunicación. Identifica tres efectos de los medios de comunicación Valora como teorías de la comunicación la teoría de dos pasos y la teoría del cultivo.	Grupo de alumnos Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, debate, comenta y explica el tema, y retroalimenta. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Analiza y explica los tipos y funciones de los medios de comunicación. Analiza y explica los efectos de los medios de comunicación. Explica la teoría de los dos pasos y la teoría del cultivo.

	12	El proceso de comunicación de masas. Papel de los medios de comunicación**.** Otra clasificación de los medios de comunicación. Medios de comunicación y cultura. Medios de comunicación y economía. Historia de las comunicaciones de masas. Los controles sobre los medios de comunicación	Analiza y explica las cuatro funciones básicas para los medios de comunicación. Clasifica los medios de comunicación a través de su uso previsto y como medios elitistas y populistas. Analiza la influencia de los medios de comunicación en la cultura. Analiza la influencia de la economía sobre los medios de comunicación. Comenta la historia de la comunicación de masas. Explica las formas de control sobre los medios de comunicación.	Identifica las funciones básicas de los medios de comunicación. Obtiene una comprensión más completa de medios de comunicación. Reconoce el papel social y cultural de los medios de comunicación. Reconoce como aspecto importante de los medios de comunicación el económico. Considera la historia de la comunicación de masas como una serie de revoluciones en el desarrollo del lenguaje y la comunicación misma. Reconoce la existencia de una gran variedad de controles reales o potenciales sobre el funcionamiento de los medios de comunicación.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Analiza y explica las cuatro funciones básicas para los medios de comunicación Describe la clasificación de medios de comunicación a través de su uso previsto y como medios elitistas y populistas. Analiza la influencia de los medios de comunicación en la cultura. Analiza la influencia de la economía sobre los MC. Describe la historia de la comunicación de masas como una serie de revoluciones en el desarrollo del lenguaje y de la comunicación misma. Explica las formas de control sobre los medios de comunicación

UNIDAD IV: FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA DE MEDIOS Y CREACIÓN

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
13	Funcionamiento de la empresa informativa en medios tradicionales La información como bien social y la gratuidad de la información. Empresas informativas de prensa. Empresas informativas en medios electrónicos.	Explica la importancia de la información dentro de la sociedad. Explica los ingresos, gastos y funcionamiento administrativo de las empresas informativas de prensa Explica los ingresos, gastos, y funcionamiento administrativo de las empresas informativas en medios electrónicos.	Identifica la importancia de la información dentro de la sociedad. Identifica la estructura empresarial de instituciones informativas, genera y distribuye los ingresos para construir valor. Identifica la forma en que la estructura empresarial de empresas en medios electrónicos genera y distribuye los ingresos para construir valor.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Explica la importancia de la información dentro de la sociedad. Explica los ingresos, gastos y funcionamiento administrativo de las empresas informativas de prensa Explica los ingresos, gastos, y funcionamiento administrativo de las empresas informativas en medios electrónicos.
14	Empresa Informativa en los Medios Digitales. La digitalización de los medios. Internet Modelo de negocio. Cambios en las empresas informativas digitales.	Analiza el fenómeno de la digitalización de los medios. Explica la importancia del internet para las empresas de información digitales y usuarios. 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 la digitalización de la información implica profundas consecuencias para cada aspecto de la comunicación 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. Encuentra caminos para informar al público de forma mucho más profunda y rápida.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Analiza el fenómeno de la digitalización de los medios. Explica la importancia del internet para las empresas de información. 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.	Los alumnos exponen el tema. El profesor analiza, comenta y explica el tema, y retroalimenta. Comentario y debate con los estudiantes. El profesor dispone tareas. El estudiante guarda su informe para presentarlo posteriormente agregando las tareas dispuestas por el profesor.	Describe las obligaciones legales de las empresas. Describe las formas jurídicas en que se organizan las empresas.
		Formas Jurídicas. Ejemplo de proyecto de creación de empresa de comunicación social.	Desarrolla un proyecto de creación de empresa de comunicación social	Muestra criterio técnico y trabaja en equipo con creatividad, responsabilidad y juicio crítico.		Desarrolla un proyecto de creación de empresa de comunicación social
	16	**EXAMEN FINAL**				

5. EVALUACIÓN

5.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1 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

6.2 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

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN I

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Producción de Televisión I
1.2	Requisito	:	Creación de Formatos Televisivos
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.7	Créditos Académicos	:	4

2. SUMILLA

La asignatura comprende el diseño de proyectos de producción televisiva de corte periodístico y magazín.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

- Unidad I: La información y la noticia en televisión.
- Unidad II: El estudio de televisión y el equipo humano
- Unidad III: Cobertura, Redacción y pauta periodística en televisión.
- Unidad IV: Desarrollo de escaleta, revisión y evaluación del diseño de proyecto de producción.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Reconoce, analiza y evalúa la importancia en el proceso de producción audiovisual, sus partes, elementos y contenidos en la realización de un proyecto audiovisual con contenido de género informativo-magazín.

.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

- Ubica y reconoce la importancia como insumo de un programa informativo-magazín los elementos noticiosos o informativos que se transmitirán en un programa de televisión de esta naturaleza.
- Reconoce y valora el desarrollo de las nuevas tecnologías y su adecuada utilización en la realización y emisión de un programa informativo-magazín, así como la labor del profesional en esta área.
- Aprende, conoce y evalúa la importancia de una pauta, estructura, escaleta y su interacción con el desarrollo o emisión de un programa informativo-magazín.
- Ejecuta y evalúa los diversos elementos aprendidos para el desarrollo de un proyecto audiovisual de corte informativo-magazín.

6. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: LA INFORMACIÓN Y LA NOTICIA EN TELEVISIÓN.	**CAPACIDAD: Ubica y reconoce la importancia como insumo de un programa informativo-magazín los elementos noticiosos o informativos que se transmitirán en un programa de televisión de esta naturaleza**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	1	Información y el lenguaje de la noticia.	Reconoce la importancia de los contenidos informativos para desarrollar una nota periodística televisiva.	Valora el trabajo de identificar y procesar la información periodística y noticia.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point	Reconoce la importancia de la información en televisión.
	2	La televisión y los géneros informativos periodísticos.	Reconoce las formas como se presenta la información en un programa periodístico-magazín.	Identifica, evalúa y diferencia la información y sus formas de presentarse en un programa periodístico-magazín.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y desarrollo de un ejercicio práctico.	Identifica y diferencia la información de acuerdo a sus funciones comunicativas.
	3	La labor periodística en el medio televisivo.	Reconoce como tratar una información, suceso o hecho como noticia con criterio televisivo.	Identifica las tecnologías audiovisuales y su aplicación en la realización de un producto audiovisual periodístico-televisivo.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y desarrollo de ejercicio práctico.	Reconoce y valora la imagen y el sonido en su labor televisiva.
	4	La fuente informativa.	Reconoce y analiza una buena fuente informativa en la labor periodística en televisión.	Valora la importancia de las fuentes informativas en el trabajo de un programa periodístico-magazín.	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y análisis de casos.	Identifica la importancia de la fuente informativa en su trabajo de evaluación en la credibilidad de su programa e impacto.

UNIDAD II: EL ESTUDIO DE TELEVISIÓN Y EL EQUIPO HUMANO	**CAPACIDAD: Reconoce y valora el desarrollo de las nuevas tecnologías y su adecuada utilización en la realización y emisión de un programa informativo-magazín, así como la labor del profesional en esta área.**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	5	El estudio de televisión, foro o plato.	Reconoce el entorno operativo de la labor profesional en el desarrollo de un programa de televisión.	Reconoce la importancia del desarrollo operativo tecnológico en la emisión de un programa de televisión.	El docente expone con PPT. Y material audiovisual.	Identifica las diversas tecnologías de un estudio de televisión y su importancia.
	6	La sala de control maestro, Switcher de vídeo y sonido.	Identifica la importancia del entorno operativo de la labor profesional de la dirección televisiva.	Reconoce la importancia de lo tecnológico y su operatividad en el proceso de producción audiovisual.	El docente expone el tema con PPT así como material audiovisual.	Reconoce y describe las tecnologías en realización televisiva en un estudio de televisión.
	7	El equipo de producción: director periodístico, Productor general, Productor Periodístico.	Identifica la importancia del entorno de la dirección periodística-magazín en un programa de televisión.	Reconoce la importancia de un equipo humano y su operatividad en el proceso de producción audiovisual.	El docente expone el tema con PPT así como material audiovisual	Identifica, reconoce la importancia de la actividad del capital humano en la producción televisiva.
	8	El equipo de producción: El productor ejecutivo, El asistente de producción, El jefe de informaciones.	Reconoce la importancia de lo tecnológico y su operatividad en el proceso de producción audiovisual.	Reconoce la importancia de un equipo humano y su operatividad en el proceso de producción audiovisual	El docente expone el tema con separatas, textos, videos y Power point y análisis de casos	Identifica, reconoce la importancia de la actividad del capital humano en la producción televisiva.

UNIDAD III: COBERTURA, REDACCIÓN Y PAUTA PERIODÍSTICA EN TELEVISIÓN.	**CAPACIDAD: Aprende, conoce y evalúa la importancia de una pauta, estructura, escaleta y su interacción con el desarrollo o emisión de un programa informativo-magazín.**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	9	El equipo de campo: El reportero, el productor de campo, el camarógrafo, el asistente de cámara, técnico de sonido.	Conoce e identifica la importancia del entorno del trabajo de campo en la realización de un programa de televisión periodístico-magazín.	Reconoce la importancia de un equipo humano y su profesionalismo en el proceso de realización televisiva.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual.	Identifica, reconoce la importancia de la actividad del capital humano en la producción televisiva.
	10	Redacción televisiva, entrada periodística y bite periodístico.	Reconoce la importancia de la forma como se presenta la parte de redacción en el desarrollo de un programa televisivo trabajo periodístico-magazín.	Identifica, evalúa y diferencia la información y su redacción y formas de presentarse en un programa periodístico-magazín	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual.	Identifica y diferencia la información de acuerdo a sus funciones comunicativas en la redacción.
	11	La post-producción periodística audiovisual. Guion noticioso, pauta periodística, edición periodística, rol y recursos.	Identificar y reconocer la importancia del trabajo de continuidad y eje en el desarrollo de una línea de tiempo narrativa periodística.	Identifica, reconoce y evalúa la forma como se desarrolla la edición periodística televisiva en un programa periodístico-magazín	El docente expone con ayuda de PPT Exposición Separatas Diapositivas y material audiovisual.	Desarrollo de una idea e importancia televisiva de la posterior posproducción audiovisual y su registro.
	12	Importancia de la medición de audiencia (Rating)	Reconoce las importancias de una pos evaluación de la transmisión de un programa periodístico-magazín.	Identificar este proceso de medición y su aplicación en la reestructuración del programa.	El docente expone con ayuda de PPT Exposición, Diapositiva y presentación de caso.	Desarrolla un concepto y sentido evaluativo de la importancia de la medición de audiencia.

UNIDAD IV: DESARROLLO DE ESCALETA, REVISIÓN Y EVALUACIÓN DEL DISEÑO DE PROYECTO DE PRODUCCIÓN.	**CAPACIDAD**: **Ejecuta y evalúa los diversos elementos aprendidos para el desarrollo de un proyecto audiovisual de corte informativo-magazín.**					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logros**
	13	Desarrollo de la idea creativa del proyecto audiovisual.	Reconoce y analiza la importancia de la creatividad en el desarrollo de una idea de un programa televisivo.	Valora el trabajo de imaginación y esfuerzo creativo en su labor profesional como comunicador audiovisual.	Separata PPT Guía de ejercicios y trabajo de equipo.	Valora a la televisión como herramienta de desarrollo profesional en la ejecución de su proyecto audiovisual.
	14	Desarrollo de la escaleta y estructura del proyecto.	Analiza y produce estructuralmente el trabajo de la producción de un programa periodístico-magazín.	Evalúa la importancia de ser responsables en la realización profesional y de organización de un proyecto audiovisual.	Separata PPT Guía de ejercicios, análisis y trabajo de equipo.	Valora a la televisión y su contenido audiovisual como eje para un desarrollo de contenidos con proyección profesional.
	15	Presentación y sustento final de su Proyecto Audiovisual.	Analiza sobre el impacto y responsabilidad hacia el público de los contenidos audiovisuales de su proyecto audiovisual.	Evalúa la importancia de los contenidos televisivos.	Desarrollo expositivo, autocrítico y de sinergia del equipo.	Crea conciencia y responsabilidad sobre la importancia de producir contenidos de televisión de nivel profesional.
	16	**EXAMEN FINAL**				

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros:

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:
EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1.- FÍSICAS

- 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
- Federico Fernández y José Martinez. (1999). ´ Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.
- Carlos Solarino (2000) Cómo hacer televisión. Ediciones Cátedra España.
- W. Russell Neuman (2002) El Futuro de Audiencia Masiva. Ediciones efe.
- Jaime Barroso García (1996) Realización de los Géneros Televisivos. Edición Síntesis Madrid.
- Herbert Zettl (1999) Manual de Producción de Televisión. Ediciones International Thomson Editores S.A.
- Julio Estremadoyro Alegre (2004) Lecciones de periodismo televisivo. Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Armando Ávalos (1917) Voz e Imagen. Fondo Editorial Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

8.2.- VIRTUALES

https://www.youtube.com/watch?v=bfuTNrfEILo

https://www.youtube.com/watch?v=2Mp3CSaJF3w

https://www.youtube.com/watch?v=E8lPpD4XKek

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SÍLABO: INGLÉS APLICADO III

Código:

1. DATOS GENERALES

1.1	Asignatura	:	Inglés Aplicado III
1.2	Requisito	:	Inglés Aplicado II
1.3	Ciclo Académico	:	VI
1.4	Periodo Académico	:	2021-2 / VIRTUAL
1.5	Horas Académicas Semanales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
1.6	Horas Lectivas Semestrales	:	
	Horas de Teoría	:	
	Horas de Práctica	:	
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 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 Comunicación Audiovisual incluyendo temas como diseño publicitario, animaciones, diseño de video juego, diseño de interiores, diseño corporativo, editorial, entre otros; los 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 textos cotidianos de su quehacer profesional.

3. UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad I: Diseño y emprendimiento
Unidad II: Diseño 3D y otros tipos de diseño
Unidad III: **Diseño Publicitario**
Unidad IV: El diseño digital

4. 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 comunicación audiovisual, respondiendo asertivamente preguntas formuladas por su interlocutor o lectores.

5. CAPACIDADES DE LA ASIGNATURA

Utiliza expresiones y terminología del ámbito del diseño, educación y emprendimiento
Utiliza expresiones y terminología técnica sobre el diseño 3D, musical y de video juegos
Utiliza expresiones y terminología sobre diseño publicitario y de interiores
Maneja expresiones y lenguaje relacionado al diseño digital aplicado a la moda, al medioambiente, al diseño de interiores.

6. CONTENIDOS DEL CURSO.

	CAPACIDAD: Utiliza expresiones y terminología del ámbito del diseño, educación y emprendimiento					
UNIDAD I: Diseño y emprendimiento	**Semana**	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	1	Education I	Describe experiencias	Muestra interés por conocer hechos relatados por sus compañeros.	- Lee comprensivamente una carta y practica un dialogo al respecto.	Redacta una carta aplicando a un programa de estudios
	2	Education II	Expresa su opinión de decepción	Respeta las intervenciones de sus compañeros.	- Lee Comprensivamente un texto de página web y practica un dialogo al respecto.	Redacta una descripción ampliando información sobre estudios posteriores
	3	Business Types	Solicita información específica	Se esfuerza por desarrollar los ejercicios propuestos.	- Lee comprensivamente una lista de datos y practica un dialogo al respecto.	Escribe una lista de trabajos y el perfil para cada uno
	4	Motion Design	Brinda y formula recomendaciones	Valora la importancia de la lectura como parte de su crecimiento personal y profesional.	- Lee comprensivamente un texto en página web y practica un dialogo al respecto.	Redacta una descripción sobre servicios ofrecidos en un negocio

UNIDAD II: Diseño 3D y otros tipos de diseño	**CAPACIDAD**: Utiliza expresiones y terminología técnica sobre el diseño 3D, musical y de video juegos					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	5	Editorial Design	Brinda su opinión a través de un recordatorio	Respeta las ideas de sus compañeros.	Lee comprensivamente un manual de funciones y practica un dialogo al respecto.	Redacta una nota para una revista
	6	Corporate Design	Expresa su aceptación o desacuerdo con alguna opinión	Respeta los puntos de vista de sus compañeros.	Lee Comprensivamente una carta de negocios y practica un dialogo al respecto.	Redacta una descripción para una corporación
	7	Music Industry Design	Expresa sus preferencias sobre un tema determinado	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un resumen específico y practica un dialogo al respecto.	Redacta una opinión sobre un empaque discográfico
	8	Video Game Design	Formula correcciones a sus pares	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un texto de página web y practica un dialogo al respecto.	Redacta un recordatorio a un tercero sobre responsabilidades laborales

UNIDAD III: Diseño Publicitario	**CAPACIDAD**: Utiliza expresiones y terminología sobre diseño publicitario y de interiores					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	9	Information Design	Solicita reconfirmación sobre un tema específico	Trabaja con responsabilidad compartiendo con sus pares	Lee comprensivamente un mensaje de correo y practica un dialogo al respecto.	Redacta una nota especificando mejoras en un trabajo previamente desarrollado
	10	Publishing Design	Expresa diversos puntos de vista a favor y en contra	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente un artículo y practica un dialogo al respecto.	Redacta una lista de responsabilidades de un diseñador
	11	Advertising Design	Hace comparaciones	Respeta puntos de vista de sus compañeros	Lee comprensivamente una descripción y practica un dialogo al respecto.	Redacta una carta de recomendación
	12	Environmental design	Describe consecuencias	Demuestra esfuerzo y empeño en las tareas asignadas.	Lee comprensivamente una carta y practica un dialogo al respecto.	Redacta un mensaje de correo

UNIDAD IV: El diseño digital	**CAPACIDAD**: Maneja expresiones y lenguaje relacionado al diseño digital aplicado a la moda, al medioambiente, al diseño de interiores.					
	Semana	**Contenidos Conceptuales**	**Contenidos Procedimentales**	**Contenidos Actitudinales**	**Actividades de Aprendizaje (estrategia y medios)**	**Indicadores de Logro**
	13	Interior Design	Describe eventos en orden	Valora el medio ambiente y propone soluciones para su conservación.	Lee Comprensivamente un encarte y practica un dialogo al respecto.	Redacta un mensaje de correo
	14	Fashion Design	Brinda consejos sobre un tema específico	Respeta opiniones e ideas de sus compañeros al momento de exponerlas	Lee comprensivamente un resumen y practica un dialogo al respecto.	Redacta una carta
	15	Interactive Design	Solicita extensión de la información de un tema	Muestra interés al escuchar las intervenciones de sus pares.	Lee comprensivamente un artículo. Presenta un diálogo al respecto.	Redacta un artículo acerca de una entrevista por TV.
	16	**EXAMEN FINAL**				

7. EVALUACIÓN

7.1 Rubros.

Tipo	Descripción	Semana	Observación	Porcentajes
EU1	Evaluación de Unidad 1	3	Actividad de evaluación según asignatura	10%
EU2	Evaluación de Unidad 2	7		15%
EU3	Evaluación de Unidad 3	11		20%
EU4	Evaluación de Unidad 4	14		25%
EF	Examen Final	16		30%

Fórmula de calificación:

EU1 (10%) + EU2 (15%) + EU3 (20%) + EU4 (25%) + EF (30%) = NOTA FINAL

8. BIBLIOGRAFÍA

8.1 Físicas

Virginia Evans - Jenny Dooley, Henrietta P Rogers. Career Paths: Art & Design. EEUU: Express Publishing. (2014).
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